

## ANALISIS KEMITRAAN PT SIMPLY FRESH ORGANIC DENGAN PETANI SAYURAN ORGANIK DI KABUPATEN CIANJUR JAWA BARAT

**Sinta Marito<sup>1</sup>, Wahyu Budi Priatna<sup>2</sup>, Netti Tinaprilla<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor  
Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga, Indonesia  
e-mail: <sup>1</sup>[sintamarito45@gmail.com](mailto:sintamarito45@gmail.com)

(Diterima 22 Juli 2022/Revisi 2 September 2023/Disetujui 15 Oktober 2023)

### ABSTRACT

*Partnership is relationship among two people or more that have purpose which is harmonious and form a deal for doing business together. Partnership also defined as a relationship cooperative relationship which gives profit to each other. Cooperation which is profit each other will give positive impact for business performer to continue developing and increasing business result that is done together. Partnership has important role for farmer who is difficult to sell his product farming. Partnership implementation by PT Simply Fresh Organic with organic vegetable farmer helps farmer in organic vegetable farming activity process. Such as, guarantee market which is available, capital assistance, development and production facilities by company that will help farmer to increase his income. The research aims to see: (1) Partnership pattern which is executed by PT Simply Fresh Organic with organic vegetable farmer, then will be seen category of partnership level relationship that is being intertwined. (2) To Analyze factors that influenced farmer is decision in partnership. The results of this research are: (1) Partnership pattern that is intertwined between PT Simply Fresh Organic with organic vegetable farmer is agribusiness operational partnership with degree of partnership in Prima Utama Partnership. (2) Factors which are significant or influential on farmer's decision to partner are education factor and frequency of participating counseling.*

**Keywords:** *partnership, organic vegetables, farmer partner, non-partner*

### ABSTRAK

Kemitraan adalah hubungan antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan yang selaras, dan membentuk kesepakatan untuk melakukan usaha bersama-sama. Kemitraan juga diartikan sebagai hubungan kerja sama yang saling memberikan keuntungan. Kerja sama yang saling menguntungkan akan memberikan dampak positif bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan dan terus meningkatkan hasil usaha yang dilakukan secara bersama. Kemitraan memiliki peran penting bagi petani yang kesulitan menjual produk usahatani. Pelaksanaan kemitraan oleh PT *Simply Fresh Organic* dengan petani sayuran organik membantu petani dalam proses kegiatan usahatani sayuran organik, seperti: jaminan pasar yang sudah tersedia, bantuan modal, pembinaan dan sarana produksi oleh perusahaan yang dapat membantu petani dalam meningkatkan pendapatannya. Adapun penelitian bertujuan untuk melihat (1) Pola kemitraan yang dijalankan oleh PT *Simply Fresh Organic* dengan petani mitra sayuran organik, kemudian akan dilihat kategori hubungan tingkat kemitraan yang sedang terjalin, (2) Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan petani untuk bermitra. Adapun hasil dari penelitian adalah (1) Pola kemitraan yang terjalin antara PT *Simply Fresh Organic* dengan petani sayuran organik adalah pola Kemitraan Operasional Agribisnis (KOA), dengan tingkat derajat kemitraan berada pada kemitraan prima utama, (2) Faktor -faktor yang signifikan atau berpengaruh terhadap keputusan petani untuk bermitra yaitu faktor pendidikan dan frekuensi mengikuti penyuluhan.

**Kata kunci:** kemitraan, sayuran organik, petani mitra, nonmitra

## PENDAHULUAN

Pengembangan pertanian di Indonesia terus dilakukan, salah satunya dengan menerapkan kerja sama kemitraan. Kemitraan dapat membangkitkan kepekaan komunikasi dan juga berbagi kepercayaan. Menurut Gutierrez (2008) kemitraan merujuk pada hubungan yang saling membantu, menunjukkan kesetaraan, memiliki rasa hormat serta adanya rasa kepemilikan.

Kemitraan menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 adalah kerja sama dalam usaha yang memiliki keterkaitan, baik dilakukan secara langsung maupun tidak, melibatkan usaha mikro, menengah dan usaha besar atas dasar prinsip kerja sama saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Terbentuknya kemitraan usaha diawali dengan adanya interaksi yang dilakukan secara personal oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan kebutuhan yang sama sehingga terjadi kesepakatan (Saptana *et al.* 2006). Dengan kesepakatan tersebut masing-masing pihak yang bermitra akan berpartisipasi dalam memenuhi kebutuhan usaha untuk mendapatkan manfaat dari kerja sama yang sesuai dengan tujuan bersama.

Kemitraan usaha dapat membina dan mendorong petani, namun dibutuhkan dukungan pemerintah maupun departemen yang terkait (Zakaria 2015). Pengusaha menengah dan besar memiliki tanggung jawab secara moral dan peran untuk membimbing serta membina pengusaha kecil sebagai mitra, sehingga bisa menjadi kemitraan yang dapat diandalkan untuk memperoleh keuntungan dan menciptakan kesejahteraan bersama.

Salah satu kemitraan usaha yang ada di masyarakat adalah kemitraan usaha pertanian yang berorientasi agribisnis. Kemitraan usaha pertanian dapat memperkuat antara pelaku usaha terutama pada pengusaha kecil sebagai pelaku agribisnis atau disebut kelompok mitra dengan pengusaha besar sebagai perusahaan mitra (Musanif *et al.* 2011). Hasil penelitian oleh Tresnati (2014) mengatakan petani yang menjalin kemitraan dapat meningkatkan

produksi dan pendapatan. Hal tersebut terjadi karena adanya bantuan dana dan pembinaan dari lembaga mitra serta adanya jaminan pasar produk yang dihasilkan petani. Mulyani (2017) pada hasil penelitiannya mengatakan menjalin kemitraan dapat mengembangkan usaha karena adanya pengadaan sarana produksi dan modal ke petani dari perusahaan mitra.

