



JOURNAL OF Economic Management & Business

Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Dana Alokasi Umum (DAU) terhadap Alokasi Belanja Daerah di Kabupaten Aceh Utara Andria Zulfa	219
Pengaruh Indek Bursa Dunia terhadap Indek Saham di Bursa Efek Indonesia Chairil Akhyar, Nurhadi, Ghazali Syamni, dan Anwar Puteh	235
Peluang dan Kendala Kemitraan Agribisnis Hortikultura di Aceh J a m i l a h	243
Pengaruh Uang Beredar, PDB, Tingkat Bunga, dan Kurs terhadap Inflasi di Indonesia Tahun 1998-2012 Khairil Anwar	253
Pengaruh Jumlah Uang Beredar (M2), Nilai Tukar Rupiah (Kurs), Neraca Perdagangan dan Suku Bunga Bank Indonesia terhadap Inflasi di Indonesia Periode 2008-2013 Maya Febrianty Lautania dan Evayani	261
Analisis Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Aceh terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Pengangguran, dan Kemiskinan Muhammad Ilhamsyah Siregar dan Iqbal Mudawali	273
Pengaruh Internal Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik <i>Studi pada Konsumen Produk Merek Pond's di Kota Lhokseumawe</i> Sapna Biby	291
Pengaruh Budaya Organisasi dan Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Jasa Kontruksi di Kota Lhokseumawe S u l l a i d a	305
Analisis Penerapan Akuntansi Zakat, Infaq dan Sedekah pada Baitul Mal Kota Lhokseumawe Syawal Harianto dan Diana	313
Pengaruh Bantuan Sarana Nelayan terhadap Peningkatan Pendapatan pada Masyarakat Pesisir Pantai Kota Lhokseumawe <i>Studi Kasus di Pesisir Pantai Meuraksa Kec. Blang Mangat</i> Umaruddin Usman	327
Pengaruh Dana Otonomi Khusus terhadap Kemiskinan Kabupaten/Kota di Provinsi Aceh R a t n a	339

PELUANG DAN KENDALA KEMITRAAN AGRIBISNIS HORTIKULTURA DI ACEH

JAMILAH

Dosen pada Fakultas Pertanian, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe

The problem scarce of woof in dry season because breeder can't dominate technology who related with stock woof, weak of technis management and capital and difficult obtain seed of pure Aceh beef are problem expression who development in Aceh Besar district are development central region of agribusiness of beef cattle. The agroindustry who followed farmer very rare, whereas existence farmer can fortune agroindustry, on the other hand, farmer can't socialization them in group who because they position can be weak in production and marketing. This research is aim for analyzed simulation of policy development og agribusiness and agroindustry of beef cattle based business partner who suitable to develop in Aceh. The data and information who could with survey method examined with SWOT analysis. The research showed that The policy of development agribusiness and agroindustry of beef cattle if support by stakeholder and businessman in related business partner with full comitment who give even distribution income and opened field work who very god at cultivation of seedlings, cultivation, manufacture of time after rice harvest and marketing, if animal husbandry managed with profesional, effecien, strong work, and higly motivation. With facilities development of beef cattle business at te breeder or agroindustry with sinergy by stakeholders, hoped this business will be develop and can speed up of economic be self and development of superior commodity of region. At breeder, the policy of development can do are formation group stable, give obstacle aid for breeder berupa beef stable, seed, strongly woof for a years, aid jerami processing, kompos processing and vaksin aid and medicines, the teknology training of production strongly woof who economic value, the development of animals clinic and animal market in a sub district. At rate of agroindustry, the policy of development who can do are stock credit of small business who softly , raising of production dan productivity of beef meat in state (capable of beef meat), raising of import tariff of beef meat, develop of agribusiness terminal, and formation area of integrated agroindustry (KAT).

Keywords: *The policy, beef cattle, business partner*

PENDAHULUAN

Propinsi Aceh memiliki tingkat serapan pasar yang tinggi untuk komoditas hortikultura mengingat tingginya jumlah penduduk dan tersedianya lahan yang memungkinkan untuk dikembangkan pada skala lebih luas. Sentral produksi di Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Pidie, khususnya kubis, alpukat dan melinjo. Sejauh ini, agribisnis hortikultura hanya diusahakan petani dalam skala kecil, subsistem, dan tidak berorientasi pasar. Keterbatasan pengetahuan usahatani, kurangnya informasi harga dan *bargaining* harga jual produk yang rendah menyebabkan petani tidak termotivasi untuk meningkatkan kualitas produksinya.

