

POLA DAN PERSEPSI PETANI KOPI TERHADAP KEMITRAAN DI KABUPATEN DAIRI

**Stepani A. K. Roma Intan Nainggolan¹, Suprehatin²,
Yanti Nuraeni Muflikh³**

¹Program Studi Magister Sains Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

^{2,3}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga, Indonesia

e-mail: ¹stepani.nainggolan@gmail.com

(Diterima 27 Juni 2024/Revisi 27 Juli 2024/Disetujui 16 Oktober 2024)

ABSTRACT

Dairi Regency is one of the leading coffee producers in North Sumatra. Most of the coffee farmers in Dairi Regency are engaged in contract farming (CF) with the company PT. Wahana Graha Makmur (WGM). However, the implementation of CF could have been better. This research aims to analyze the mechanisms of established CF patterns and to find out how partner farmers perceive CF in Dairi Region. The survey was conducted from June to December 2023 in Sumbul, Parbuluan and Sitinjo Districts. Respondents were 90 partners of the Cimata Makmur cooperative and 70 partners of the MPOK Catholic Church. CF patterns were analyzed using descriptive analysis, and farmer perceptions were analyzed using a Likert scale. Seven indicators were used in perception analysis: relative advantage, suitability, complexity, communication, cooperation, trust and commitment. The Mann-Whitney test was also conducted to determine differences in the perceptions of partner farmers. The results show that the CF pattern between cooperative partner farmers is a multiparty model, and the partnership pattern between church partner farmers is an intermediate model. Research also shows differences in perceptions between cooperative partner farmers and church partners. These findings provide useful information for companies as a basis for improving partnerships. Farmers' perceptions can be improved with good communication management to reduce the lack of information among partner farmers.

Keywords: *contract farming, mann whitney test, perception*

ABSTRAK

Kabupaten Dairi merupakan salah satu penghasil utama kopi di Sumatera Utara. Sebagian besar petani kopi di Kabupaten Dairi menjalin kemitraan dengan perusahaan PT. Wahana Graha Makmur (WGM). Namun, pelaksanaan kemitraan belum berjalan dengan baik. Perusahaan belum pernah menerima hasil panen dari petani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme pola kemitraan yang telah terjalin dan bagaimana persepsi petani mitra terhadap kemitraan di Kabupaten Dairi. Penelitian dilaksanakan dari bulan Juni - Desember 2023 di Kecamatan Sumbul, Parbuluan dan Sitinjo. Responden dalam penelitian ini sebanyak 90 orang mitra koperasi Cimata Makmur dan 70 orang mitra Gereja Katolik MPOK. Pola kemitraan dianalisis dengan analisis deskriptif dan persepsi petani dengan skala likert. Terdapat tujuh indikator yang digunakan dalam analisis persepsi yaitu keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, komunikasi, kerjasama, kepercayaan dan komitmen. Uji Mann Whitney juga dilakukan untuk melihat perbedaan persepsi petani mitra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua jenis pola kemitraan yang terjadi antara petani kopi dengan PT. WGM. Pola kemitraan petani mitra koperasi Cimata Makmur adalah pola kemitraan adalah pola kemitraan multipartite dan pola kemitraan petani mitra gereja adalah pola kemitraan inti plasma. Penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi antara petani mitra koperasi dengan mitra gereja. Temuan ini memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan sebagai bahan perbaikan kemitraan. Persepsi petani dapat ditingkatkan dengan manajemen komunikasi yang baik untuk mengurangi kekurangan informasi di antara petani mitra.

Kata kunci: kemitraan, kopi, persepsi, uji mann whitney

PENDAHULUAN

Ciri khas usahatani adalah ketidakpastian dan risiko. Ketidakpastian produksi, harga, teknologi dan kebijakan dapat menyebabkan risiko yang cukup besar dalam investasi pertanian (Gardner & Rausser, 2001). Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk memperkecil risiko adalah dengan menerapkan kemitraan atau *contract farming* (CF). CF adalah hubungan antara petani dengan perusahaan swasta atau pun negara yang diatur dalam sebuah perjanjian kontrak baik lisan maupun tulisan (Rehber, 2006).

Kemitraan memberikan beberapa keuntungan bagi petani. Petani mendapatkan jaminan pemasaran produk, peningkatan pendapatan dan penggunaan teknologi (Puspitaningrum dan Gayatri, 2019). Petani juga mendapatkan bantuan modal input seperti pinjaman bibit, pupuk, pestisida serta bantuan biaya tenaga kerja. Perusahaan juga membeli hasil panen petani dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar (Hamidi, 2014).

Kemitraan dapat berjalan dengan baik apabila kedua belah pihak saling diuntungkan. Penelitian yang dilakukan Marito *et al.* (2023) menunjukkan bahwa pola kemitraan yang dilaksanakan sudah saling menguntungkan satu sama lain. Perusahaan menyediakan bantuan modal produksi, jaminan pemasaran, bimbingan teknis dan teknologi bagi petani serta biaya transportasi pengangkutan yang ditanggung oleh perusahaan. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan produksi dan kualitas hasil panen petani sehingga perusahaan dapat memenuhi target pasar.

Persepsi petani terhadap perjanjian kemitraan yang sudah disepakati penting untuk keberlanjutan kemitraan. Penelitian yang dilakukan Megersa & Assefa (2019) menunjukkan bahwa petani mitra memiliki pemahaman yang lebih baik tentang CF daripada petani non mitra. Perusahaan agribisnis dan koperasi harus mampu meningkatkan pemahaman petani tentang CF. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan pelatihan dan pendampingan teknis yang akan menam-

bah informasi petani dan berdampak positif terhadap keberlanjutan CF.

Persepsi petani juga akan memengaruhi petani dalam pengambilan keputusan. Lesmana *et al.*, (2011) menemukan petani ikut berpartisipasi dalam kemitraan karena persepsi mereka yang positif terhadap manfaat pola kemitraan. Mereka akan termotivasi untuk mengembangkan pola kemitraan apabila informasi yang mereka terima sudah lengkap dan valid dan menilai kemitraan yang mereka ikuti dapat mendukung usaha tani mereka.

Persepsi negatif petani terhadap kemitraan ditemukan oleh Ruml & Qaim (2020). Para petani menyesali keputusan mereka berpartisipasi dalam kemitraan. Petani tidak mendapat cukup informasi tentang kontrak yang mereka tandatangani dan sebagian besar tidak mengetahui jumlah utang yang mereka miliki di perusahaan mitra. Kurangnya transparansi ini akan meningkatkan keinginan petani untuk keluar dari kemitraan.

