



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PINANG KERING PADA
PEDAGANG DI KECAMATAN KUALA BETARA KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

***Analysis Of Dry Areca Nut Marketing Strategy For Traders In Kuala Betara
District, West Tanjung Jabung Regency***

Sigit Setia Darmadi¹, Ambok Pangiuk², Angger Hidayat³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: setiadarmadisigit@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the marketing strategies of dried areca nut (pinang kering) implemented by traders in Kuala Betara District, Tanjung Jabung Barat Regency. Areca nut is one of the plantation commodities with high economic value and great potential to increase community income and national foreign exchange through exports. However, in this region, the marketing of dried areca nut still faces various challenges, such as suboptimal product quality, limited transportation access, and predominantly traditional marketing strategies. This research employs a qualitative approach, utilizing data collection techniques such as observation, indepth interviews, and documentation. The informants in this study are dried areca nut traders operating in the area. Data analysis was carried out through data reduction, data display, and conclusion drawing, with triangulation used to ensure data validity. The findings indicate that traders' marketing strategies include direct selling to middlemen, word-of-mouth promotion, and maintaining product quality to ensure customer loyalty. The study suggests the need for diversification of marketing channels through digital media, strengthening cooperatives or business groups, and improving product quality through training and processing facilities. With a more modern and integrated strategy, the marketing of dried areca nut from Kuala Betara District has the potential to expand to national and international markets.

Keywords: Marketing Strategy, Dried Area Nut, Traders, Kuala Betara, Traditional Marketing

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pinang kering yang diterapkan oleh pedagang di Kecamatan Kuala Betara, Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Pinang merupakan salah satu komoditas perkebunan dengan nilai ekonomi tinggi dan potensi besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara melalui ekspor. Namun, di wilayah ini, pemasaran pinang kering masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kualitas produk yang kurang optimal, akses transportasi yang terbatas, dan strategi pemasaran yang didominasi oleh metode tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan memanfaatkan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang pinang kering yang beroperasi di wilayah

tersebut. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan triangulasi digunakan untuk memastikan validitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pedagang meliputi penjualan langsung kepada perantara, promosi dari mulut ke mulut, dan menjaga kualitas produk untuk memastikan loyalitas pelanggan. Studi ini menyarankan perlunya diversifikasi saluran pemasaran melalui media digital, penguatan koperasi atau kelompok usaha, dan peningkatan kualitas produk melalui pelatihan dan fasilitas pengolahan. Dengan strategi yang lebih modern dan terintegrasi, pemasaran buah pinang kering dari Kabupaten Kuala Betara berpotensi untuk berkembang ke pasar nasional dan internasional.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Buah Pinang Kering, Pedagang, Kuala Betara, Pemasaran Tradisional

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu fungsi vital dalam kegiatan bisnis modern, yang tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga mencakup proses memahami, menciptakan, dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kotler dan Armstrong mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu maupun kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Proses ini menempatkan konsumen sebagai pusat dari seluruh aktivitas bisnis, sehingga setiap strategi pemasaran yang diterapkan harus berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Di sisi lain, pasar sebagai arena berlangsungnya proses pertukaran memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan pemasaran. Pasar tidak hanya dipandang sebagai tempat fisik, tetapi juga sebagai sistem yang melibatkan institusi, prosedur, dan hubungan sosial antara penjual dan pembeli. Menurut Tjiptono, keberadaan pasar yang dinamis menuntut pelaku usaha untuk mampu menyesuaikan strategi pemasaran dengan perubahan perilaku konsumen, tren teknologi, dan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Pentingnya peran pemasaran juga dapat dilihat dari kontribusinya terhadap keberhasilan suatu produk di pasar. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya mampu menarik minat konsumen, tetapi juga membangun loyalitas dan citra merek yang kuat. Sebaliknya, kegagalan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran dapat menyebabkan rendahnya permintaan, penurunan pendapatan, bahkan kegagalan usaha.

Di Provinsi Jambi, khususnya di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, budidaya pinang telah menjadi bagian dari kehidupan ekonomi masyarakat. Kecamatan Kuala Betara merupakan salah satu wilayah yang dikenal sebagai sentra produksi pinang kering. Bagi masyarakat setempat, pinang tidak hanya sekadar komoditas pertanian, tetapi juga menjadi sumber utama mata pencaharian selain sawit dan kelapa seperti yang terlihat pada table 1. Tahun 2021-2022 ada peningkatan jumlah produksi sebanyak 1.273 ton dari tahun 2021 dengan 8629 menjadi 9.902 di tahun 2022(Tanjung Jabung Barat dalam angka 2023).