Potensi lahan yang dimiliki cukup besar untuk pengembangan komoditas hortikultura diantaranya lahan pertanian tanah kering seluas 117.161,12 ha, padang rumput seluas 223.985,00 ha, hutan seluas 3.929.420,05 ha, dan lahan sementara tidak diusahakan seluas 163.151,50 ha (Aceh dalam Angka, 2009). Namun potensi produksi yang besar belum mampu dikelola secara optimal, karena petani menghadapi kendala pemasaran, terkait dengan ketidakpastian pasar dan rendahnya harga pada musim panen.

Sifat komoditas hortikultura yang mudah rusak, dan mengalami susut yang besar merupakan permasalahan yang dialami petani dan pedagang dan dapat menimbulkan resiko fisik dan harga bagi pelaku agribisnis hortikultura. Kualitas produk hortikultura yang rendah berkaitan erat dengan sistem produksi, sistem panen, penanganan pasca panen, sistem distribusi dan pemasaran. Konsekuensinya, agar dapat memenuhi permintaan pasar dan preferensi konsumen baik domestik maupun ekspor, maka masalah efisiensi, produktivitas, dan kualitas harus mendapatkan prioritas perhatian. Dengan demikian dipandang penting membangun kelembagaan kemitraan usaha yang saling membutuhkan, memperkuat dan saling menguntungkan serta menerapkan manajemen mutu yang andal, agar komoditas hortikultura dapat berperan dalam perdagangan global. Keikutsertaan perguruan tinggi melalui kegiatan penelitian dan pengembangan merupakan salah satu langkah strategis guna mewujudkan program pembangunan pertanian berdaya saing unggulan lokal.

Kegagalan utama agribisnis hortikultura selama ini karena pengetahuan dan keterampilan petani hanya difokuskan pada bercocok tanam, sedangkan pemasaran terabaikan. Peliknya masalah pemasaran membuat petani jera mengembangkan usaha hortikulturnya menjadi lebih besar lagi. Berdasarkan pengamatan lapangan, para pengusaha hortikultura sering terjebak oleh kondisi pasar yang sulit diprediksi, sehingga peningkatan kesejahteraan hanya impian belaka. Karenanya, pengembangan hortikultura haruslah secara profesional, artinya adanya pembangunan yang seimbang antara aspek pertanian, bisnis dan jasa penunjang. Penanganan produksi tanpa didukung dengan pemasaran yang baik tidak akan memberi manfaat dan keuntungan bagi petani dan pelaku bisnis. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka diperlukan langkah-langkah strategis guna mengembangkan agribisnis hortikultura yang berdaya saing melalui pola kemitraan yang sinergis antara petani, pemerintah dan pelaku bisnis yang ditunjukkan; (1) agar bagi para petani di dataran tinggi yang berlahan sempit dapat meningkatkan pendapatan; (2) dengan kemampuan memproduksi sendiri, dapat ikut serta mengurangi impor; (3) dengan pola kemitraan, maka waktu dan jenis serta jumlah produksi dapat diatur; (4) secara jangka panjang, diharapkan akan dapat merubah persepsi para petani dari usahatani tradisional (tanpa perencanaan) agar dapat mengelola lahan sempit menjadi lebih intensif (terencana) dan menghasilkan produk hortikultura bernilai tinggi sekaligus meningkatkan pendapatannya.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ditentukan dengan cara *purposive* yakni Kabupaten Pidie dan Kabupaten Bener Meriah yang merupakan daerah sentra produksi melinjo dan kubis dalam wilayah Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam menurut indikator luas panen, produksi dan produktivitas tanaman. Dipilih satu kecamatan potensial, dan tiap-tiap kecamatan sampel dipilih 2 (dua) desa. Mengacu pada beberapa pendapat Kalirajan dan Chruch (1991), Dillon *and* Hardaker (1993) dan Sinaga (1998) maka pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan

kecukupan kerangka sampel, tujuan penelitian, ketersediaan data dan sumberdaya yang diperlukan. Penentuan desa sentra produksi dilakukan dengan indikator yang sama dengan pemilihan kabupaten dan kecamatan. Metode pengambilan sampel petani dan pengusaha dilakukan dengan metode *simple random sampling* yakni pengambilan secara acak sederhana terkait agribisnis hortikultura. Selanjutnya dilakukan identifikasi peluang dan masalah kemitraan agribisnis hortikultura di Aceh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi pola kemitraan agribisnis hortikultura