Petani kopi arabika di Kabupaten Dairi menghadapi berbagai masalah produksi yaitu keterbatasan modal, harga jual kopi yang rendah dan teknologi budidaya yang masih rendah (Sitanggang & Sembiring, 2013). Dalam menghadapi permasalahan tersebut, PT. Wahana Graha Makmur (PT. WGM) mengembangkan konsep kemitraan di Kabupaten Dairi. Kemitraan tersebut juga didorong oleh kebutuhan PT. WGM terhadap biji kopi yang berkualitas untuk dipasarkan. Perusahaan tersebut membutuhkan kopi dalam bentuk *cherry* untuk memenuhi kapasitas mesin penggiling kopi.

Survei pendahuluan penelitian menemukan petani yang belum paham tentang isi perjanjian kontrak kerjasama. Petani yang mendapatkan sosialisasi kemitraan di balai desa atau kantor desa beranggapan bahwa mereka tidak diwajibkan untuk menjual hasil panen kepada pihak perusahaan. Mereka berhak menjual hasil panen mereka kepada pihak yang memberikan harga yang lebih tinggi.

Ketidakjelasan informasi yang diterima petani dapat menyebabkan pelaksanaan kemitraan tidak berjalan dengan baik. Kontrak

perjanjian yang mengatur bagaimana pihak-pihak yang bermitra seharusnya menjadi alat untuk mencegah kegagalan kemitraan. Namun, karena adanya ketidakjelasan informasi menyebabkan kontrak tidak dapat berfungsi secara ideal (Rondhi *et al.*, 2021).

Identifikasi pola kemitraan diperlukan untuk melihat mekanisme pelaksanaan kemitraan yang dijalankan perusahaan dengan petani mitra yang difasilitasi oleh pihak koperasi dan gereja. Identifikasi pola kemitraan ini bertujuan untuk melihat dan mengevaluasi mekanisme di antara dua jenis kemitraan tersebut. Adanya perbedaan fasilitator kemitra-

an juga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda di antara petani mitra. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penting untuk melihat ada tidaknya perbedaan persepsi di antara petani mitra.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sumbul, Parbuluan dan Sitingo pada bulan Juni - Desember 2023. Sampel ditentukan dengan metode *random sampling* dengan dua kelompok responden yaitu responden petani mitra koperasi Cimata Makmur dan responden mitra Gereja MPOK. Sampel ditentukan

Tabel 1. Atribut Persepsi Petani terhadap Kemitraan

Indikator	Item
Keuntungan relatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petani mendapatkan pendampingan teknik budidaya secara lebih intensif. 2. Petani mendapatkan kemudahan dalam mengakses bibit kopi dan bibit penaung 3. Petani mendapatkan jaminan pemasaran produk 4. Perbandingan harga pasar dan kemitraan jauh berbeda (mitra lebih diuntungkan)
Kesesuaian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat materi pendampingan budidaya yang sesuai dengan kebutuhan petani 2. Terdapat kesesuaian antara ketersediaan bibit dan kebutuhan 3. Terdapat perjanjian kontrak yang disepakati bersama 4. Terdapat ketentuan wajib menjual hasil panen kepada perusahaan 5. Terdapat ketentuan kriteria penjualan hasil panen 6. Tidak ada pembayaran menjadi anggota mitra 7. Terdapat pengawasan lapangan 8. Terdapat kesiapan pelaksanaan kemitraan
Kerumitan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petani tidak menemukan kesulitan dalam menerapkan teknik budidaya yang dianjurkan 2. Petani tidak menemukan kesulitan dalam proses pendaftaran dan pengajuan mitra 3. Petani mudah mendapatkan informasi pra kemitraan 4. Hasil panen petani dijemput oleh pihak mitra/perusahaan 5. Hasil penjualan panen petani dibayar langsung pada saat diterima pihak mitra/perusahaan. 6. Petani tidak menemukan kesulitan dalam menjual hasil panen kepada perusahaan.
Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petani mendapatkan akses berkomunikasi dengan petugas lapangan 2. Terdapat sosialisasi/penjelasan mengenai isi perjanjian kontrak 3. Petugas lapangan melakukan kunjungan ke petani 4. Petani mudah mendapatkan informasi harga kopi terbaru yang ditentukan perusahaan 5. Pihak mitra/perusahaan merespon cepat keluhan petani tentang budidaya
Kerjasama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan selalu memenuhi kewajiban sebagai perusahaan inti 2. Petani selalu memenuhi kewajiban sebagai mitra perusahaan 3. Perusahaan memiliki andil yang kuat terhadap keberhasilan kemitraan 4. Petani memiliki andil yang kuat terhadap keberhasilan kemitraan
Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petani percaya perusahaan mampu memberikan harga jual kopi yang sesuai. 2. Petani sadar menjalankan tugasnya dengan baik tanpa harus dilakukan pengawasan yang ketat. 3. Perusahaan selalu menerima hasil panen petani. 4. Perusahaan tidak akan merugikan petani selama kemitraan berlangsung
Komitmen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petani menginginkan keberlanjutan kerjasama 2. Petani bersedia melakukan usaha yang maksimal untuk kesuksesan kerjasama yang dijalankan 3. Perusahaan bersedia melakukan usaha yang maksimal untuk kesuksesan kerjasama yang dijalankan.

secara acak dengan pengundian. Data pada penelitian ini menggunakan data primer hasil wawancara terhadap 160 responden dengan pembagian 90 responden petani mitra koperasi dan 70 responden petani mitra gereja. Penentuan sampel diperoleh dari rumus Slovin (Radjab dan Jam'an 2017) dengan taraf kesalahan 10% pada populasi petani mitra koperasi dan gereja masing-masing adalah 683 orang dan 188 orang.

Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi mekanisme pelaksanaan kemitraan antara petani mitra dan analisis persepsi petani menggunakan skala likert dengan skor 1 (sangat tidak setuju), skor 2 (tidak setuju) dan skor 3 (ragu-ragu), skor 4 (setuju) dan skor 5 (sangat setuju). Data kemudian dianalisis dengan menentukan interval kelas. Penentuan interval kelas pada masing-masing indikator adalah dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{interval kelas} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{3}$$

Penentuan atribut persepsi dilakukan berdasarkan studi literatur yang disesuaikan dengan kondisi lapangan. Peneliti membagi atribut-atribut persepsi ke dalam enam indikator, yaitu aspek keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, komunikasi, kerjasama, kepercayaan dan komitmen. Indikator keuntungan relatif, kesesuaian dan kerumitan diadopsi dari pendekatan indikator adopsi inovasi (Rogers, 1983) dan indikator komunikasi, kerjasama, kepercayaan dan komitmen diadopsi dari pendekatan kunci kemitraan (Boeck & Fosso Wamba, 2008).