Tabel 1 Sumber Utama Mata Pencaharian Selain Sawit Dan Kelapa

Jenis Tanaman	2021	2022
Sawit	73.803	75.713
Kelapa	55.381	51.559
Pinang	11.515	13.406

Dari data diatas mendukung analisis strategi pemasaran pinang karena menunjukkan bahwa meskipun luas lahannya masih lebih kecil dibanding sawit dan kelapa, pinang mengalami peningkatan lahan, artinya ada potensi pertumbuhan ekonomi dari sektor ini. Hal ini bisa menjadi latar belakang yang kuat dalam menekankan pentingnya strategi pemasaran pinang kering.

Saat ini, harga buah pinang di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Jambi, mengalami lonjakan signifikan. Kenaikan ini membawa harapan baru bagi petani setelah bertahun-tahun menghadapi harga yang rendah. Namun, di balik kabar baik ini, terdapat tantangan yang perlu dihadapi. Kenaikan harga yang signifikan pada awal tahun 2025, harga pinang di Tanjung Jabung Barat mencapai Rp13.000- Rp31.000 per kilogram tergantung kualitas pinangnya, setelah sebelumnya berada di kisaran Rp5.000-Rp7.000 per kilogram selama hampir tiga tahun. Kenaikan ini disambut gembira oleh petani yang selama ini mengalami kesulitan ekonomi.

Tabel 2 Harga Pinang Kering & Basah 2023–2025

Tahun	Pinang Basah	Pinang Kering
2023	9.000/kg	21.000/kg
2024	11.000/kg	27.000/kg
2025	13.000/kg	31.000/kg

Tabel *Harga Pinang Kering & Basah 2023–2025* menunjukkan adanya tren kenaikan harga yang konsisten pada kedua jenis pinang selama tiga tahun terakhir. Pada tahun 2023, harga pinang basah tercatat sebesar Rp 9.000/kg dan meningkat menjadi Rp 11.000/kg pada tahun 2024, lalu kembali naik menjadi Rp 13.000/kg pada tahun 2025. Pola serupa terlihat pada pinang kering, di mana pada tahun 2023 harganya berada di Rp 21.000/kg, naik menjadi Rp 27.000/kg pada 2024, dan mencapai Rp 31.000/kg pada 2025. Kenaikan ini menunjukkan adanya daya tarik ekonomi pada komoditas pinang, baik dalam bentuk basah maupun kering.

Berdasarkan data di atas, potensi produksi pinang yang tergolong tinggi perlu didukung dengan pengelolaan strategi pemasaran yang tepat di tingkat pedagang. Sejumlah penelitian tentang strategi pemasaran pinang di Indonesia mengungkapkan beberapa pendekatan untuk meningkatkan pendapatan pedagang. Manajemen dan pemberdayaan pasar yang efektif dapat meningkatkan pendapatan pedagang dengan meningkatkan kualitas dan variasi produk. Keberhasilan pemasaran suatu produk sangat ditentukan oleh penerapan strategi yang tepat. Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa strategi pemasaran dapat dianalisis melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat

elemen utama: *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Produk (*Product*) berhubungan dengan kualitas dan variasi yang ditawarkan, harga (*Price*) mencakup strategi penentuan nilai jual yang kompetitif, tempat (*Place*) berkaitan dengan saluran distribusi yang digunakan, dan promosi (*Promotion*) mencakup cara memperkenalkan produk kepada konsumen agar tertarik untuk membeli.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi pedagang pinang kering di Kecamatan Kuala Betara, Kurangnya inovasi dalam promosi produk, penggunaan saluran distribusi yang terbatas, strategi penentuan harga yang tidak seragam, serta minimnya upaya membangun merek dagang untuk meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, sebagian pedagang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, padahal tren penjualan daring semakin berkembang.

