



PERAN KELOMPOK TANI TERHADAP PEMASARAN CABAI (*Capsicum annum* L) KE PASAR LELANG

Evi Fania Ribka Dua Asa¹, Totok Sevenek Munanto², Rr. Siti Astuti³

¹Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang, Kota Yogyakarta, 55167

²Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang, Kota Yogyakarta, 55167

³Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang, Kota Yogyakarta, 55167

Received : February 22nd, 2021

Accepted : April 10th, 2021

Published : June 17th, 2021

Copyright Notice : **Authors retain copyright and grant the journal right of first publication** with This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



ABSTRAK: Peran kelompok tani sebagai (1) kelas belajar; (2) wahana kerjasama; serta (3) unit produksi, sangat penting dalam pembangunan pertanian. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh peran kelompok tani sebagai kelas belajar, wahana kerjasama dan unit produksi terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang. Kajian dilaksanakan dari bulan Februari sampai Juli 2019 di Desa Tirtomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman. Metode yang digunakan deskriptif kuantitatif dan merupakan kajian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal, yang bersifat sebab akibat dari variabel independen dan variabel dependen. Pengambilan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuisisioner. Hasil kajian menunjukkan, peran kelompok tani sebagai kelas belajar berpengaruh signifikan terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang yaitu sebesar 2,487; sementara peran kelompok tani sebagai wahana kerjasama dan unit produksi berpengaruh tidak signifikan terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang, masing-masing sebesar (-1,440) dan 2,008. Perlu dilakukan peningkatan peran kelompok sebagai wahana kerjasama melalui kegiatan penyuluhan tentang membangun kemitraan antar anggota kelompok tani dengan lembaga pasar lelang dan pihak terkait, diantaranya pemanfaatan informasi teknologi (IT) dalam pemasaran cabai ke pasar lelang.

Kata Kunci : Peran Kelompok Tani, Pemasaran Cabai, Pasar Lelang.

ABSTRACT: The role of farmer Group as (1) learning class; (2) Cooperation forum; and (3) production units, play an important role in agricultural development. This study aims to determine the influence of the role of the farmer group as a learning class, cooperation forum and production unit of chili Marketing to the auction market. The study was conducted from February to July 2019 in Tirtomartani village, Kalasan District, Sleman Regency. The method used is a quantitative descriptive and is an associative study with the form of a causal relationship, which is due to the consequences of independent variables and dependent variables. Data retrieval is conducted through observation, interviews and questionnaires. The

results showed, the role of the farmer group as a class of learning significant influence on chili marketing to the auction market is 2.487; While the role of farmer groups as a vehicle for cooperation and production units did not significantly affect the marketing of chili Peppers to auction markets, respectively, amounting to (-1.440) and 2.008. It is necessary to increase the role of the group as a joint venture through counseling activities about building partnerships among farmer group members with auction market institutions and related parties, including the utilization of information Technology (IT) in chili marketing to the auction market.

Keywords : *Farmer Group Role, Chili Marketing, Auction Market.*

PENDAHULUAN

Cabai (*Capsicum annum* L) merupakan komoditas yang memiliki peranan penting dalam perencanaan pembangunan nasional dan merupakan komoditas strategis unggulan nasional karena mampu mempengaruhi perekonomian nasional. Pemerintah Kabupaten Sleman menjalankan program khusus budidaya dan pengembangan tanaman cabai. Hal ini dilakukan untuk mencegah kelangkaan bahan kebutuhan pokok tersebut di pasaran (Dinas Pertanian, Perikanan dan Kehutanan Kabupaten Sleman Tahun 2016).

Untuk meningkatkan nilai jual cabai Pemerintah Kabupaten Sleman resmikan pasar lelang cabai yang diharapkan dengan adanya pasar lelang cabai petani dapat langsung menjual hasil pertaniannya dan menghindari tengkulak, mendapatkan harga yang sesuai, menghindari fluktuasi harga serta dapat menyatukan penjual cabai satu pintu dan satu harga. Desa Tirtomartani sebagai salah satu titik kumpul pasar lelang cabai dan merupakan salah satu wilayah pengembangan komoditas cabai yang didominasi oleh cabai merah, dengan total produksi cabai sebesar 74.901 kw (BPS Kabupaten Sleman, 2018). Selama ini hasil produksi cabai sebagian besar masih dipasarkan secara langsung melalui pedagang pengepul, akan tetapi harga yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan petani, yaitu dimana posisi tawar di tingkat petani masih rendah.