Setelah semua hasil persepsi petani diperoleh, dilakukan analisis perbandingan persepsi tentang kemitraan antara petani mitra koperasi dan mitra gereja. Kedua jenis kemitraan ini merupakan sampel yang independen sehingga Uji *Mann Whitney* digunakan untuk mengetahui perbedaan diantara dua sampel tersebut. Persamaan dalam perhitungan *Mann Whitney* adalah sebagai berikut:

$$T_{hit} = n_1 n_2 + \frac{n_2(n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Keterangan:

n_1 = ukuran sampel dari populasi 1

n_2 = ukuran sampel dari populasi 2

R_1 = Jumlah rangking dari sampel yang berukuran n_1

R_2 = Jumlah rangking dari sampel yang berukuran n_2

Jika n_1 dan $n_2 > 10$ maka *Mann Whitney* dikonversikan ke z dengan persamaan:

$$Z_{hit} = \frac{T_{hit} - \frac{n_1 n_2}{2}}{\sqrt{\frac{n_1 n_2 (n_1 + n_2 + 1)}{12}}}$$

Jika p -value hasil uji z kurang dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima atau H_0 ditolak. Ada pun hipotesis statistik yang diuji pada penelitian ini adalah:

H_1 = Terdapat perbedaan antara persepsi petani mitra koperasi dengan mitra gereja

H_0 = Tidak terdapat perbedaan antara persepsi petani mitra koperasi dengan mitra gereja

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. WGM menjalin kemitraan dengan dua kelompok mitra, yaitu mitra koperasi Cimata Makmur dan mitra gereja. Kemitraan dengan kelompok mitra koperasi sudah terjalin sejak tahun 2019 dan kemitraan dengan mitra gereja dimulai tahun 2020. Petani mitra dalam kemitraan ini tersebar di Kecamatan Sidikalang, Parbuluan, Sumbul, Sitinjo, Pegagan Hilir dan Siempat Nempu Hulu. Tujuan dari petani mitra menjalin kemitraan adalah untuk mendapatkan bibit bersertifikat, memperoleh bimbingan teknis budidaya, peningkatan produksi dan produktivitas dan peningkatan pendapatan.

KARAKTERISTIK RESPONDEN PETANI KOPI KABUPATEN DAIRI

Karakteristik responden petani kopi arabika di Kabupaten Dairi dalam penelitian ini digambarkan melalui umur, pendidikan, luas lahan keseluruhan, luas lahan yang didaftarkan pada kemitraan, status kepemilikan la-

han, lama berusaha tani kopi dan lamanya bermitra dengan PT. WGM.

Kemitraan petani dengan PT. WGM merupakan kemitraan pertama yang diikuti oleh petani sehingga kemitraan merupakan suatu inovasi baru yang dikembangkan di Kabupaten Dairi. Usia memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan terhadap adopsi dan penerapan suatu inovasi. Seseorang akan sangat sulit menerima pengetahuan dan informasi seiring bertambahnya usia (Manongko *et al.* 2017). Umur rata-rata petani pada dua kelompok kemitraan yang berbeda didominasi oleh petani dengan umur 46 - 55 tahun. Usia tersebut dapat dikategorikan sebagai usia produktif

Pendidikan petani responden pada kelompok petani mitra koperasi dan petani mitra gereja masing-masing adalah tamatan SMP (41,1%) dan SMA (37,1%). Tingkat pendidikan memiliki peranan terhadap pengetahuan dan kemampuan petani untuk menganalisis informasi yang dapat dimanfaatkan dan diterapkan dalam sistem usaha tani mereka (Charina *et al.*, 2018). Tingkat pendidikan akan mempengaruhi bagaimana petani dapat menerapkan anjuran budidaya yang diberikan perusahaan.

Luas lahan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam bermitra (Permatasari & M. Rondhi, 2022). Luas lahan keseluruhan responden bervariasi mulai dari kurang dari 0,5 ha sampai 2 ha. Luas lahan keseluruhan petani mitra gereja rata-rata kurang dari 0,5 ha dan petani mitra koperasi rata-rata berada pada kelompok 0,5 - 2 ha. Status kepemilikan lahan tersebut adalah milik sendiri. Petani dengan status kepemilikan lahan milik sendiri memiliki otonomi terhadap lahannya tanpa takut adanya intervensi dari pihak lain sehingga lebih mudah dalam pengambilan Keputusan (Pratiwi, 2022). Responden pada kedua kelompok kemitraan sebagian besar mendaftarkan lahan untuk tujuan kemitraan sebesar kurang dari 0,5 ha. Kategori luas lahan kemitraan berdasarkan penelitian (Puryantoro, 2021) menunjukkan bahwa luas lahan kopi kategori sempit sebesar kurang dari 0,5 ha, kategori sedang

sebesar 0,5 - 2 ha dan kategori luas sebesar lebih dari 2 ha.

Lama berusahatani yang ditemukan pada responden petani mitra koperasi dan gereja mendapatkan hasil yang beragam. Petani yang masih memiliki pengalaman rendah yang ditunjukkan dengan lama berusahatani 0-10 tahun memiliki persentase sebesar 31,4% di mitra gereja, sedangkan mitra koperasi memiliki persentase tertinggi pada kategori tersebut dibandingkan kategori lainnya dengan nilai sebesar 43,3%. Mahyuda *et al.*, 2018 berpendapat pola berpikir, pandangan, minat dan kebutuhan seorang petani didasarkan pada pengalamannya dengan melalui berbagai proses pembelajaran yang telah dilalui. Pengalaman yang dimiliki tidak menutup kemungkinan para petani untuk terbuka terhadap suatu informasi.