Program kemitraan pada dasarnya dilaksanakan atas persetujuan dan keinginan dua individu atau perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pada agribisnis hortikultura, kerjasama dapat dilakukan dalam bidang penyediaan sarana produksi, budidaya, pengolahan hasil maupun pemasaran. Pola kemitraan yang dapat dibentuk adalah pola sub kontrak dan pola dagang umum. terbentuk adalah pola kemitraan sub kontrak antara petani dengan pedagang dan pengusaha serta pola kemitraan dagang antara pedagang dengan pihak pengelola perhotelan, supermarket dan perusahaan daerah adalah pola dagang. Bank Indonesia (2007) seperti diungkapkan oleh Sayaka (2008) telah mengembangkan Program Patnership Terpadu (PPT) yang menyatakan program partnership antara usaha besar dan usaha kecil dengan melibatkan bank sebagai pemberi kredit dalam suatu ikatan kerjasama yang dituangkan dalam nota kesepakatan. Kemitraan usaha agribisnis adalah hubungan bisnis usaha petani yang melibatkan satu atau sekelompok orang atau badan hukum dengan satu atau kelompok orang atau badan hukum dimana masing-masing pihak memperoleh penghasilan dari usaha bisnis yang sama atau saling berkaitan dengan tujuan menjamin terciptanya keseimbangan, keselarasan dan kesepadanan yang dilandasi rasa saling menguntungkan, memerlukan, dan saling melaksanakan etika bisnis (Suwandi, 1995). Dengan demikian, tujuan kemitraan usaha antara

perusahaan mitra dengan petani mitra adalah peningkatan efisiensi dan produktifitas di segala lini subsistem agribisnis dan terciptanya nilai tambah ekonomi yang merupakan kunci peningkatan daya saing produk.

Pada usahatani melinjo, pola kemitraan yang terbentuk antara petani dan pengusaha emping adalah pola sub kontrak. Dalam hal ini, petani menjual biji melinjo kepada pengusaha untuk dijadikan emping. Harga jual biji melinjo ditentukan oleh permintaan emping melinjo di pasar. Pada tingkat petani, harga biji melinjo berkulit berkisar Rp. 10.000/bambu dan harga biji melinjo muda berkisar Rp. 8.000/bambu. Selanjutnya pengusaha melakukan pengolahan biji melinjo menjadi emping dengan memanfaatkan jasa buruh tani dengan upah berkisar Rp.9.000/bambu – Rp. 10.000/bambu biji melinjo. Ironisnya, petani terkadang juga berperan sebagai buruh tani pada pengusaha tersebut dengan sistim upah pengolahan melinjo menjadi emping.

Umumnya petani telah memiliki lahan sendiri dan melakukan budidaya melinjo dengan memanfaatkan lahan pekarangan rumah dan kebun dan sebagian besar petani melakukan pengolahan biji melinjo menjadi emping. Pola kemitraan yang terbentuk antara petani dengan pedagang adalah pola dagang umum, baik pedagang besar maupun pengecer. Petani menjual emping melinjo kepada pedagang di pasar jika lokasi usahatani dekat dengan pasar, namun jika jauh dari pasar, petani menjual emping melalui pedagang pengumpul. Dalam hal ini, ada kesepakatan harga dan mutu emping.

Pola sub kontrak dan pola dagang umum juga terbentuk antara petani dengan koperasi yang sebagian besar anggotanya adalah petani melinjo. Petani dapat menjual biji melinjo dan emping melinjo kepada koperasi berdasarkan kontrak bersama yang mencantumkan volume, harga dan mutu. Adanya usaha pengembangan yang dilakukan Dinas Perdagangan & Perindustrian untuk pengembangan koperasi berupa pelatihan peningkatan nilai tambah emping dengan berbagai rasa seperti emping rasa balado dan rasa keju serta pelatihan pembuatan kemasan emping. Pihak instansi terkait juga pernah menjembatani koperasi dan pengusaha agar dapat melakukan ekspor em-

ping, namun terkendala oleh ketidak-mampuan koperasi dan pengusaha dalam memenuhi permintaan ekspor. Hal ini terjadi karena melinjo adalah tanaman semusim yang memiliki masa panen raya pada bulan Mei – Juli dan hanya biji melinjo dari Kabupaten Pidie yang dapat diolah menjadi emping.