Saat ini pertanian organik terus mengalami peningkatan dari sisi produsen maupun konsumen. Peningkatan tersebut didukung oleh kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi makanan sehat dan bergizi tinggi. Namun, pada budidaya sayuran organik terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh petani usahatani sayuran organik seperti: (1) belum ada kebijakan penetapan harga, (2) perlu modal yang banyak untuk usahatani sayuran organik, (3) tidak ada jaminan pasar yang pasti, (4) produk sayuran organik membutuhkan sertifikasi organik dan standar mutu. Menurut Putra *et al.* (2015) kendala lainnya adalah sulitnya mencari pelanggan sayuran organik di pasar tradisional karena harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran anorganik.

Akibat dari kendala-kendala tersebut, maka untuk mengatasinya perlu dilakukan kerja sama kemitraan. Purnaningsih dan Sugihen (2008) mengatakan bahwa kelemahan petani dalam menghadapi perubahan dan permasalahan yang timbul menjadi latar belakang perlunya peran kemitraan pada usahanya. Petani sayuran organik di Kabupaten Cianjur Jawa Barat menjalin kemitraan dengan PT *Simply Fresh Organic*. PT *Simply Fresh Organic* adalah perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis dengan fokusnya ke komoditi sayuran organik yang diperoleh dari petani mitra yang sudah memiliki kontrak kerja sama secara tertulis dengan perusahaan.

Terjalannya kemitraan antara perusahaan dengan petani dalam meningkatkan produktivitas sayuran untuk memperoleh keuntungan, dapat dilihat dengan terjadinya peningkatan kebutuhan sayuran organik di kalangan masyarakat yang diiringi dengan kesadaran mengonsumsi makanan yang sehat.

Maka perlu dikaji pengambilan keputusan petani sayuran organik dalam memutuskan untuk bermitra. Setelah itu, akan dikaji juga tentang karakteristik petani yang menjadi dasar faktor-faktor dalam pengambilan keputusan untuk bermitra dengan perusahaan. Karakteristik petani seperti usia, tingkat pendidikan, keikutsertaan petani dalam penyuluhan berpengaruh terhadap keputusan petani untuk bermitra (Permatasari dan Rondhi 2022: Tutik *et al.* 2014).

Sejalan dengan hasil penelitian Yulistiono dan Hapsari (2019) menyatakan untuk karakteristik pendapatan dan luas lahan berpengaruh terhadap keputusan petani dalam menjalin kemitraan. Pentingnya mengetahui karakteristik petani dalam pengambilan keputusan yaitu untuk memberikan keterangan terkait kondisi petani dan potensi sumberdaya yang dapat dikembangkan lebih lanjut (Dewi *et al.* 2018).

Berdasarkan dari penjelasan di atas, peneliti merumuskan untuk masalah yang akan dikaji di dalam penelitian bertujuan untuk melihat seperti apa pola kemitraan PT *Simply*

*Fresh Organic* dengan petani mitra sayuran organik. Setelah itu akan terungkap tingkat kategori kemitraan antara PT *Simply Fresh Organic* dengan petani mitra. Tujuan kedua adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan petani untuk bermitra.

## METODE

### LOKASI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kabupaten Cianjur Jawa Barat tepatnya di PT *Simply Fresh Organic*. Kemudian ditentukan jumlah petani mitra yang dijadikan sebagai sampel berjumlah 20 orang dilakukan secara sensus dan petani non mitra berjumlah 20 orang.

Karakteristik petani dalam pengambilan keputusan untuk bermitra meliputi karakteristik demografi seperti usia, sifat usahatani, pengalaman, frekuensi mengikuti penyuluhan (Manyamsari dan Mujiburrahmad 2014). Sedangkan untuk karakteristik sosial ekonomi seperti luas lahan garapan dan pendapatan (Ayu *et al.* 2018).

**Tabel 1. Aspek dan Indikator Penilaian terhadap Hubungan Kemitraan**

No	Faktor yang Dinilai	Nilai Maksimum
<b>I</b>	<b>ASPEK PROSES MANAJEMEN</b>	500
1	Perencanaan	150
	a. Perencanaan Kemitraan	100
	b. Kelengkapan Perencanaan	50
2	Pengorganisasian	100
	a. Bidang Khusus	25
	b. Kontrak Kerja sama	75
3	Pelaksanaan dan Efektivitas Kerja sama	250
	a. Pelaksanaan Kerja sama	100
	b. Efektivitas Kerja sama	150
<b>II</b>	<b>ASPEK MANFAAT</b>	500
1	Ekonomi	250
	a. Pendapatan	100
	b. Harga	50
	c. Produktivitas	50
	d. Risiko Usaha	50
2	Teknis	150
	a. Mutu	100
	b. Penguasaan Teknologi	50
3	Sosial	100
	a. Keinginan Kontinuitas Kerja sama	50
	b. Pelestarian Lingkungan	50
<b>Jumlah Aspek Proses Manajemen + Aspek Manfaat</b>		<b>1000</b>

Sumber: SK Mentan 1997 *dalam* Saptana dan Daryono 2013

Pengambilan data primer diperoleh dari survei langsung dengan wawancara ke petani mitra dan non mitra, serta manajer produksi di PT *Simply Fresh Organic*. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait dengan penelitian, literatur pustaka dan media elektronik.

Untuk menjawab tujuan pertama yaitu menganalisis pola kemitraan dianalisis menggunakan data kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelusuran kemudian akan disesuaikan dengan pola kemitraan (Mentan 1997) dalam Sumardjo *et al.* (2004) yaitu pola kemitraan inti plasma, sub kontrak, dagang umum, keagenan dan Kemitraan Operasional Agribisnis (KOA). Sedangkan untuk menganalisis derajat kemitraan dievaluasi dengan menggunakan Keputusan Menteri Pertanian nomor 944/Kpts/OT.210/10/97 tentang penetapan tingkat hubungan kemitraan usaha pertanian.