MEKANISME POLA KEMITRAAN PETANI KOPI DENGAN PT. WGM

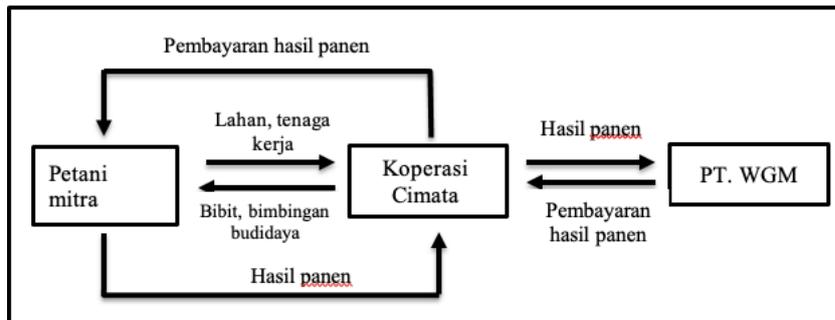
Pola kemitraan antara petani dengan perusahaan melalui koperasi cimata makmur merupakan pola kemitraan *multipartite model*. *Multipartite model* merupakan pola kemitraan di mana bantuan teknis seperti penyuluhan, pelatihan dan pengiriman input serta manajemen petani diberikan melalui pihak ketiga. Pihak ketiga dapat berupa koperasi yang ditugaskan untuk mengorganisir petani dan menyediakan pelayanan terpadu (Will, 2008). Sementara itu, pola kemitraan antara petani mitra gereja dengan perusahaan adalah pola kemitraan *intermediary model*. Gereja merupakan lembaga non profit yang berperan sebagai perantara antara perusahaan dan petani. Menurut (Eaton & Shepherd, 2001), pola kemitraan *intermediary* biasanya ditemukan pada usaha pemberdayaan masyarakat petani. Perusahaan mitra akan memfasilitasi kebutuhan petani seperti penyediaan dana, bimbingan teknis dan penyuluhan melalui perantara.

Proses pendaftaran menjadi anggota mitra adalah dengan mengisi formulir serta memberikan *fotocopy* kartu tanda penduduk dan kartu keluarga. Formulir yang diisi para petani berisi tentang data pribadi, luas lahan yang

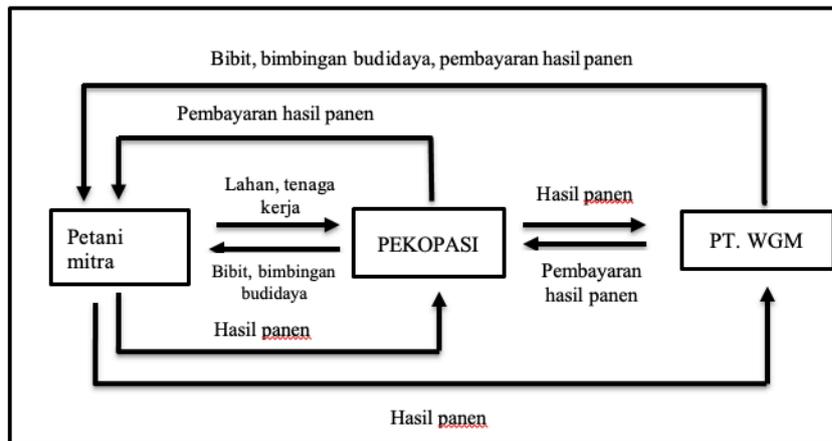
didaftarkan, kebutuhan jumlah bibit kopi dan penaung. Pada kelompok mitra koperasi, petani harus menandatangani surat perjanjian kerjasama kemitraan dan membayar biaya administrasi sebesar Rp 100.000, sementara pada kelompok mitra gereja tidak terdapat pungutan biaya administrasi. Biaya administrasi tersebut digunakan pihak koperasi untuk pembelian materai, *fotocopy* berkas administrasi dan biaya pengantaran. Perbedaan biaya administrasi tersebut dikarenakan Setelah pengajuan permohonan bibit, bibit tidak langsung diberikan kepada petani. Pihak koperasi dan gereja akan melakukan survei lahan untuk validasi data petani mitra. Mereka akan mengukur luas lahan dan menetapkan titik koordinat lokasi lahan petani. Kemudian, saat pengantaran bibit kopi dan penaung, petugas lapang akan memberikan materi budidaya tanaman kopi yang baik.

Seluruh petani yang sudah mendaftarkan kemitraan akan mendapatkan bibit kopi arabika varietas Rasuna dan bibit lamtoro sesuai

dengan permintaan. Proses budidaya tanaman kopi harus dilakukan sesuai anjuran perusahaan dan dilakukan pendampingan serta pengawasan oleh perusahaan maupun koperasi agar kualitas hasil panen yang dihasilkan sesuai dengan standar permintaan perusahaan. Pada petani mitra koperasi cimata, hasil panen wajib dijual kepada pihak koperasi. Petani dapat menghubungi petugas lapang apabila hasil panen para petani sudah terkumpul (gambar 1). Berbeda dengan petani mitra di bawah naungan gereja, pada gambar 2 ditunjukkan bahwa saat panen petani dapat menjual dan mengumpulkannya kepada pekopasi dan dapat pula menghubungi pihak perusahaan untuk menjual hasil panen mereka. Pekopasi merupakan kelompok petani kopi Paroki Sidikalang yang dibentuk oleh pengurus gereja Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE). Ketentuan hasil panen petani mitra koperasi adalah penjualan hasil panen dalam bentuk *cherry* dan dibeli sama dengan harga pasar. Sementara itu, untuk petani mi-



Gambar 1. Mekanisme Kemitraan Petani Mitra Koperasi dengan PT. WGM



Gambar 2. Mekanisme Kemitraan Petani Mitra Gereja dengan PT. WGM

Tabel 2. Hak dan Kewajiban Petani Mitra dan Koperasi

Hak	Kewajiban
Petani Mitra	
<ul style="list-style-type: none"> • Mendapat bantuan bibit kopi arabika yang berkualitas sesuai luas lahan • Mendapat bantuan bibit penaung (lamtoro) sesuai luas lahan • Mendapat bimbingan dan penyuluhan budidaya dari pihak perusahaan • Mendapat jaminan pemasaran kopi sesuai harga pasar • Mendapat nota rincian transaksi jual beli hasil panen • Mendapat pergantian bibit apabila bibit mati 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki lahan minimal 3 rante (0,12 ha) • Memiliki peralatan budidaya sederhana yang dibutuhkan • Lahan yang disurvei layak tanam • Mematuhi kesepakatan kebijakan kerjasama baik jual beli dan konsisten • Menjual seluruh hasil panen sesuai kualitas standar dengan harga pasar • Menjaga dan memelihara tanaman sesuai anjuran • Tidak melakukan transaksi jual beli lahan atau mengalihfungsikan lahan
Pihak Koperasi	
<ul style="list-style-type: none"> • Membeli hasil panen petani sesuai harga pasar • Mendapat informasi yang benar tentang tanaman budidaya • Menentukan kebijakan lain untuk menjaga kerjasama • Memberikan teguran dan sanksi apabila melanggar ketentuan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan bibit tanaman kopi dan penaung • Memberikan bimbingan dan penyuluhan budidaya • Melakukan monitoring dan evaluasi pertumbuhan serta pemeliharaan tanaman • Memberikan nota rincian transaksi jual beli hasil panen • Mempertahankan serta menjaga kerjasama

tra gereja, petani dapat menjual *cherry* atau pun kopi gabah kering kepada perusahaan dan sama dengan harga pasar. Hasil wawancara dengan pihak PSE menjelaskan bahwa waktu pemberian seluruh hasil panen petani kepada perusahaan adalah saat panen besar (4-6 tahun).