Kemitraan kubis antara petani dengan pedagang pengumpul bersifat pola dagang umum. Kemitraan ini terjadi umumnya karena keterbatasan modal usahatani. Petani yang memiliki lahan melakukan budidaya kubis dengan bantuan modal dari pedagang sehingga harus menjual kubis kepada pedagang pengumpul kecamatan tersebut dengan harga Rp. 1.000/kg. Namun jika panen raya, harga kubis berkisar Rp. 500/kg. Di samping itu, diketahui juga bahwa petani dibatasi oleh peraturan non tertulis atau ketentuan bahwa petani tidak boleh menjual kubis langsung kepada pedagang pengumpul dari kabupaten yang dapat membeli dengan harga lebih mahal. Kondisi ini jelas sangat merugikan petani. Pedagang pengumpul kabupaten membeli kubis melalui pedagang pengumpul di pasar kecamatan dengan harga berkisar Rp. 1.200/kg. Pedagang pengumpul Kabupaten selanjutnya bermitra dengan pihak perhotelan, perusahaan atau pasar modern (supermarket) dalam pemasaran kubis ukuran besar. Sementara kubis dengan ukuran lebih kecil umumnya dijual di pasar tradisional.

Sejauh ini kubis dari Kabupaten Bener Meriah tidak diekspor. Peluang ekspor kubis justru didominasi oleh kubis dari Brastagi Propinsi Sumatera Utara. Ironisnya, jika pasokan kubis dari Brastagi tidak dapat memenuhi permintaan, maka pedagang membeli kubis dari Kabupaten Bener Meriah. Hal ini jelas menggambarkan kurangnya perhatian instansi terkait terhadap pemasaran dan pengembangan kubis, padahal kubis juga merupakan potensi lokal setelah alpokat yang didukung oleh iklim dan tersedianya lahan usahatani yang luas. Ketidak berdayaan petani kubis juga disebabkan karena petani tidak terorganisir dalam wadah kelembagaan resmi sehingga tidak dapat memiliki legalitas kemampuan dalam penentuan harga jual dan pemasaran kubis serta pengadaan modal usahatani. Secara umum, jelas terlihat bahwa permasalahan utama dalam pengembangan agribisnis

hortikultura adalah belum terwujudnya ragam, kualitas, kesinambungan pasokan, dan kuantitas yang sesuai dengan dinamika permintaan pasar dan preferensi konsumen sehingga mengalami kesulitan untuk melakukan ekspansi pasar.

Peluang dan Kendala Kemitraan Agribisnis Hortikultura

Agribisnis hortikultura terutama melinjo dan kubis memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan karena didukung oleh iklim dan lahan yang tersedia serta merupakan potensi daerah. Untuk itu, diperlukan partisipasi dan hubungan yang sinergi antara pemerintah daerah, pelaku bisnis dan kelompok petani agar dapat berdaya saing dan dikembangkan dalam skala ekspor. Disamping peluang yang bagus untuk dikembangkan, agribisnis hortikultura juga memiliki kendala dan permasalahan jika dikembangkan dalam skala kemitraan. Berikut dijabarkan peluang dan kendala kemitraan agribisnis hortikultura di daerah penelitian.

Untuk dapat mewujudkan peluang dan program sebagaimana yang telah dijabarkan pada Tabel 1, maka diperlukan peran pemerintah daerah, Lembaga Perbankan, pelaku bisnis dan petani yang tergabung dalam kelompok tani atau koperasi, sebagai berikut :

1. Pemerintah daerah
 - Menjembatani kemitraan antara kelompok petani, koperasi dan pelaku bisnis
 - Menetapkan peraturan daerah yang dapat memacu pengembangan agribisnis hortikultura bersistem kemitraan
 - Menciptakan kondisi sosial politik yang kondusif
 - Membuka dan mengembangkan pasar domestik dan pasar internasional yang intensif bagi melinjo dan produk olahannya.
 - Membangun dan mengembangkan agroindustri melinjo.
 - Mengadakan pelatihan wirausaha bagi kelompok tani, koperasi dan pelaku bisnis.
 - Memfasilitasi pelatihan dan studi banding bagi kelompok peternak
2. Lembaga Perbankan
 - Menyediakan kredit lunak dengan sistem agunan agar petani mau mengembalikan