Adapun derajat kemitraan atau tingkat hubungan kemitraan menurut SK Mentan (1997) dalam Saptana dan Daryono (2013) ada empat kategori yaitu:

1. Kategori kemitraan pra prima nilai rata-ratanya kurang dari 250
2. Kategori kemitraan prima dengan nilai rata-rata 250-500
3. Kategori kemitraan prima madya dengan nilai rata-rata 501-750
4. Kategori kemitraan prima utama dengan nilai rata-rata diatas 750

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu faktor-faktor yang memengaruhi keputusan petani bermitra digunakan regresi logistik sebagai berikut:

$$Y = \ln \left( \frac{P}{1-P} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + e$$

Dimana:

$\ln \left( \frac{P}{1-P} \right)$  = Keputusan petani sayuran organik bermitra (P= 1, bermitra, P= 0, nonmitra)

$\beta_0$  = *Intercept* (konstanta)

$X_1$  = Umur (tahun)

$X_2$  = Pendidikan (tahun)

$X_3$  = Dummy sifat usahatani (1= pekerjaan utama, 0 = pekerjaan sampingan)

$X_4$  = Jumlah Tanggungan (Orang)

$X_5$  = Pengalaman Usahatani (Tahun)

$X_6$  = Luas Lahan Garapan (Ha)

$X_7$  = Frekuensi Mengikuti Penyuluhan (Kali)

$X_8$  = Pendapatan (Rp)

$e$  = *error*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada bab ini akan dijelaskan, proses terbentuknya kemitraan, hak dan kewajiban, mekanisme kemitraan, manfaat dalam melaksanakan kemitraan dan pola pelaksanaan kemitraan antara PT *Simply Fresh Organic* dengan petani mitra sayuran organik. Selanjutnya akan disesuaikan dengan pola kemitraan sesuai teori kemitraan berdasarkan SK Mentan (1997) dalam Sumardjo *et al.* (2004). Serta pembahasan penilaian derajat kemitraan untuk melihat tingkat derajat kemitraan yang terjalin antara pelaku kemitraan. Penjelasan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan petani bermitra.

### PROSES TERBENTUKNYA KEMITRAAN

Terjalannya hubungan kemitraan antara PT *Simply Fresh Organic* dengan petani sayuran dikarenakan adanya kerja sama yang telah disepakati kedua belah pihak. Petani mitra yang setuju dengan isi perjanjian kontrak kerja sama telah membubuhkan persetujuan tanda tangan pada surat perjanjian, maka sudah dinyatakan sebagai anggota kemitraan di PT *Simply Fresh Organic*. PT *Simply Fresh Organic* juga akan menjelaskan beberapa pelayanan yang akan diberikan kepada petani seperti: (1) pengawasan budidaya, (2) pengambilan hasil panen produk sayuran organik dari petani, (3) penyediaan kemasan serta atribut-atribut produk, (4) penanganan pasca-panen, seperti pengemasan produk dan pendistribusian ke mitra ritel.

## HAK DAN KEWAJIBAN PT SIMPLY FRESH ORGANIC DAN PETANI MITRA

Pihak pertama (PT *Simply Fresh Organic*) dan pihak kedua (petani mitra) sepakat membagi hak dan kewajiban kemitraan sebagai berikut:

Pihak pertama berhak:

1. Menerima semua informasi mengenai produk dari jadwal tanam, jenis komoditi, umur tanaman, dan estimasi panen yang harus diberikan petani kepada petugas lapangan perusahaan.
2. Menerima produk yang bermutu serta dijamin keorganikannya oleh pihak kedua.

Pihak pertama berkewajiban:

1. Membayar semua produk yang diterima dari petani mitra. Pembayaran akan dilakukan di minggu ketiga setelah petani melakukan pemasokan sayuran ke perusahaan setiap bulannya.
2. Memberikan rekapan pembayaran yang telah dibayar oleh mitra ritel terkait jumlah produk sayuran yang terjual setiap sekali dalam seminggu ke pihak kedua.

Pihak kedua berhak:

1. Menerima pembayaran dari pihak pertama di minggu ketiga setelah pengiriman produk. Pembayaran dilakukan dalam bentuk transfer ke rekening masing-masing petani yang disediakan oleh pihak pertama.
2. Menerima rekapan pembayaran setiap satu minggu sekali dari produk sayuran yang mereka pasok ke perusahaan.

Pihak kedua berkewajiban:

1. Memberikan informasi pada petugas lapangan pihak pertama mengenai proses produksi budidaya sayuran organik, menunjukkan obat-obatan organik yang dipakai selama proses produksi.
2. Menjual sayuran yang dijamin keorganikannya kepada pihak kedua. Selama proses budidaya petani harus konsisten

tidak memakai produk yang mengandung bahan kimia.

## MEKANISME KEMITRAAN PT SIMPLY FRESH ORGANIC

Produksi sayuran organik yang dijual oleh PT *Simply Fresh Organic* didapatkan dari kerja sama dengan petani-petani yang bermitra dengan perusahaan. Petani-petani sayuran organik yang telah berkerja sama dengan PT *Simply Fresh Organic* harus menyetujui kesepakatan-kesepakatan atau perjanjian secara tertulis dalam surat kontrak. Adapun prosedur kerja sama yang akan ditempuh petani mitra seperti yang disyaratkan oleh PT *Simply Fresh Organic* meliputi:

1. Persetujuan surat kontrak kerja sama penjualan sayuran organik.
2. Menyetujui kesepakatan mengenai jual-beli produk sayuran organik yang terdiri dari 12 pasal yang akan dibacakan oleh pihak PT *Simply Fresh Organic* pada saat petani akan bermitra dengan perusahaan.
3. Pembuatan permohonan surat sertifikasi organik dengan mencantumkan luas lahan yang diusahakan petani, untuk dilanjutkan oleh PT *Simply Fresh Organic* ke Lembaga Sertifikat Organik Indonesia.
4. Membuat kredit, jika petani mengalami kesulitan keuangan selama proses produksi dan juga tersedianya koperasi oleh perusahaan.
5. Membuat kartu debit sesuai dengan yang disarankan oleh PT *Simply Fresh Organic* untuk proses pembayaran jual beli.
6. Membuat daftar jenis sayuran yang akan dibudidayakan pada lahan usahatani untuk disosialisasikan dengan PT *Simply Fresh Organic*.
7. Mendapatkan merek dagang dan nomor sertifikat organik pada produk sayuran dari perusahaan.
8. Petani mendapatkan laporan penjualan dari perusahaan seminggu sekali.