Dalam menjalankan kemitraan, petani mitra dan pihak perusahaan memiliki hak dan kewajiban yang sudah diatur dalam kontrak perjanjian. Setiap petani mitra koperasi mendapat surat perjanjian tertulis pada form pendaftaran. Berbeda dengan petani mitra gereja, informasi hak dan kewajiban dijelaskan secara lisan kepada para petani. Adapun hak dan kewajiban petani kopi dengan pihak koperasi yang ada dalam Surat Perjanjian Kerjasama disajikan pada Tabel 2.

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh masing-masing petani, koperasi dan perusahaan. Kendala yang dihadapi para petani diantaranya adalah kualitas bibit yang mereka tanam kurang baik sehingga mereka beranggapan bahwa tanaman kopi yang sebelumnya mereka tanam jauh lebih baik. Selain itu, petani

ni juga kurang mendapatkan pendampingan budidaya sehingga beberapa tanaman kopi terserang hama dan penyakit tanaman. Selain lokasi yang cukup jauh untuk menjual hasil panen, ditemukan juga petani yang sulit menjual hasil panen mereka kepada pihak perusahaan akibat syarat kualitas yang belum terpenuhi. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil wawancara pihak koperasi cimata dan gereja dimana mereka kekurangan sumber daya manusia memberikan bimbingan teknis maupun pengawasan. Budidaya yang kurang tepat juga dapat menyebabkan penurunan kualitas hasil panen.

PERSEPSI PETANI KOPI TERHADAP KEMITRAAN DENGAN PT. WGM

Persepsi petani kopi terhadap kemitraan dibagi ke dalam tujuh indikator yaitu keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, komunikasi, kerjasama, kepercayaan dan komitmen. Persepsi petani kopi terhadap pola kemitraan dapat dikategorikan ke dalam tujuh indikator yaitu keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, komunikasi, kerjasama, kepercaya-

Tabel 3. Persepsi Petani terhadap Kemitraan dengan PT. WGM

Indikator	Item	Koperasi (n = 90)		Gereja (n = 70)	
		Mean	Ket.	Mean	Ket.
Keuntungan relatif	P1	3,36	Netral	2,89	Netral
	P2	3,51	Netral	3,71	Positif
	P3	3,43	Netral	3,84	Positif
	P4	3,30	Netral	3,24	Netral
	Rerata	13,6	Netral	13,8	Netral
Kesesuaian	Q1	3,98	Positif	3,84	Positif
	Q2	4,02	Positif	3,51	Netral
	Q3	2,54	Netral	3,31	Netral
	Q4	2,22	Negatif	2,89	Netral
	Q5	2,17	Negatif	2,86	Netral
	Q6	2,34	Negatif	4,14	Positif
	Q7	2,44	Negatif	2,13	Netral
	Q8	3,91	Positif	3,53	Netral
Rerata	23,6	Netral	26,4	Netral	
Kerumitan	R1	3,96	Positif	3,96	Positif
	R2	4,23	Positif	4,13	Positif
	R3	4,16	Positif	4,19	Positif
	R4	2,93	Netral	1,96	Negatif
	R5	3,67	Netral	2,87	Netral
	R6	3,54	Netral	2,89	Netral
Rerata	22,5	Positif	20,2	Netral	
Komunikasi	S1	2,85	Netral	2,73	Netral
	S2	3,01	Netral	2,94	Netral
	S3	2,58	Netral	1,99	Negatif
	S4	3,43	Netral	3,64	Positif
	S5	2,93	Netral	2,23	Negatif
Rerata	14,8	Netral	13,5	Netral	
Kerjasama	T1	3,25	Netral	3,63	Netral
	T2	3,59	Netral	3,61	Positif
	T3	4,21	Positif	3,94	Positif
	T4	4,42	Positif	4,27	Positif
Rerata	15,5	Positif	16,1	Positif	
Kepercayaan	U1	4,29	Positif	4,04	Positif
	U2	4,19	Positif	4,06	Positif
	U3	1,96	Negatif	2,06	Negatif
	U4	4,04	Positif	3,99	Positif
Rerata	14,5	Netral	14,7	Netral	
Komitmen	V1	4,47	Positif	4,57	Positif
	V2	4,58	Positif	4,38	Positif
	V3	4,37	Positif	4,39	Positif
Rerata	13,4	Positif	13,3	Positif	
TOTAL	Rerata Keseluruhan	16,85	Netral	16,87	Netral

Keterangan: STS= sangat tidak setuju; TS= tidak setuju; N= netral; S=setuju; SS= sangat setuju

yaan dan komitmen. Persepsi kedua kelompok petani kopi terhadap kemitraan dengan PT. WGM secara keseluruhan adalah netral. Pada Tabel 3 terdapat hasil analisis persepsi petani kopi di Kabupaten Dairi terhadap kemitraan.

PERSEPSI PETANI TERHADAP INDIKATOR KEUNTUNGAN RELATIF

Indikator keuntungan relatif berkaitan dengan manfaat apa saja yang diperoleh petani selama menjalin kemitraan. Keuntungan-keuntungan tersebut dapat berupa pendampingan teknik budidaya, kemudahan memper-

oleh bibit, pemberian pinjaman kredit dan kemudahan dalam akses pupuk (Widi et al., 2020). Persepsi petani mitra kopi di Kabupaten Dairi terhadap keuntungan relatif secara keseluruhan adalah netral. Petani mitra koperasi memberikan persepsi netral terhadap adanya pendampingan teknik budidaya, kemudahan dalam mengakses bibit kopi dan penaung, adanya jaminan pemasaran produk dan harga yang ditawarkan perusahaan jauh lebih diuntungkan. Berdasarkan kondisi lapang, petani mitra koperasi sebagian besar mendapatkan brosur dan penjelasan mengenai teknik budidaya kopi. Beberapa di antaranya juga mendapatkan pendampingan budidaya kopi.