Tabel 1
Kendala, Peluang, Program dan Indikator Keberhasilan Kemitraan Agribisnis Melinjo

Peluang	Kendala	Program	Indikator Keberhasilan
Internal :			
Tersedianya lahan usahatani yang luas	Umumnya memanfaatkan lahan pekarangan dan sistem penanaman campursari sehingga sulit diukur luas lahan melinjo	Usahatani melinjo intensif dan terpadu	Hasil panen lebih banyak dan efisien dalam pengelolaan
Melinjo mudah dibudidayakan			
Modal usahatani relatif kecil	Adanya penggunaan biaya usahatani untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga petani	Pengadaan kredit lunak oleh lembaga perbankan dengan sistem pendampingan	<ul style="list-style-type: none"> - Terbentuknya kemitraan antara petani dengan perbankan dengan sistem pola bapak angkat - Terbentuknya kemitraan dengan bantuan modal usahatani dan pengolahan dari pelaku bisnis
Dimungkinkan dilakukan pengembangan olahan emping melinjo dalam berbagai kualitas, harga dan cita rasa	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya penjualan biji melinjo muda oleh petani sehingga kualitas emping rendah. - Belum adanya keseragaman dalam ukuran, kualitas dan ketebalan emping 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kesadaran petani untuk menjual biji melinjo tua tanpa kulit - Pengusaha lebih selektif dalam pengadaan bahan baku melinjo - Membentuk kemitraan pola sub kontrak antara petani yang tergabung dalam kelompok dengan pelaku bisnis 	Terbentuknya kemitraan pola sub kontrak berdasarkan volume, keseragaman kualitas, harga dan waktu
Pengolahan melinjo menjadi emping relatif mudah	Peralatan pengolahan bersifat tradisional sehingga faktor kebersihan kurang terjamin	Pengadaan mesin pengolahan	Adanya mesin pengolahan melinjo
Eksternal :			
Potensi lokal yang berdayasaing	Hanya dijadikan usahatani sampingan sehingga pengelolaan tidak intensif	Pengelolaan melinjo dan emping melinjo berorientasi pasar	Dapat meningkatkan pendapatan petani melinjo
Dapat meningkatkan nilai tambah jika dikembangkan skala agroindustri dan perusahaan	Bahan baku terbatas dan bersifat musiman	<ul style="list-style-type: none"> - Budidaya melinjo skala luas / perusahaan - Pengadaan bahan baku dari luar Propinsi Aceh 	Pengelolaan melinjo dan emping melinjo yang berorientasi ekspor
Memiliki pangsa pasar yang luas baik di pasar domestik maupun internasional	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya promosi - Desainemasan kurang menarik - Banyaknya penjualan emping dalam kiloan tanpa kemasan sehingga tidak menunjukkan emping produksi Kabupaten Pidie tetapi produksi daerah lain 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan pembuatan kemasan dan promosi - Merubah pola pikir petani dan pelaku bisnis agar tidak menjual dalam kiloan tanpa kemasan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelaku bisnis dan koperasi dapat membuat kemasan yang menarik - Tidak adanya penjualan dalam kiloan tanpa kemasan
Harga jual relatif meningkat setiap tahunnya	Harga jual lebih mahal dibanding emping melinjo dari pulan Jawa	Penurunan biaya produksi atau subsidi dari pemerintah	Harga jual melinjo dan emping melinjo yang kompetitif
Permintaan konsumen akan pangan olahan meningkat setiap tahunnya	Produk olahan terbatas dan sedikit karena pengolahan bersifat agroindustri rumah tangga dengan memanfaatkan buah melinjo hasil panen sendiri	Pengolahan melinjo menjadi emping atau stik dengan skala perusahaan dan orientasi ekspor	

Sumber : Data Primer (diolah), 2013.