Surat kontrak kerja sama jual-beli produksi sayuran organik antara PT *Simply Fresh Organic* dengan petani yang bermitra berisi

tentang : maksud dan tujuan kerja sama, obyek jual beli, pencantuman merek dagang dan nomor sertifikat, hak dan kewajiban, jaminan produk, mekanisme pembelian, jenis dan estimasi volume yang disepakati, jangka waktu berlakunya kerja sama, berakhirnya perjanjian jika ada perselisihan antara kedua belah pihak yang bermitra, dan juga ketentuan lainnya yang membahas atas kesepakatan dan kesanksian hukum bagi yang melakukan pelanggaran secara fatal.

### MANFAAT KEMITRAAN

Kemitraan PT *Simply Fresh Organic* dan petani mitra merupakan kerja sama kemitraan agribisnis yang berfokus ke penjualan sayuran organik. Manfaat secara ekonomi yang didapatkan dari melakukan kemitraan yaitu harga jual yang sudah pasti, produktivitas lahan lebih tinggi dan adanya tanggung jawab bersama terhadap risiko usaha. Sehingga dengan kondisi tersebut usaha yang dilakukan oleh petani dan perusahaan dapat berkelanjutan untuk saling mendapatkan keuntungan antara kedua belah pihak. Manfaat secara teknis, budidaya sayuran organik terhadap penggunaan teknologi pada petani menjadi lebih baik, berfokus kepada mutu dan kualitas yang dihasilkan sesuai dengan standar sayuran organik. Terjaminnya kualitas dan mutu merupakan hal yang penting dalam usahatani sayuran organik demi meningkatkan harga jual di tingkat konsumen. Selanjutnya, manfaat sosial kemitraan ini antara lain terjalinnya kerja sama berkelanjutan antara petani PT *Simply Fresh Organic* dengan petani mitra. Pihak petani mitra dengan perusahaan saling melibatkan jika ada kesalahpahaman yang terjadi dengan diadakan musyawarah bersama. Kemudian saling bertukar pikiran tentang kendala-kendala yang dihadapi pada usahatani, selanjutnya terjadi diskusi dan memberikan solusi secara bersama.

### POLA PELAKSANAAN KEMITRAAN ANTARA PT *SIMPLY FRESH ORGANIC* DENGAN PETANI MITRA

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas dapat diidentifikasi bentuk pelaksanaan kemitraan antara petani PT *Simply Fresh Organic* dengan petani mitra sayuran organik menurut jenis pola kemitraan oleh (Mentan 1997) dalam Sumardjo *et al.* (2004) yaitu mengacu kepada pola Kemitraan Operasional Agribisnis (KOA).

Pada Pola Kemitraan Operasional Agribisnis (KOA), petani yang bermitra berperan untuk menyediakan tenaga kerja dan lahan usahatannya sendiri. Sedangkan PT *Simply Fresh Organic* menyediakan bantuan modal untuk sarana produksi kepada petani mitra yang membutuhkan dan menjamin kepastian pasar untuk produk hasil panen dari petani mitra. Perusahaan juga menanggung biaya transportasi untuk pengangkutan hasil panen dalam bentuk produk sayuran tersebut sudah dibersihkan dan disortir oleh petani untuk kemudian dikemas. Selanjutnya, perusahaan juga memberikan arahan dan bimbingan pada proses usahatani secara langsung kepada petani.

Pola pelaksanaan kemitraan ini juga didukung oleh hasil penelitian Anindita *et al.* (2019) menyatakan pola kemitraan antara Yayasan Trikaya dengan petani padi Subak Purnajaya adalah kerja sama operasional agribisnis (KOA). Petani mitra berperan menyediakan tenaga kerja dan lahan usahatani, sedangkan Yayasan Trikaya bertanggung jawab atas penyediaan modal seperti sarana produksi, memberikan penyuluhan dan pendampingan, membeli dan menjamin pasar hasil produksi petani mitra. Kerja sama yang terjalin adalah kerja sama tertulis yang masing-masing memiliki hak dan kewajiban dalam menjalin kemitraan untuk mendukung keberlanjutan kerja sama.

## PENILAIAN DERAJAT KEMITRAAN

Hasil pada Tabel 2 menunjukkan nilai aspek proses manajemen dan aspek manfaat kemitraan yang dirasakan oleh PT *Simply Fresh Organic* dan petani mitra masing-masing dijumlahkan dan dibagi dua mendapatkan nilai sebesar 898, yang artinya kemitraan berada pada kemitraan prima utama dengan nilai > 750. Kemitraan prima utama merupakan kategori nilai kemitraan tertinggi yang artinya hubungan kemitraan yang terjalin dikatakan sudah sangat sesuai, baik pada aspek manajemen maupun manfaat yang dirasakan oleh kedua pihak yang bermitra. Keberhasilan

suatu kemitraan juga diukur dari pencapaian para pihak dalam hal teknologi, permodalan, pemasaran dan pendapatan. Pencapaian tersebut tidak lepas dari peran masing-masing pihak.

Hubungan kemitraan yang terjalin akan berkelanjutan jika manfaat kerja sama didistribusikan secara adil dan konsisten. Dalam hubungan kemitraan diharapkan bukan hanya meningkatkan keuntungan saja, namun meningkatkan kemampuan kewirausahaan petani, meningkatkan kualitas hasil, kemampuan teknologi yang lebih baik, pemasaran produk terus terjamin serta mampu memperluas lapangan pekerjaan.