Fenomena kenaikan harga pinang di Kecamatan Kuala Betara selama beberapa tahun terakhir menjadi gejala yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Data menunjukkan bahwa baik pinang basah maupun pinang kering mengalami tren kenaikan harga yang konsisten dari tahun 2023 hingga 2025. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting apa yang sebenarnya terjadi di balik kenaikan harga tersebut, Apakah peningkatan ini murni disebabkan oleh bertambahnya permintaan, berkurangnya pasokan, atau adanya faktor lain seperti perubahan pola perdagangan dan strategi pemasaran. Di sisi lain, kenaikan harga yang terjadi secara bertahap namun stabil juga mengindikasikan bahwa komoditas pinang memiliki potensi pasar yang besar, baik untuk konsumsi domestik maupun sebagai komoditas ekspor.

Namun, kenaikan harga yang tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang tepat berpotensi membatasi manfaat yang dapat diperoleh petani dan pedagang lokal. Jika faktor penyebab kenaikan harga tidak dipahami secara komprehensif, pelaku usaha dapat kehilangan peluang untuk memaksimalkan keuntungan atau memperluas pasar. Permasalahan ini menjadi semakin kompleks ketika mempertimbangkan bahwa luas lahan pinang di wilayah ini masih lebih kecil dibandingkan komoditas perkebunan lainnya seperti kelapa sawit dan kelapa. Dengan kata lain, tanpa pemahaman yang mendalam tentang penyebab dan dampak kenaikan harga, potensi ekonomi pinang kering mungkin tidak akan tergarap secara optimal. Oleh karena itu, penting untuk menjadikan fenomena kenaikan harga pinang ini sebagai pijakan awal dalam menganalisis strategi pemasaran yang mampu menjawab tantangan sekaligus memanfaatkan peluang yang ada.

Permasalahan pedagang pinang kering di Kecamatan Kuala Betara menunjukkan bahwa sebagian besar unsur 4P belum dikelola secara optimal. Misalnya, kualitas produk belum dibedakan untuk segmen pasar yang berbeda, harga cenderung mengikuti pedagang lain tanpa analisis pasar mendalam, saluran distribusi masih terbatas pada pasar lokal, dan promosi belum memanfaatkan media digital secara maksimal.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk

dapat memudahkan peneliti mendapatkan data yang sesuai dengan kejadian dilapangan. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat pospositivisme, digunakan untuk meneliti pada peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Deskriptif kualitatif pada penelitian ini yaitu penelitian yang berusaha mengungkap keadaan yang terjadi di lapangan secara alamiah dan berupaya menguraikan atau memaparkan situasi atau kejadian dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Strategi Pemasaran

Efektivitas strategi pemasaran merupakan tolak ukur keberhasilan suatu pendekatan pemasaran dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti peningkatan volume penjualan, perluasan pangsa pasar, dan loyalitas konsumen. Dalam konteks pemasaran pinang kering di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, efektivitas strategi pemasaran sangat ditentukan oleh sejauh mana pelaku usaha mampu memahami kebutuhan pasar dan menyesuaikan produk serta metode penjualannya dengan preferensi konsumen lokal maupun luar daerah. Strategi pemasaran yang dijalankan pedagang dinilai cukup efektif dalam mempertahankan

jaringan distribusi lokal, tetapi masih terdapat kendala dalam:

- a. Pemasaran keluar daerah karena keterbatasan modal dan akses transportasi
- b. Persaingan harga produk pinang dari daerah lain yang kualitasnya lebih baik
- c. Minimnya inovasi pengemasan dan promosi digital sehingga sulit menjangkau pasar ekspor secara langsung

Beberapa pedagang berhasil meningkatkan volume penjualan dengan bergabung dalam koperasi dan membangun kemitraan dengan pedagang besar tingkat kabupaten. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan para pedagang, ditemukan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan masih bersifat konvensional, seperti penjualan langsung dan komunikasi dari mulut ke mulut. Strategi tersebut dinilai belum optimal dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun beberapa pedagang sudah mencoba menjalin relasi dengan pembeli luar daerah, namun belum dibarengi dengan inovasi pemasaran yang lebih sistematis dan berbasis digital. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi yang ada belum maksimal dalam meningkatkan daya saing produk pinang kering.