Sebagian besar petani juga berpendapat bahwa persyaratan pendaftaran kemitraan mudah dan menunggu pengantaran bibit kopi 1 - 2 minggu. Berbeda dengan petani mitra gereja, persepsi mereka terhadap kemudahan akses bibit kopi dan penaung adalah positif. Petani mitra gereja juga berpendapat bahwa proses pendaftaran kemitraan mudah dan hanya menunggu 1 - 2 minggu untuk pengantaran bibit. Perbedaan ini dapat terjadi akibat adanya perbedaan jarak antara mitra koperasi dan gereja. Selain itu, jarak antara perusahaan dengan mitra koperasi sebagian besar lebih jauh bila dibandingkan dengan mitra gereja. Cakupan mitra koperasi yang lebih luas dibanding mitra gereja dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman bibit kopi maupun penjemputan hasil panen. Menurut penelitian (Hardinah et al., 2022), perbedaan jarak dapat mempengaruhi kinerja penyuluh dalam memberikan pelayanan. Lokasi yang strategis akan mempermudah akses perjalanan mereka sementara lokasi yang tidak strategis menyebabkan banyak kendala seperti keterlambatan penyuluhan dan akses komunikasi yang sulit.

PERSEPSI PETANI TERHADAP INDIKATOR KESESUAIAN

Kesesuaian perjanjian dengan kondisi lapang sangat mempengaruhi keberlanjutan kerjasama kemitraan. Persepsi petani mitra terhadap kesesuaian perjanjian kerjasama secara keseluruhan adalah netral. Namun demi-

kian, ada beberapa persepsi negatif petani mitra koperasi dan gereja terhadap beberapa pernyataan kuisisioner penelitian. Petani mitra koperasi memberikan persepsi negatif terhadap ketentuan wajib menjual hasil panen kepada perusahaan, ketentuan kriteria penjualan hasil panen, tidak adanya pembayaran menjadi anggota mitra dan pengawasan lapang. Sebagian besar petani menyatakan tidak terdapat ketentuan wajib menjual hasil panen dan kriteria penjualan hasil panen. Hal ini menunjukkan bahwa petani tidak mengetahui adanya ketentuan tersebut. Selain itu, dari hasil wawancara juga diperoleh informasi bahwa beberapa petani memberikan biaya pengganti uang transportasi saat pengantaran bibit di luar biaya registrasi.

Kurangnya informasi mengenai isi perjanjian kontrak dapat menghambat keberhasilan kemitraan. Petani dapat dianggap melanggar perjanjian karena tidak memberikan hasil panen yang dibutuhkan perusahaan. Hasil penelitian (Ruml & Qaim, 2020) juga menemukan bahwa masih banyak petani yang tidak mengetahui dan memahami kontrak sebelum mereka menandatangani. Banyak dari petani merasa tertipu karena informasi awal yang mereka terima dari perusahaan tidak lengkap dan kewajiban mereka tidak dilaksanakan. Hal tersebut menyebabkan ketidakpuasan petani karena kurangnya informasi dan terbatasnya pemahaman mereka terkait rincian kontrak.

Petani mitra gereja hanya memberikan persepsi negatif terhadap pernyataan terdapat pengawas lapang. Tidak adanya pengawasan di lapang juga akan menyebabkan petani melanggar perjanjian kontrak. Walaupun petani mitra gereja memberikan persepsi netral terhadap perjanjian kontrak, ketentuan hasil panen dan kriteria penjualan hasil panen, petani menyatakan bahwa tidak ada pengawasan selama kemitraan.

PERSEPSI PETANI TERHADAP INDIKATOR KERUMITAN

Indikator kerumitan juga memiliki peranan penting terhadap keberlangsungan kemitraan. Indikator kerumitan berkaitan de-

ngan pengukuran persepsi terhadap tingkat kemudahan suatu inovasi untuk dimengerti dan diterapkan (Rogers, 1983). Informasi pra kemitraan, proses pendaftaran, penerapan teknik budidaya yang dianjurkan, hingga penjualan hasil panen akan menentukan partisipasi petani dalam kemitraan. Petani mitra koperasi dan mitra gereja sama-sama memberikan persepsi positif terhadap kemudahan informasi pra kemitraan, proses pendaftaran kemitraan hingga penerapan budidaya yang dianjurkan oleh perusahaan. Berbeda hal dengan penjualan hasil panen, petani mitra koperasi memberikan persepsi netral terhadap penjemputan, pembayaran dan kesulitan dalam menjual hasil panen. Beberapa petani mitra koperasi pernah menjual hasil panennya kepada pihak perusahaan. Sementara itu, petani gereja memberikan persepsi negatif terhadap penjemputan hasil panen oleh perusahaan. Berdasarkan kondisi lapang, petani mitra gereja belum pernah memberikan hasil panen kepada perusahaan sehingga mereka beranggapan bahwa petani belum pernah menjemput hasil panen mereka. Hal tersebut juga dikarenakan mereka beranggapan bahwa hasil panen petani masih sedikit dan belum panen raya.

PERSEPSI PETANI TERHADAP INDIKATOR KOMUNIKASI

Komunikasi adalah sarana untuk menyampaikan ide, keluhan maupun evaluasi yang dapat disampaikan oleh perusahaan maupun petani. Komunikasi yang intens, baik dan efektif akan mempengaruhi produktivitas kerjasama, kualitas mitra, penyelesaian konflik dan menjaga hubungan antar anggota mitra. Kesalahan informasi sering terjadi akibat kurangnya komunikasi antara pemberi dan penerima informasi. (Ardiansyah & Aulawi, 2020). Komunikasi sangat diperlukan dalam tahap perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi kelembagaan. Apabila dalam pelaksanaannya tidak terdapat komunikasi diantara pemangku kepentingan maka peluang kegagalan suatu program semakin tinggi (Oktarina et al., 2020).