Pemasaran adalah suatu proses sosial

dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2000) dalam (Hartono *et al.*, 2012). Pasar lelang merupakan pasar yang diatur untuk menyeimbangkan pengetahuan antar pelaku, mengurangi kemungkinan terjadinya under value pada suatu barang tertentu, dan dapat menciptakan mekanisme penentuan harga yang terbuka. Dengan demikian, pada dasarnya pasar lelang ditujukan untuk menciptakan transparansi harga melalui mekanisme tawar-menawar langsung antara penjual dan pembeli (Hartono *et al.*, 1996). Fungsi pasar lelang adalah mempertemukan antar pedagang (pembeli) kepada komoditas yang ditawarkan oleh kelompok tani. Tampak bahwa peran terpenting pasar lelang sangat terkait dengan informasi harga pasar yang terjadi dengan patokan di tingkat pasar induk (Anugrah, 2004).

Berdasarkan penelitian Kuntadi (2011), pemasaran cabai melalui pasar lelang lebih efisien dibandingkan dengan sistem pemasaran tradisional. Sayangnya, keunggulan tersebut belum membuat petani mempercayakan 100% cabainya untuk dijual ke pasar lelang, dikarenakan sistem pembayaran yang tidak full dan belum adanya koordinasi dari kelompok tani dalam mengarahkan anggotanya untuk memasarkan cabai ke pasar lelang. Kelompok tani merupakan salah satu potensi yang mempunyai peranan penting

dalam membentuk perubahan perilaku anggotanya dan menjalin kemampuan kerjasama anggota kelompoknya. Menurut Permentan No. 67 Tahun 2016, Kelompok Tani yang selanjutnya disebut Poktan adalah kumpulan petani/peternak/pekebun yang dibentuk oleh para petani atas dasar kesamaan kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan sosial, ekonomi, dan sumberdaya, kesamaan komoditas dan keakraban untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggota. Kelompok tani juga memiliki peran poktan yang utama yaitu sebagai kelas belajar, poktan merupakan wadah belajar mengajar bagi anggota untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap agar tumbuh dan berkembang menjadi usahatani yang mandiri melalui pemanfaatan dan akses kepada sumber informasi dan teknologi sehingga dapat meningkatkan produktivitas, pendapatan serta kehidupan yang lebih baik.

Kelompok tani sebagai wahana belajar merupakan suatu wadah bagi setiap anggota kelompok untuk saling berinteraksi guna meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam berusaha sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan usahatani (Setiadin, 2005).

Poktan sebagai unit produksi/usahatani masing-masing anggota poktan secara keseluruhan merupakan satu kesatuan usaha yang dapat dikembangkan untuk mencapai skala ekonomi usaha, dengan menjaga kuantitas, kualitas dan kontinuitas. Pada tahap ini, kelompok tani membantu memfasilitasi petani dalam mengolah produk pertanian primer menjadi produk bernilai tambah hingga siap diterima konsumen, sebagai unit pemasaran produk yang membantu memasarkan komoditas pertanian dan membantu petani dalam mengkoordinir kolektivikasi pemasaran. Berdasarkan uraian tersebut,

rumusan masalah yang dikaji adalah bagaimana pengaruh peran kelompok tani sebagai kelas belajar, wahana kerjasama dan unit produksi terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang. Adapun tujuan dari kajian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peran kelompok tani sebagai kelas belajar, wahana kerjasama dan unit produksi terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang.

METODE

Kajian ini dilaksanakan mulai Februari sampai Juli 2019, di Desa Tirtomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Kajian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif ditinjau dari tingkat eksplanasi kajian ini merupakan kajian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Variabel independen atau yang mempengaruhi (X) dalam kajian ini yaitu peran kelompok tani dengan komponen kelas belajar (X1), wahana kerjasama (X2), dan unit produksi (X3). Variabel dependen atau yang dipengaruhi adalah pemasaran cabai ke pasar lelang (Y). Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara menggunakan angket (kuesioner) tertutup. Sampel diambil secara proporsional random sampling, menggunakan rumus persamaan sebagai berikut:

$$ni = \frac{Ni \times n}{N}$$

Keterangan :

- ni = jumlah sampel
- Ni = jumlah petani
- N = jumlah total petani
- n = jumlah total sampel ditentukan