Efektivitas strategi pemasaran juga berkaitan erat dengan pemilihan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam hal ini, sebagian besar pedagang belum mengelola faktor harga dan promosi secara strategis. Penetapan harga dilakukan secara musiman tanpa analisis pasar, dan promosi hanya terbatas pada jaringan lama yang sudah ada. Padahal, strategi promosi yang efektif dapat menarik pembeli baru dan

meningkatkan nilai jual pinang kering secara signifikan. Adapun hambatan lain yang memengaruhi efektivitas strategi pemasaran adalah kurangnya pengetahuan pedagang terhadap teknik pemasaran modern dan akses informasi pasar. Minimnya pelatihan serta pendampingan dari instansi terkait membuat pedagang berjalan sendiri tanpa arah yang jelas. Untuk itu, diperlukan intervensi yang lebih nyata dari pihak pemerintah daerah ataupun lembaga koperasi untuk memberikan edukasi dan mendampingi pedagang dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efisien dan berbasis data.

Dengan demikian, efektivitas strategi pemasaran pinang kering hanya dapat dicapai apabila seluruh elemen pemasaran dikelola secara terintegrasi dan berorientasi pada kebutuhan pasar. Kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya menjadi kunci dalam menciptakan strategi yang tidak hanya tepat sasaran tetapi juga berkelanjutan. Evaluasi berkala terhadap hasil pemasaran juga perlu dilakukan untuk menilai apakah strategi yang digunakan telah efektif dalam mendorong peningkatan pendapatan dan perluasan pasar.

Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Dalam Strategi Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi pemasaran pinang kering, Keberhasilan strategi pemasaran tidak terlepas dari pemahaman menyeluruh terhadap kondisi pasar dan karakteristik produk yang ditawarkan. Dalam konteks komoditas pinang kering, pemahaman terhadap kualitas produk, tren harga pasar, serta selera dan kebutuhan konsumen menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan. Ketika pedagang mampu mengidentifikasi keunggulan produk pinang kering yang mereka miliki, seperti warna, tingkat kekeringan, dan ukuran buah, maka produk tersebut memiliki daya saing lebih tinggi dan berpotensi untuk mendapatkan harga jual yang lebih baik di pasar lokal maupun luar daerah.

Faktor penting lainnya adalah kemampuan promosi. Keberhasilan strategi pemasaran sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pelaku usaha mampu mengenalkan produknya kepada konsumen secara luas. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pedagang masih minim dalam penggunaan media promosi modern. Mereka masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut atau hubungan dagang yang sudah terjalin. Padahal, dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital, jangkauan pemasaran pinang kering dapat meningkat secara signifikan dan membuka peluang untuk menjangkau pasar baru.

Distribusi juga menjadi faktor krusial dalam strategi pemasaran yang efektif. Banyak pedagang pinang kering menghadapi hambatan dalam hal transportasi, terutama saat musim hujan yang menghambat proses pengeringan dan pengiriman barang. Akses jalan yang rusak dan jarak distribusi yang jauh dari pusat pasar menjadi tantangan yang dapat menurunkan efisiensi distribusi dan meningkatkan biaya operasional. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang berhasil harus mampu mengatasi hambatan distribusi dengan pendekatan logistik yang lebih adaptif dan efisien.

Selain itu harga juga menjadi elemen yang sangat menentukan dalam keberhasilan pemasaran. Penentuan harga pinang kering sangat dipengaruhi oleh kondisi pasokan dan permintaan pasar. Namun, jika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas dan harapan konsumen, maka produk akan sulit terserap di

pasar. Strategi penetapan harga yang fleksibel dan mempertimbangkan biaya produksi serta margin keuntungan yang wajar akan memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha pedagang pinang. hubungan dengan konsumen dan mitra dagang juga memegang peran penting. Pedagang yang menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pembeli besar akan lebih mudah mempertahankan pasar dan membangun loyalitas. Dalam skripsi ini, ditemukan bahwa pedagang yang aktif menjalin komunikasi dan menjaga kepercayaan mitra dagangnya cenderung lebih berhasil dalam mempertahankan volume penjualan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang menekankan aspek relasional dan pelayanan pelanggan yang baik menjadi kunci keberhasilan jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran pinang kering di Kecamatan Kuala Betara, dapat disimpulkan bahwa para pedagang telah menerapkan berbagai strategi sederhana namun fungsional. Strategi yang paling dominan adalah melalui relasi sosial (*word of mouth*), penjualan langsung ke pengepul atau konsumen lokal, dan menjaga kualitas produk sebagai kunci loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang lebih mengandalkan pendekatan hubungan personal ketimbang penggunaan media promosi modern. Strategi penetapan harga dilakukan dengan mengikuti mekanisme pasar, disesuaikan dengan kualitas produk serta biaya logistik yang dikeluarkan. Dalam hal ini, pedagang tidak menetapkan harga tetap, melainkan bersifat fleksibel berdasarkan kesepakatan dengan pembeli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang sangat bergantung pada kondisi infrastruktur dan jaringan distribusi yang tersedia. Akses jalan yang buruk, terutama pada musim hujan, menghambat proses pengiriman pinang ke luar daerah dan meningkatkan biaya logistik. Di samping itu, keterbatasan modal usaha serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi juga menjadi faktor penghambat dalam mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif dan kompetitif.