Berdasarkan Tabel 2 di atas, jelas menggambarkan bahwa kubis memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan di Kabupaten Bener Meriah, untuk itu diperlukan beberapa langkah strategis dalam pengembangannya, yaitu :

1. Pemerintah Daerah :
 - Perlu mengupayakan pembibitan kubis secara kelembagaan resmi
 - Membuka dan mengembangkan pasar kubis (ekspansi pasar)
 - Menjembatani kemitraan antara kelompok petani dengan pelaku bisnis, lembaga perbankan dan koperasi
2. Lembaga Perbankan
 - Menyediakan kredit bagi petani kubis dengan sistim agunan
 - Membentuk kelompok petani binaan
3. Pelaku bisnis
 - Mengembangkan kemitraan dengan kelompok petani dalam penyediaan saprodi dan pemasaran kubis
 - Melakukan eskpansi pasar
4. Kelompok Petani
 - Membentuk koperasi petani kubis
 - Bermitra dengan pelaku bisnis dan lembaga perbankan dalam meningkatkan kualitas dan pemasaran kubis.
 - Memilih saluran pemasaran yang menguntungkan.
 - Pengolahan untuk peningkatan nilai tambah sehingga dapat meningkatkan harga jual kubis di tingkat petani terutama di saat panen raya.

KESIMPULAN

1. Agribisnis hortikultura cukup berpotensi dan layak dikembangkan di Aceh jika didukung oleh kelembagaan yang sinergi dalam kemitraan khususnya pada kegiatan pengadaan

sarana produksi, pengolahan dan pemasaran mengingat belum adanya ragam, kualitas, kesinambungan pasokan, dan kuantitas yang sesuai dengan dinamika permintaan pasar dan preferensi konsumen dan kesulitan dalam melakukan ekspansi pasar.

2. Pola kemitraan yang dapat dikembangkan dalam agribisnis hortikultura adalah pola dagang umum, pola *contract farming*, pola waralaba dengan mengedepankan peranan koperasi tani dan pelaku bisnis sehingga diharapkan dapat mempercepat pemberdayaan ekonomi dan pengembangan komoditas unggulan daerah.

SARAN

1. Kegiatan pengembangan agribisnis hortikultura hendaknya ditujukan kepada kepentingan petani dan pelaku bisnis melalui penerapan kebijakan pemerintah yang mempercepat pertumbuhan koperasi, agroindustri dan usaha-usaha ekspansi pasar.
2. Pemerintah hendaknya lebih peka terhadap permasalahan petani dan menjembatani hubungan antara petani dan pelaku bisnis dalam kemitraan serta lebih pro aktif dalam pengawasan pelaksanaan kemitraan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.
3. Pemerintah harus membumikan usahatani hortikultura pada tingkat petani dan pelaku bisnis sehingga agribisnis hortikultura dapat dikembangkan dalam skala perusahaan dan bertujuan ekspor.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Aceh. Aceh dalam Angka. 2009. Biro Pusat Statistik Nanggroe Aceh Darussalam. Banda Aceh.
- Dillon, J.L. and J. B. Hardaker. 1993. *Farm Management Research for Small Farmer Development*. Food and Agriculture Organization of The United Nations, Rome.
- Kalirajan, K. and Chruch, P.E. 1991. *Elementary statistical procedures and statistical measures. in Basic Procedures for Agroeconomics Research, 9-30. International Rice Research Institute, Philipines.*
- Sayaka, B., I.W. Rusastra, Supriyati, W.K. Sejati, A. Agustian, I.S Anugerah, R. Elizabeth, Ashari, Y. Supriyatna, R. Sayuti, J. Situmorang, 2008. Pengembangan Kelembagaan Patneship dalam Pemasaran Komoditas Pertanian. Makalah Seminar Hasil Penelitian T.A. 2008. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian. Bogor.
- Sinaga, B.M. 1998. Metode pengumpulan data dalam penelitian sosial ekonomi. *bahan pelatihan Metodologi dan Manajemen Penelitian Bidang Pertanian*, Departemen Pertanian, Bogor.
- Suwandi. 1995. Strategi Pola Kemitraan dalam Menunjang Agribisnis Bidang Peternakan. Industrialisasi Usaha Ternak Rakyat dama Menghadapi Tantangan Golabalisasi, Prosiding Simposium Nasional Kemitran Usaha Usaha Ternak. Ikatan Sarjana Ilmu-ilmu Peternakan Indonesia (ISPI) bekerjasama dengan Balai Penelitian Ternak Ciamis. Bogor.