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel dilakukan analisis regresi dengan model persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3$$

Keterangan :

Y = Pemasaran cabai ke pasar lelang

A0 = konstanta

A = koefisien regresi

X1 = kelas belajar

X2 = wahana Kerjasama

X3 = unit produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Kelompok Sebagai Kelas Belajar

Berdasarkan hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari peran kelompok tani sebagai kelas belajar terhadap pemasaran

cabai ke pasar lelang yaitu sebesar 2,487 pada taraf signifikansi α 5%. Peran kelompok tani sebagai kelas belajar juga termasuk dalam kategori berperan dengan persentase sebesar 76,25% (Tabel 1).

Tabel 1. Rerata Capaian Peran Kelompok Tani Terhadap Pemasaran Cabai ke Pasar Lelang

No	Peran Kelompok Tani	Rerata Skor	Capaian skor (%)	Kategori
1	Kelas Belajar (X1)	2,29	76,25	Berperan
2	Wahana Kerjasama (X2)	2,28	76,14	Berperan
3	Unit Produksi (X3)	2,22	74,04	Berperan

Sumber: Olahan Data Primer, 2019

Kondisi ini menunjukkan bahwa, kelas belajar dinilai sudah berperan sesuai fungsi dan memberikan pengaruh terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang. Kelompok tani telah memberikan sosialisasi mengenai pemasaran cabai ke pasar lelang kepada para anggota pada setiap pertemuan yang diadakan, sehingga anggota dapat mengetahui apa itu pasar lelang. Kelompok tani juga telah memberikan arahan kepada anggotanya untuk memasarkan cabai ke pasar lelang, memberikan ide untuk melakukan kegiatan kunjungan kelembagaan pemasaran pasar lelang cabai, dan dapat

menjadi sumber informasi bagi petani mengenai pemasaran cabai ke pasar lelang, sehingga melalui kelompok tani, para anggota dengan mudah dapat mengetahui berbagai hal yang berkaitan dengan pemasaran cabai ke pasar lelang. Sejalan dengan Rukka, dkk (2008) dalam Astuti (2017) menyatakan bahwa kelompok tani berperan penting sebagai media terjalannya proses belajar dan berinteraksi dari para petani yang mampu mengubah dan membentuk wawasan, pengertian, tekad dan kemampuan berinovasi menjadikan sistem pertanian yang maju.

Analisis Regresi Linier Berganda Peran Kelompok Tani Terhadap Pemasaran Cabai ke Pasar Lelang

Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi	Nilai-t	Sig	Keterangan*
1	Kelas Belajar (X1)	0,344	2,487	0,019	Signifikan
2	Wahana Kerjasama (X2)	0,340	-1,440	0,160	Tidak signifikan
3	Unit Produksi (X3)	0,264	2,008	0,054	Tidak signifikan
	Konstanta	5,565			
	R square (R^2)	0,408			
	Sig. uji F	0,001			

Keterangan : *) Sig. pada α 5%

Sumber: output SPSS, 2019

Berdasarkan Tabel dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,565 + 0,344X_1 - 0,340X_2 + 0,264X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier ganda diatas, diperoleh hasil bahwa nilai konstanta sebesar 5,565, artinya apabila kelas belajar (X_1), wahana kerjasama (X_2), dan unit produksi (X_3) nilainya adalah 0, maka pemasaran cabai ke pasar lelang nilainya sebesar 5,565. Koefisien regresi variabel kelas belajar (X_1) sebesar 0,344 artinya jika kelas belajar (X_1) mengalami kenaikan satu nilai, maka pemasaran cabai ke pasar lelang mengalami kenaikan sebesar 0,344 dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap. Koefisien regresi variabel wahana kerjasama (X_2) sebesar -0,340 artinya jika wahana kerjasama (X_2) mengalami kenaikan satu nilai, maka pemasaran cabai ke pasar lelang mengalami penurunan sebesar -0,340 dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap. Koefisien regresi variabel unit produksi (X_3) sebesar 0,264 artinya jika unit produksi (X_3) mengalami kenaikan satu nilai, maka pemasaran cabai ke pasar lelang mengalami peningkatan sebesar 0,264 dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,408 atau 40,8%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa peran kelompok tani meliputi kelas belajar (X_1), wahana kerjasama (X_2), dan unit produksi (X_3) mempengaruhi pemasaran cabai ke pasar lelang sebesar 40,8% sedangkan sisanya 59,2% pemasaran cabai ke pasar lelang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam kajian ini.

Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji T)

Pengaruh kelas belajar terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang

Berdasarkan hasil dapat diketahui nilai thitung sebesar 2,487. Nilai ttabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (df) dengan ketentuan: $df = (n-k)$, yaitu $(34-4) = 30$, maka diperoleh ttabel ($\alpha 0,025$, $df = 30$) adalah 2,042, sehingga thitung $2,487 > ttabel 2,042$, dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,019 < 0,050$ pada taraf $\alpha 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari peran kelompok tani sebagai kelas belajar terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang.

Pengaruh wahana Kerjasama terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang

Berdasarkan hasil dapat diketahui nilai thitung sebesar -1,440. Nilai ttabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (df) dengan ketentuan: $df = (n-k)$, yaitu $(34-4) = 30$, maka diperoleh ttabel ($\alpha 0,025$, $df = 30$) adalah 2,042, sehingga thitung $-1,440 < ttabel 2,042$, dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,160 > 0,050$ pada taraf $\alpha 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan dari peran kelompok tani sebagai wahana kerjasama terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang.

Pengaruh unit produksi terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui nilai thitung sebesar 2,008. Nilai ttabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (df) dengan ketentuan: $df = (n-k)$, yaitu $(34-4) = 30$, maka diperoleh ttabel ($\alpha 0,025$, $df = 30$) adalah 2,042, sehingga thitung $2,008 < ttabel 2,042$, dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,054 > 0,050$ pada

taraf α 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan dari peran kelompok tani sebagai unit produksi terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang.

Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 6,882. Untuk menentukan nilai F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05, dengan ketentuan: $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$, $df_2 = 34 - 4 = 30$, (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel), maka diperoleh F_{tabel} adalah sebesar 2,92. Diketahui F_{hitung} sebesar $6,882 > F_{tabel}$ 2,92, dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,001 < 0,050$ pada taraf α 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari peran kelompok tani sebagai kelas belajar, wahana kerjasama dan unit produksi secara bersama-sama terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang.

Peran Kelompok Sebagai Wahana Kerjasama

Peran kelompok tani sebagai wahana kerjasama termasuk dalam kategori berperan dengan persentase sebesar 76,14% (Tabel 1). Akan tetapi peran kelompok tani sebagai wahana kerjasama tidak berpengaruh signifikan pada taraf α 5%, terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang. Artinya bahwa, peran kelompok sebagai wahana kerjasama belum memberi pengaruh yang optimal terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang. Hal tersebut dikarenakan, anggota kelompok masih belum merasakan adanya jaringan pasar yang dibentuk kelompok untuk melakukan pemasaran cabai ke pasar lelang. Kelompok belum melakukan kerjasama dengan sesama petani dalam kelompok, antar kelompok dan pihak lainnya dalam hal pemasaran cabai, dan belum optimalnya koordinasi dari

pengurus kelompok tani kepada anggotanya untuk mendorong petani melakukan pemasaran cabai ke pasar lelang, sehingga petani masih memasarkan secara sendiri-sendiri. Menurut Stockbridge, dkk (2013) dalam Mutiah, dkk (2018), menyatakan pengurus kelompok dan anggotanya merupakan komponen penting dalam partisipasi sebagai pemilik organisasi, pelaku kerjasama antara kelompok dengan pemerintah maupun pihak swasta dalam bentuk kemitraan. Apabila anggota kelompok tidak aktif berpartisipasi dalam kegiatan kelompok, maka kelompok akan gagal dalam mencapai tujuan kelompok.

Peran Kelompok Sebagai Unit Produksi

Hasil kajian menunjukkan bahwa peran kelompok tani sebagai unit produksi termasuk dalam kategori berperan dengan tingkat persentase sebesar 74,04% (Tabel 1). Akan tetapi peran kelompok tani sebagai unit produksi berpengaruh tidak signifikan pada taraf α 5%, terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang. Kondisi ini disebabkan karena kelompok tani belum menyediakan bantuan modal dana bagi anggota kelompok untuk menunjang kegiatan usahatani, mengarahkan anggotanya untuk melakukan pengemasan pada hasil produksi cabai yang akan dipasarkan, penyediaan fasilitas yang masih kurang dalam melakukan pemasaran hasil, dan belum dapat meningkatkan posisi tawar petani pada saat harga cabai rendah sehingga berpengaruh pada harga jual cabai dan pendapatan para petani. Menurut Ajeng (2015) dalam Nugroho (2017), kelompok tani berperan penting untuk meningkatkan posisi tawar petani. agar petani dapat meningkatkan kapasitas produksi yang lebih baik dan mampu bersaing dalam menghadapi perkembangan ekonomi yang semakin cepat dan dapat meningkatkan