Faktor keberhasilan strategi pemasaran di antaranya adalah kualitas produk yang tinggi (kering sempurna, tidak berjamur), jaringan pemasaran yang kuat (seperti keterlibatan dalam koperasi), serta kemampuan menjalin relasi dengan pembeli dari luar daerah. Sementara itu, keterbatasan teknologi, rendahnya kapasitas produksi, serta kurangnya pelatihan dan dukungan dari pemerintah menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh para pedagang.

Salah satu faktor utama adalah kualitas produk, di mana pinang kering harus memenuhi standar mutu, seperti bersih, bebas jamur, dan memiliki kadar air rendah, terutama jika ditujukan untuk pasar ekspor. Kualitas produk yang baik menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif juga menjadi kunci penting. Harga yang sesuai dengan pasar dan seimbang dengan kualitas akan menarik minat pembeli tanpa mengorbankan margin keuntungan. Saluran distribusi yang efisien turut menjadi faktor penentu keberhasilan pemasaran, baik melalui koperasi petani, agen lokal, maupun platform digital seperti marketplace online. Kemudian, promosi dan

branding juga mendukung pemasaran yang optimal. Penggunaan kemasan menarik, media sosial, dan partisipasi dalam pameran produk pertanian mampu meningkatkan daya tarik dan jangkauan pasar pinang kering.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, Hardani, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, et al. "Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif." *Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu*, 2020.
- Barat, Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanjung Jabung. "Jumlah Penduduk Kuala Betara Per Desa - Tabel Statistik." Accessed July 6, 2025. <https://tanjabarkab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTgxIzI=/jumlah-penduduk-kuala-betara-per-desa.html>.
- Faridha, Faridha. "Industri Ikan Asin Di Kota Kuala Tungkal Tahun 1990 An-2010." PhD Thesis, Universitas batanghari, 2021. <http://repository.unbari.ac.id/1269/>.
- Haque, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi*. Gramedia e-Book (Pascal Books), 2022.
- Herlina, Elin, Jerry Dounald Rahajaan, and Sigit Setya Kusuma. "Strategi Promosi Di Media Sosial Untuk Pelaku Usaha." *Jurnal Sosial & Abdimas* 5, no. 1 (2023): 25–31. <https://doi.org/10.51977/jsa.v5i1.962>.
- Iskandar, Akbar, Rita Fitriani, Nur Ida, and Putra Hendra S. Sitompul. *Dasar Metode Penelitian*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia, 2023.
- Ma'ruf, Muhammad. "Strategi Usaha Dan Pemasaran Pinang Menggunakan Metode Multi Attribute Utility Theory (Maut) Di Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau." PhD Thesis, Universitas Islam Riau, 2020. <https://repository.uir.ac.id/14309/>.
- Suharyon, Suharyon. "Potensi Efisiensi Pemasaran Pinang Terhadap Sosial Ekonomi Di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi." *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi* 2, no. 2 (2018): 144–60.
- Sukri, Saipul Al. "BASIC MARKETINGSTRATEGYKonsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek." Preprint, Thesis Commons, September 25, 2020. <https://doi.org/10.31237/osf.io/jyza5>.
- Wahyudi, Ari. "Strategi Pengembangan Perkebunan Kelapa Sawit Di Provinsi Jambi." *Jurnal Paradigma Ekonomika* 17, no. 1 (2022): 31–44. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.10744>.
- Zarmaili, Zarmaili. "Evaluasi Transportasi Sungai Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi." *Warta Penelitian Perhubungan* 27, no. 2 (2015): 117–28. <https://doi.org/10.25104/warlit.v27i2.778>.