**Tabel 2. Nilai Tingkat Hubungan Kemitraan Berdasarkan Rata-Rata Pendapat Petani Mitra Sayuran Organik dan PT *Simply Fresh Organic***

No	Faktor yang Dinilai	Nilai Maksimum	Nilai Rata-Rata Pendapat	
			Petani Mitra Sayuran Organik	PT <i>Simply Fresh Organic</i>
I	Aspek Proses Manajemen Kemitraan	500		
	1. Perencanaan	150		
	a. Perencanaan Kemitraan	100	50	50
	b. Kelengkapan Kemitraan	50	36,5	40
	2. Pengorganisasian	100		
	a. Bidang Khusus	25	25	25
	b. Kontrak Kerja sama	75	75	75
	3. Pelaksanaan dan Efektivitas Kerja sama	250		
	a. Pelaksanaan Kerja sama	100	85	100
	b. Efektivitas Kerja sama	150	150	150
	Jumlah Nilai Rata-rata Aspek Manajemen Kemitraan	500	421,5	440
II	Aspek Manfaat Kemitraan	500		
	1. Ekonomi	250		
	a. Pendapatan	100	92,5	100
	b. Harga Pasar	50	50	50
	c. Produktivitas	50	35	50
	d. Risiko Usaha	50	42,5	30
	2. Teknis	150		
	a. Mutu	100	85	100
	b. Penguasaan Teknologi	50	50	50
	3. Sosial	100		
	a. Keinginan Kontinuitas Kerja sama	50	50	50
	b. Pelestarian Lingkungan	50	50	50
	Jumlah Nilai Rata-rata Aspek Manfaat Kemitraan	500	455	480
	Jumlah Nilai Rata-rata Aspek Manajemen Kemitraan + Jumlah Nilai Rata-rata Aspek Manfaat Kemitraan	1000	876,5	920
	Rata-rata Pendapat Petani Mitra dan PT <i>Simply Fresh Organic</i>			898

Sumber: Data Primer, 2021

Kesesuaian isi perjanjian yang dirasakan pihak yang bermitra dapat membangun kepercayaan. Kemudian bisa dinilai apakah kemitraan tersebut saling menguntungkan atau sebaliknya. Dalam hubungan kemitraan diharapkan perusahaan dan petani dapat meningkatkan kemampuan untuk terus mengembangkan usahanya, mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan beragam, mampu menguasai teknologi dan lain-lain. Dengan kemampuan-kemampuan tersebut, maka perusahaan dan petani mitra bisa dikatakan berhasil. Hubungan kemitraan antar pelaku tidak bisa lepas dari tugas dan fungsi masing-masing, sehingga antar pihak diharapkan mampu memelihara dan membangun kerja sama yang harmonis satu sama lain, saling mendukung bukan saling bersaing demi tercapainya tujuan bersama.

Kesesuaian perjanjian yang dirasakan oleh pihak yang bermitra dapat membangun kepercayaan yang akan menciptakan kerja sama yang kuat untuk terus meningkatkan keuntungan pada hasil pemasaran produk yang dimitrakan. Oleh karena itu, perlu dilihat tingkat derajat hubungan kemitraan yang terjalin antara perusahaan dengan petani mitra. Sehingga dari hasil perhitungan derajat kemitraan tersebut dapat dilihat pada tingkat mana kemitraan yang mereka jalankan selama ini. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2 menunjukkan nilai tingkat hubungan kemitraan yang dirasakan oleh PT *Simply Fresh Organic* dan petani mitra.

Analisis tingkat hubungan kemitraan didasarkan pada keputusan Menteri Pertanian No. 994/Kpts/OT.210/10/97 dalam rangka pembinaan kemitraan usaha pertanian dapat dikatakan layak atau tidak dapat ditinjau dari aspek proses manajemen kemitraan yang ada di PT *Simply Fresh organic* dengan petani mitra. Hasil rata-rata pendapat petani mitra dan perusahaan pada aspek proses manajemen dibagi dua adalah 470,5 dari total maksimum 500. Artinya pada aspek proses manajemen dapat dikatakan petani maupun perusahaan sudah menyatakan setuju terhadap penilaian indikator baik di perencanaan, pengorganisasian serta pelaksanaan dan efek-

tivitas kerja sama. Sedangkan untuk aspek manfaat jumlah rata-rata pendapat petani mitra dengan PT *Simply Fresh Organic* dibagi dua menghasilkan nilai 467,5 yang artinya semakin dekat dengan nilai maksimum 500, maka ada manfaat yang dirasakan selama bermitra. Disimpulkan dari aspek manfaat sudah dirasakan oleh pihak petani mitra dan juga perusahaan terhadap kemitraan yang mereka jalani.

## ASPEK MANAJEMEN KEMITRAAN

Manajemen adalah suatu proses meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan untuk menentukan dan mencapai tujuan dengan memanfaatkan sumberdaya manusia dan sumberdaya alam yang tersedia (Terry 1997). Penilaian aspek proses manajemen kemitraan disesuaikan dengan kondisi yang terjadi di lapangan sesuai dengan kemitraan yang sedang dijalankan. Total nilai maksimal dari aspek proses manajemen adalah 500.

### Perencanaan

Pada aspek perencanaan masing-masing pihak petani dan perusahaan memberikan nilai 50. Perencanaan berisi tentang isi kontrak perjanjian kerja sama. Isi kontrak kerja sama dibuat sepihak oleh perusahaan mitra. Namun pada isi kontrak kerja sama tersebut, petani mitra diberikan kebebasan jika ada ketentuan lain yang tidak tercantum dalam isi kontrak kerja sama dapat diutarakan dengan syarat telah disepakati para pihak atas dasar niat baik. Perencanaan menentukan tujuan dan menentukan tindakan untuk mencapai tujuan bersama. Maka petani mitra seluruhnya setuju kontrak kerja sama ditulis sepihak oleh perusahaan.

Sedangkan kelengkapan kemitraan meliputi aspek pemasaran dan sarana produksi dirasakan oleh petani dengan memberikan nilai 36,5 dan perusahaan memberikan nilai 50 dari nilai maksimumnya. Disimpulkan terdapat lebih dari setengah petani setuju terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dalam meningkatkan usaha kemitraan yang berlang-



sung. Untuk perusahaan sudah merasakan semua aspek kelengkapan pada hubungan kemitraan dengan petani.