Hasil analisis persepsi petani terhadap kemitraan secara keseluruhan adalah netral. Petani mitra koperasi memberikan persepsi netral terhadap akses komunikasi, sosialisasi perjanjian kontrak, kunjungan petugas lapang, kemudahan informasi harga kopi dan respon koperasi atau perusahaan terhadap keluhan petani. Sementara itu, persepsi petani mitra gereja terhadap kunjungan petugas lapang dan waktu respon keluhan petani adalah negatif. Berdasarkan pernyataan petani, petugas lapang hanya datang 1 – 3 kali saja selama kemitraan. Hal tersebut dapat disebabkan karena kurangnya sumber daya manusia dari pekopasi. Pihak pekopasi meminta bantuan kepada ketua dewan stasi masing-masing untuk mengatasi hal tersebut. Namun, kesibukan pekerjaan juga menjadi kendala masing-masing pengurus stasi sehingga jarang melakukan pengawasan.

PERSEPSI PETANI TERHADAP INDIKATOR KERJASAMA

Kerjasama yang baik antara pihak-pihak yang menjalin kerjasama menjadi salah satu kunci keberhasilan kemitraan. Persepsi petani mitra koperasi dan gereja terhadap indikator kerjasama keseluruhan adalah positif. Dimana sebagian dari responden petani mitra koperasi dan gereja menyatakan bahwa petani dan perusahaan sudah memenuhi kewajiban mereka. Namun demikian, banyak juga dari responden yang merasa ragu bahkan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dapat menjadi acuan untuk perbaikan kemitraan selanjutnya. Menurut (Ardiansyah & Aulawi, 2020), kerjasama yang baik akan tercapai apabila perusahaan dan mitra selalu memenuhi kewajiban masing-masing. Dalam mendukung tugas masing-masing, perusahaan memerlukan pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan kerja mereka. Karyawan-karyawan tersebut kemudian melakukan pendekatan personal kepada pihak mitra dengan tujuan untuk menciptakan rasa kebersamaan dan kekeluargaan. Terjalinnnya rasa kebersamaan dan kekeluargaan tersebut dapat mendorong mitra untuk meningkatkan se-

mangat mereka dalam menjalankan kewajiban kerjasama.

PERSEPSI PETANI TERHADAP INDIKATOR KEPERCAYAAN

Kepercayaan para anggota dalam suatu organisasi menjadi salah satu faktor yang dapat mewujudkan tujuan organisasi tersebut. Kepercayaan ini menyebabkan tingkat loyalitas anggota meningkat (Szabó, 2009). Persepsi petani terhadap indikator kepercayaan adalah positif. Artinya, walaupun petani dan perusahaan belum menjalankan kewajiban dengan baik, mereka masih percaya apabila perusahaan akan memberikan harga jual kopi yang sesuai dan tidak akan merugikan petani selama kemitraan berlangsung. Namun, petani mitra koperasi dan mitra gereja sama-sama memberi persepsi negatif terhadap pernyataan perusahaan selalu menerima hasil panen petani. Hal ini didukung dengan pernyataan responden tentang tidak adanya pengumpulan hasil panen petani sehingga petani menjual hasil panen kepada pengepul. Seharusnya, ketika mulai panen, pihak perusahaan dapat berperan aktif menginformasikan waktu penjemputan hasil panen daripada menunggu informasi dari petani. Hal ini dapat menjadi tindakan preventif untuk mencegah petani menjual hasil panen kepada pihak luar perusahaan.

Namun demikian, ditemukan juga responden yang mendapat penolakan saat menjual hasil panen kepada perusahaan dengan alasan kualitas hasil panen tidak memenuhi standar sehingga mereka menjual kepada pengepul. Padahal untuk memenuhi kebutuhan pasokan, pihak perusahaan juga sering membeli kopi dari para pengepul sehingga menimbulkan kecurigaan diantara petani yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan mereka. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya asimetris informasi. Asimetris informasi merupakan kondisi dimana petani tidak memiliki kemampuan untuk mengamati keinginan atau perilaku pihak lain secara sempurna. Misalnya, dalam suatu kemitraan, petani menginginkan harga tinggi sedangkan perusahaan

memiliki hak untuk menentukan harga hasil panen petani. Petani tidak mengetahui apakah penilaian dilakukan secara adil atau tidak (Rondhi et al., 2020). Pada keadaan yang sama sesuai hasil penelitian, petani mitra juga tidak mengetahui kualitas kopi yang diinginkan oleh perusahaan.

PERSEPSI PETANI TERHADAP INDIKATOR KOMITMEN

Kepercayaan yang tinggi dengan komitmen untuk menjalankan kewajiban dapat menjadi kunci utama keberhasilan kemitraan. Persepsi petani mitra koperasi dan mitra gereja terhadap indikator komitmen adalah positif. Petani menginginkan keberlanjutan kerjasama dan bersedia melakukan usaha yang maksimal untuk kesuksesan kerjasama yang dijalankan. Hasil analisis ini juga dapat menjadi landasan perbaikan kerjasama kemitraan yang belum berjalan dengan baik. Apabila para petani paham mengenai isi perjanjian kerjasama maka mereka akan mematuhi kewajiban-kewajiban yang sudah ditetapkan dalam perjanjian. Menurut (Boeck & Fosso Wamba, 2008), kesuksesan kerjasama dapat tercapai apabila pihak-pihak yang menjalin kemitraan memberikan usaha yang maksimal dan loyal satu dengan yang lainnya. Dalam menjaga komitmen dan sifat loyal, selain memberikan hak-hak yang sudah disepakati, perusahaan juga dapat memberikan *reward*, bonus ataupun apresiasi jika mitra berkontribusi positif terhadap perusahaan.

PERBANDINGAN PERSEPSI PETANI MITRA KOPERASI DAN MITRA GEREJA

Jika hasil uji *Mann Whitney* menunjukkan nilai sig. lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_1 diterima. Hasil uji *mann whitney* pada Tabel 4 menunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 pada indikator Q dan R, 0,005 pada indikator S. Artinya, terdapat perbedaan persepsi kemitraan antara petani mitra koperasi dan mitra gereja pada indikator kesesuaian, kerumitan dan komunikasi. Indikator keuntungan relatif, kerjasama, kepercayaan, dan komitmen nilai sig. secara berturut-turut adalah 0,830,

0,705, 0,475 dan 0,236. Besaran nilai signifikansi yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$ berarti tidak terdapat perbedaan persepsi diantara kedua mitra.