kesejahteraan petani.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil kajian peran kelompok tani terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran kelompok tani telah sesuai fungsinya sebagai kelas belajar sehingga mampu mempengaruhi untuk memasarkan cabai ke pasar lelang. Hal ini sesuai dengan hasil kajian yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 2,487 pada taraf signifikansi α 5% serta termasuk dalam kategori berperan dengan persentase 76,25%.
2. Peran kelompok tani sebagai wahana kerjasama dan unit produksi belum optimal sehingga belum mampu mempengaruhi petani dalam melakukan pemasaran cabai ke pasar lelang. Hal ini sesuai dengan hasil kajian yang menunjukkan terdapat pengaruh namun tidak signifikan yaitu sebesar 1,440 pada taraf signifikansi α 5% meskipun termasuk dalam kategori berperan dengan persentase 76,14%.
3. Peran kelompok tani sebagai unit produksi berpengaruh tidak signifikan terhadap pemasaran cabai ke pasar lelang, sehingga belum optimal dalam mendorong petani untuk melakukan pemasaran cabai ke pasar lelang. Hal ini sesuai dengan hasil kajian yang menunjukkan terdapat pengaruh namun tidak signifikan yaitu sebesar 2,008 pada taraf signifikansi α 5% meskipun termasuk dalam kategori berperan dengan persentase 74,04%.

Saran

Perlu adanya kegiatan penyuluhan tentang membangun kemitraan antar anggota kelompok tani dengan lembaga

pasar lelang dan pihak terkait lainnya melalui pemanfaatan informasi teknologi (IT), untuk mendorong pemasaran cabai ke pasar lelang.

PUSTAKA ACUAN

- Astuti, W. (2017). Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam Kegiatan Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Barangin, Desa Talogo Gunung, Kota Sawahlunto. (Tesis). Universitas Andalas.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Kabupaten Sleman dalam Angka 2018. Sleman: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman.
- Dinas Pertanian, Perikanan dan Kehutanan Kabupaten Sleman. (2016). Action Plan Kawasan Pertanian. Sleman: Pemerintah Kabupaten Sleman.
- Hartono, H., K., Hutomo, dan M., Mayangsari. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Jurnal Binus Business Review*. Volume 3, No. 2.
- Hartono, S., J.H Mulyo, Masyhuri, D. Hadidarwanto dan Sinarhadi. (1996). Riset Desain Rintisan Pengembangan Pasar Lelang Komoditas Perkebunan Melalui Koperasi. Yogyakarta: Fakultas Pertanian UGM..
- Kuntadi, E. B dan Jamhari. (2011). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Melalui Pasar Lelang Spot di Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol 1 No. 1.
- Mutiah, A., A, Abdullah dan S, Nurlaelah. (2018). Identifikasi Peran Kelompok Sebagai Wahana Kerjasama pada Kelompok Peternak Sapi Potong pada Peternakan Rakyat. *Jurnal Agripet*. April Vol 18 No. 1.
- Nugroho, A.K.B. (2017). Faktor-Faktor yang Berperan dalam Kelompok Tani

- Sebagai Unit Produksi Terhadap Usahatani Padi di Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang. (Tesis). Semarang: Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
- Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia. (2016). *Pembinaan Kelembagaan Petani*. Menteri Pertanian Republik Indonesia.
- Setiadin H. (2005). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Anggota Kelompok Tani dalam Berusahatani. (Tesis). Institut Pertanian Bogor. Diakses dari <http://repository.ipb.ac.id> pada tanggal 16 Maret 2019.
- Setiajie, A.I. (2004). Pengembangan Sub Terminal Agribisnis (STA) dan pasar lelang komoditas pertanian dan permasalahannya. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Forum Penelitian Agro Ekonomi 22 (2): 102-112. Diakses dari <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id> pada tanggal 19 Maret 2019.

DOI :