### **Pengorganisasian**

Pengorganisasian aspek proses manajemen kemitraan antara PT *Simply Fresh Organic* dengan petani mitra sayuran organik dibagi menjadi dua bagian yaitu bidang khusus dan kontrak kerja sama. Bidang khusus yaitu bidang yang menangani proses kegiatan kemitraan yang ada di perusahaan terhadap petani atau bisa dikatakan sebagai struktur organisasi dalam perusahaan yang memiliki fungsi masing-masing dalam menjalani kemitraan. Pada bidang khusus nilai yang diberikan petani dan perusahaan adalah 25 sama dengan nilai maksimum begitu juga dengan perusahaan. Dikarenakan selama menjalin kemitraan terdapat bidang-bidang khusus yang menangani setiap kegiatan kemitraan yang sedang dijalankan.

Sedangkan untuk kontrak kerja sama dibuat secara tertulis yang terdapat beberapa aspek didalamnya, seperti aspek pemasaran, kualitas produk, hak dan kewajiban, pembayaran, sistem pembelian, jangka waktu kerja sama dan sanksi terhadap pelanggaran. Pada kontrak kerja sama ini petani 100 persen setuju mendapatkan aspek yang tertera pada kontrak kerja sama yang dibuat oleh PT *Simply Fresh organic*. Dapat disimpulkan aspek yang dikontrak kerja sama dapat dirasakan oleh petani setelah bermitra dengan perusahaan begitu juga sebaliknya.

### **Pelaksanaan dan Efektivitas Kerja Sama**

Pelaksanaan kerja sama antara PT *Simply Fresh Organic* dan petani mitra dijalankan sesuai dengan perjanjian dan transparan yang disetujui oleh perusahaan. Untuk petani mitra yang setuju berjumlah 17 orang dengan nilai 85, sehingga terdapat ada tiga petani mitra merasa tidak adanya transparansi didalam kerja sama yang terjalin terkait produk yang dikirim ke mitra ritel. Penyebab lainnya terkait keuangan yang terkadang dibutuhkan secara mendesak oleh petani tidak langsung diper-

oleh, karena manajer keuangan yang ada di perusahaan tidak berada di lokasi yang sama dengan petani. Oleh karena itu, komunikasi jarak jauh yang tidak efisien menimbulkan ketidakpuasaan terhadap perusahaan. Namun hal tersebut sebenarnya bukan masalah yang besar, karena untuk mengatasi hal tersebut maka manajer produksi di perusahaan akan mengadakan musyawarah dengan petani untuk membahas masalah dan mencari solusi bersama.

Efektivitas kerja sama adalah kemampuan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya yang telah ditetapkan sebelumnya secara tepat sasaran sesuai dengan tugas pokok masing-masing. Untuk efektivitas kerja sama dirasakan oleh petani maupun perusahaan selama menjalin kemitraan sehingga memberikan nilai yang maksimum yaitu 150 masing-masing pihak. Pada efektivitas kerja sama ini lebih menekankan ke output yang dihasilkan. Efektivitas kerja sama antara PT *Simply Fresh Organic* dan petani mitra sayuran organik terdiri dari kontinuitas suplai, sistem pembayaran dan kemampuan suplai produk ke mitra ritel mampu dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Sehingga dengan kemampuan efektivitas kerja sama tersebut perusahaan dan petani mitra sudah layak dan untung dalam usaha yang mereka mitrakan.

### **ASPEK MANFAAT**

Manfaat kemitraan yang terdiri dari manfaat ekonomi, manfaat teknis dan manfaat sosial dapat dirasakan secara langsung oleh PT *Simply Fresh Organic* dan petani mitra sayuran organik dengan memberikan penilaian terhadap aspek tersebut yaitu:

#### **Aspek Manfaat Ekonomi**

Dalam aspek manfaat ekonomi terdapat 4 aspek yang dijadikan sebagai indikator penilaian yaitu aspek pendapatan, harga pasar, produktivitas dan risiko usaha. Adapun nilai dari aspek ekonomi berdasarkan pendapat PT *Simply Fresh Organic* sebesar 230. Menurut perusahaan, pendapatan pada komoditi yang

dimitrakan meningkat dengan nilai 100, sedangkan pada petani memberikan nilai 92,5 dari nilai maksimum dapat dikatakan hampir semua petani mitra merasakan pendapatan meningkat setelah bermitra. Harga komoditi sayuran organik yang dimitrakan lebih tinggi dibandingkan harga sayuran yang di jual di pasar tradisional dengan penilaian perusahaan dan petani masing-masing 50 dengan nilai maksimum 50. Pada produktivitas juga meningkat dirasakan oleh petani dengan memberikan penilaian 35 dan perusahaan 50 dari nilai maksimumnya. Produk yang dihasilkan oleh petani mampu memenuhi permintaan pasar. Selanjutnya, risiko usaha semakin kecil karena adanya pembinaan budidaya sayuran dari perusahaan langsung ke petani mitra dengan masing-masing penilaian antara petani memberikan nilai 30 dan perusahaan memberikan nilai 42,35. Perbedaan penilaian tersebut dikarenakan petani mengatakan risiko usaha sebagian ditanggung oleh petani dan juga perusahaan terkait produk yang tidak lolos sortir di perusahaan mitra ritel .

#### Aspek Manfaat Teknis

Aspek teknis meliputi aspek mutu dan aspek penguasaan teknologi. Pada kualitas mutu terjadi peningkatan di pihak perusahaan dengan nilai 100 dan petani dengan nilai 85 dengan nilai maksimum 100. Artinya apabila penilaian semakin mendekati nilai maksimum, maka terdapat manfaat yang dirasakan oleh pihak yang bermitra. Pada pihak petani adanya pembinaan tentang mutu produk dari perusahaan membuat hasil produksi sayuran semakin meningkat dan hasil yang berkualitas. Karena pada produk sayuran organik mutu sangat penting untuk diperhatikan dalam pemasaran produk sayuran dengan sistem organik.

Untuk penguasaan teknologi dirasakan oleh petani dan perusahaan dengan nilai 50 setelah melakukan kemitraan. Adanya penguasaan teknologi dikarenakan pada kemitraan ini memperkenalkan teknologi baru yang mengubah pertanian yang menggunakan bahan-bahan kimia dengan beralih ke

pertanian yang menggunakan bahan-bahan organik pada semua budidaya tanamannya.

#### Aspek Manfaat Sosial

Nilai aspek ini terdiri dari keinginan kontinuitas kerja sama dan pelestarian lingkungan dengan nilai pada petani dan perusahaan sebesar 50 yaitu sama dengan nilai maksimumnya. Pada keinginan kontinuitas kerja sama PT *Simply Fresh Organic* dan petani memungkinkan untuk melanjutkan kerja sama. Petani mitra menjadi pemasok utama sayuran organik yang terus dibutuhkan oleh perusahaan, sedangkan perusahaan yang menjadi jembatan untuk pemasaran hasil produk sayuran organik petani. Untuk pelestarian lingkungan PT *Simply Fresh Organic* sudah menerapkan sesuai dengan kaidah-kaidah pertanian yang berlaku seperti sesuai dengan konservasi tanah, air, penanganan limbah yang berlaku secara teknis. Begitu juga pada petani mitra setelah melakukan usahatani sayuran organik yang dapat mengembalikan kesuburan tanah, karena tidak tercemar lagi oleh bahan-bahan kimia.

#### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PETANI BERMITRA

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dilapangan pada responden petani mitra sayuran organik dan non mitra di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi petani sayuran organik untuk bermitra. Maka pada analisis ini, akan dibahas faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu petani dalam bermitra. Terdapat delapan variabel bebas yang diduga dapat memengaruhi keputusan petani dalam bermitra. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi petani sayuran organik untuk bermitra, maka dianalisis dengan menggunakan regresi logistik.

Dalam analisis model regresi logistik terlebih dahulu harus dilakukan pengujian terhadap kelayakan model. Hasil kelayakan model regresi dapat dilakukan dengan melihat signifikan pada tabel *hosmer and lemeshow test*.

Nilai signifikan hasil regresi logistik untuk tabel *hosmer and lemeshow test* adalah  $0.574 > 0.05$  yang artinya terima  $H_0$ , kesimpulannya menunjukkan bahwa model regresi logistik yang terbentuk mampu memprediksi nilai observasinya. Sehingga model regresi logistik yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut karena telah cukup mampu untuk menjelaskan data observasinya. Selanjutnya, tabel *Omnibus Test of model coefficients* nilai *Chi-Square* model adalah 20.500 dengan nilai signifikan sebesar  $0.009 < \alpha (0.05)$  yang artinya tolak  $H_0$  dengan kata lain ada minimal satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pada Model Summary pada Nagelkerke R Square sebesar 0,525 untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen pada output regresi logistik SPSS, menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen adalah 52,5 persen dan ada 47,5 persen faktor lainnya di luar model yang menjelaskan variabel terikat. Uji Wald digunakan untuk menguji signifikansi tiap-tiap parameter pada model penelitian. Sehingga dapat dilihat variabel independen yang berpengaruh terhadap keputusan petani bermitra.

Berdasarkan hasil output analisis regresi logistik pada Tabel 3 menunjukkan variabel yang signifikan pada taraf nyata 5 persen yang memengaruhi keputusan petani sayuran organik dalam bermitra adalah pendidikan

(X2), dan frekuensi mengikuti penyuluhan (X7). Penjelasan untuk variabel yang signifikan pada tabel diatas adalah sebagai berikut:

Variabel Pendidikan (X2) berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,034 ( $<0,05$ ). Nilai *odd ratio* variabel pendidikan sebesar 1,612 yang berarti setiap kenaikan satu tahun pendidikan, maka peluang bermitra lebih besar 1,612 kali. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Charisah *et al.* (2021) mengatakan pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani sayuran organik bermitra dengan tingkat signifikansi 5 persen. Begitu juga dengan hasil penelitian yang sama dilakukan Permatasari dan Rondhi (2022) mengatakan keputusan petani untuk bermitra sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan mereka, semakin tinggi pendidikan petani maka akan meningkatkan keputusan petani untuk bermitra dengan taraf signifikansi 1 persen.

Variabel frekuensi mengikuti penyuluhan (X7) berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,049 ( $<0,05$ ). Nilai *odd ratio* sebesar 2,058 yang berarti semakin meningkat frekuensi mengikuti penyuluhan, maka akan meningkatkan keinginan petani untuk bermitra sebesar 2,058 kali. Penelitian Listiani *et al* (2018) mengatakan bahwasanya kemampuan penyuluh memberikan informasi tentang teknologi, serta mampu memberikan pemecahan masalah pada petani, serta memberikan ide-ide dalam mengembangkan usahatani dan juga memberikan cara memanfaatkan sumber-

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Logistik Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Sayuran Organik Bermitra Diolah dengan SPSS**

Variabel	Koefisien	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Umur	.010	.062	.025	1	.875	1.010
Pendidikan	.478	.225	4.501	1	.034*	1.612
Sifat Usahatani	-.334	1.827	.033		.855	.716
Jumlah Tanggungan	.536	.421	1.620	1	.203	1.709
Pengalaman Usahatani	.004	.062	.004	1	.948	.996
Luas Lahan Garapan	.000	.000	.507	1	.476	1.000
Frekuensi Mengikuti Penyuluhan	.722	.366	3.889	1	.049*	2.058
Pendapatan	.000	.000	.000	1	.464	1.000
Constant	-7.073	3.723	3.611	1	.057	.001

Keterangan: signifikansi pada taraf nyata  $* = \alpha (5 \%)$

daya alam (SDA) yang tersedia dapat memengaruhi petani untuk mengikuti kelembagaan atau kemitraan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kemitraan dan derajat kemitraan, serta faktor-faktor yang memengaruhi petani sayuran organik untuk bermitra yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pola kemitraan yang terjalin antara PT *Simply Fresh Organic* dengan petani mitra sayuran organik adalah pola kemitraan operasional agribisnis (KOA), dengan nilai rata-rata pendapat antara PT *Simply Fresh Organic* dan petani mitra sebesar 898 yang artinya berada pada kategori kemitraan prima utama dengan nilai >750.

Adapun hasil yang menunjukkan faktor-faktor yang signifikan atau berpengaruh terhadap keputusan petani bermitra yaitu faktor pendidikan dan frekuensi mengikuti penyuluhan.

### SARAN

Kemitraan yang sudah terjalin sangat baik sehingga perlu dipertahankan untuk terus mampu menghasilkan dan menciptakan kerja sama yang sesuai dengan tujuan kemitraan. PT *Simply Fresh Organic* diharapkan lebih sering memberikan penyuluhan terhadap pengetahuan dan teknologi pada usahatani sayuran organik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, A.A.R., Budiasa I.W, & Anggreni I.L. (2019). Pola Kemitraan Yayasan Trikaya dalam Pengembangan Usahatani Padi Organik di Subak Purnajaya, Desa Lebih, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8(2). <https://doi.org/10.24843/JAA.2019.v08.i02.p04>
- Ayu, I.W, Sebayang, H.T, Prijono, S., & Iskandar, S. (2018). Analisis karakteristik demografi dan sosial ekonomi petani lahan kering iklim kering di Dusun Brang Pelat, Kecamatan Unter Iwes Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*,1(2):70-79. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v1i2.46>
- Charisah, Z, Syakir, F., & Hindarti, S. (2021). Faktor- Faktor Sosial Ekonomi Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Sayur Organik Dalam Bermitra Dengan Perusahaan Sayuran Organik Cv Kurnia Kitri Ayu FARM MALANG. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 9(6):42-54.
- Dewi, I. N., Andayani, W., & Suryanto, P. (2018). Karakteristik Petani dan kontribusi Hutan Kemasyarakatan (HKm) Terhadap Pendapatan Petani di Kulon Progo. *Jurnal Ilmu Kehutanan*. 12(1):86-98. <https://doi.org/10.22146/jik.34123>
- Gutierrez, D. (2008). Beyond Disappointment: Transforming Ideology and Practice in North-South Research Partnerships. *NORRAG News*. 41:19-21.
- Listiana, I, Sumardjo, S., Sadono, D., & Tjiptopranoto, P. (2018). Hubungan Kapasitas Penyuluh dengan Kepuasan Petani dalam Kegiatan Penyuluhan. *Jurnal Penyuluhan*.14(2):244-256. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v14i2.18673>
- Manyamsari, I., Mujiburrahmad. (2014). Karakteristik Petani dan Hubungannya Dengan Kompetensi Petani Lahan Sempit (Kasus: Di Desa Sinar Sari Kecamatan Dramaga. Bogor (Jawa Barat). *Jurnal Agriseip*. 15(2):58-74.
- [Mentan] Kementerian Pertanian, Keputusan Menteri Pertanian. 1997. Pedoman Kemitraan Usaha Pertanian. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Mulyani. (2017). Analisis Kemitraan Usaha Tomat Di Lembang, Jawa Barat (Studi Kasus Kelompok Usahatani Mekar Tani Jaya) [tesis]. Bogor: Sekolah Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.

- Musanif, J., Indrajati, S. B., Putera, M., & Wahyuni, S. .2011. Pedoman Kemitraaan Usaha Agribisnis. Direktorat Pengembangan Usaha Dan Investasi Direktorat Pengembangan Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian.
- Permatasari, A., Rondhi, M. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Petani Padi dalam Mengikuti Kemitraan di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. 10(1):15-30.  
<https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.15-30>
- Purningsih, N., Sugihen, G. S. (2008). Manfaat Keterlibatan Petani Dalam Pola Kemitraan Agribisnis Sayuran di Jawa Barat. *Jurnal Penyuluhan*. 4(2):80-91.  
<https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v4i2.2173>
- Putra, P. S. D., Ambarawati, I. G. A. A., & Yusuf, R. P. (2015). Manajemen Pemasaran Sayur Organik (Studi Kasus pada P4S Eka Setia Lestari di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan). *Journal of Agribusiness and Agritourism*. 4(2):107-116.
- Saptana, Daryanto, A. 2013. Dinamika Kemitraan Usaha Agribisnis Berdaya Saing dan Berkelanjutan. Bogor: Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Saptana, Mayrowani A, Agustian, Sunarsih. 2006. Analisis Kelembagaan Kemitraan Rantai Pasok Komoditas Hortikultura. Laporan Penelitian. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Sumardjo, Sulaksana J, Aris W. 2004. Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Terry GR. 1997. Prinsip- Prinsip Manajemen (edisi bahasa Indonesia). Bandung: PT. Bumi Aksara.
- Tresnati, R. (2014). Kajian Tentang Kemitraan Guna Meningkatkan Pendapatan Petani Pada Usahatani Jagung Manis Di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*. 11(2):1-12.  
<https://doi.org/10.29313/performa.v0i2.3031>
- Tutik, W. R., Suwanto, Sundari. M. T (2014). Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi Terhadap Keputusan Petani Padi Organik Dalam Menjalin Kemitraan Dengan Perusahaan Beras Padi Mulya” Dikecamatan Sambirejo Kabupaten Sragen. *Jurnal Padi Organik*. 2(1):1-10.
- Yulistiono, F., Hapsari, T. D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Dalam Bermitra Dengan PT. Sirtanio Organik Indonesia. *Sepa*. 8 (2):112-124.  
<https://doi.org/10.20961/sepa.v16i1.24682>
- Zakaria F. 2015. Pola Kemitraan Agribisnis. Gorontalo: Ideas Publishing.