Perbedaan persepsi antara petani mitra pada indikator kesesuaian ditunjukkan pada nilai *mean rank* atau rata-rata nilai persepsi yang diberikan petani mitra gereja lebih tinggi dibandingkan dengan mitra koperasi. Perbedaan persepsi tersebut dapat dilihat pada analisa deskriptif persepsi petani terhadap kesesuaian (Tabel 4). Petani mitra koperasi memberikan persepsi negatif pada pernyataan ketentuan wajib menjual hasil panen kepada perusahaan, ketentuan kriteria penjualan hasil panen dan pembayaran menjadi anggota mitra Persepsi negatif yang diberikan petani mitra koperasi dapat disebabkan karena kurangnya informasi atau pun ketidakpahaman petani terhadap kontrak kemitraan. Sosialisasi kemitraan yang jelas dan terarah dapat mengurangi ketidakjelasan informasi petani.

Hasil rata-rata nilai persepsi untuk indikator kerumitan menunjukkan rata-rata nilai persepsi yang diberikan petani mitra koperasi lebih tinggi daripada mitra gereja. Rata-rata nilai untuk mitra koperasi dan gereja masing-masing adalah 95,69 dan 60,97. Perbedaan persepsi petani mitra pada indikator kerumitan terdapat pada pernyataan hasil panen dijemput oleh pihak perusahaan (Tabel 3). Hal

tersebut terjadi karena pihak perusahaan belum pernah mengambil hasil panen para petani. Sesuai dengan pernyataan para petani mitra gereja, penjemputan hasil panen kopi mereka yang masih sedikit justru akan membuat kerugian perusahaan.

Perbedaan persepsi petani pada indikator komunikasi terdapat pada pernyataan petugas lapang melakukan kunjungan ke petani dan pihak mitra/perusahaan merespon cepat keluhan petani. Petani mitra koperasi memberikan persepsi netral sementara petani mitra gereja memberikan persepsi negatif. Perbedaan persepsi ini dapat disebabkan karena tidak adanya petugas lapang yang ditentukan oleh pihak gereja maupun pihak perusahaan. Peran petugas lapang atau pendamping sebagai fasilitator, motivator dan penyuluh sangat penting dalam akses informasi petani (Adawiyah et al., 2018).

Petani mitra gereja juga hanya berkomunikasi melalui media sosial untuk melaporkan perkembangan budidaya kopi mereka. Komunikasi melalui media sosial masih kurang efektif dalam menjaga komunikasi diantara petani mitra gereja. Hal ini dikarenakan tidak semua petani masuk ke dalam grup yang dibuat oleh pihak pengurus Pekopasi dan masih terdapat kendala sinyal di wilayah-wilayah tertentu seperti Desa Simallopuk, Parbuluan I, Parbuluan II, Parbuluan V, dll.

Tabel 4. Hasil Uji Mann Whitney U Test Persepsi Petani terhadap Kemitraan

Indikator	Jenis Mitra	N	Mean Rank	Sum of Ranks	Mann Whitney	Z hit	Asymp.Sig. (2-tailed)
P	Koperasi	90	79,81	7.183	3.064	-2,15	0,830
	Gereja	70	81,39	5.697			
Q	Koperasi	90	67,29	6.056,5	1.990,5	-4,097	0,000*
	Gereja	70	97,48	6.823,5			
R	Koperasi	90	95,69	8.612	1.431	-4,728	0,000*
	Gereja	70	60,97	4.268			
S	Koperasi	90	89,51	8.055,5	2.427,5	-2,805	0,005*
	Gereja	70	68,92	4.824,5			
T	Koperasi	90	79,29	7.136	2.960	-0,378	0,705
	Gereja	70	82,06	5.744			
U	Koperasi	90	78,24	7.041,5	2.978	-0,714	0,475
	Gereja	70	83,41	5.838,5			
V	Koperasi	90	84,21	7.579	2.816	-1,185	0,236
	Gereja	70	75,73	5.301			

Keterangan.: P = keuntungan relatif; Q = kesesuaian; R= kerumitan; S = komunikasi; T = kerjasama; U = kepercayaan; V = komitmen

Hasil penelitian (Purnaningsih, 2007) menyatakan bahwa pendampingan budidaya secara langsung kepada petani penting dilakukan. Melalui kunjungan tersebut, petani dapat langsung berdiskusi dan menyampaikan berbagai keluhan seperti masalah penerapan teknik budidaya, hama dan penyakit tanaman, mutu produk, modal usaha, dan lain-lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan pola kemitraan petani mitra koperasi Cimata Makmur adalah pola kemitraan *multipartite* dan pola kemitraan petani mitra gereja adalah pola kemitraan *intermediary*. Hasil uji *mann whitney* menunjukkan terdapat perbedaan persepsi di antara kedua petani mitra. Perbedaan tersebut terdapat pada indikator kesesuaian, kerumitan dan komunikasi.

SARAN

Manajemen komunikasi diperlukan untuk mengurangi kekurangan informasi di antara petani mitra. Penambahan sumber daya manusia serta pelatihan penyuluhan yang tepat untuk petugas lapang juga perlu dilakukan agar informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada petani. Selain itu, perusahaan juga dapat berkolaborasi dengan pemerintah setempat khususnya penyuluh pertanian dalam membantu penyuluhan kepada petani. Penelitian lebih lanjut terkait respon dan persepsi pihak perusahaan terhadap kemitraan dan tingkat kepuasan dari masing-masing pihak mitra juga diperlukan untuk melihat evaluasi kemitraan yang sudah berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, C. R., Sumardjo, N., & Mulyani, E. S. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Peran Komunikasi Kelompok Tani dalam Adopsi Inovasi Teknologi Upaya Khusus (Padi, Jagung, dan Kedelai) di Jawa Timur. *Jurnal Agro Ekonomi*, 35(2), 151. <https://doi.org/10.21082/jae.v35n2.2017.151-170>
- Ardiansyah, R., & Aulawi, H. (2020). Identifikasi Faktor-Faktor Kunci Keberhasilan Pola Kemitraan Inti Plasma. <http://jurnal.sttgarut.ac.id/>
- Boeck, H., & Fosso Wamba, S. (2008). RFID and buyer-seller relationships in the retail supply chain. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(6), 433-460. <https://doi.org/10.1108/09590550810873929>
- Charina, A., Kusumo, R. A. B., Sadeli, A. H., & Deliana, Y. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Petani dalam Menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) Sistem Pertanian Organik di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Penyuluhan Maret*, 14.
- Eaton, C., & Shepherd, A. w. (2001). Contract farming Partnerships for growth.
- Gardner, B., & Rauser, G. (2001). *Handbook of Agricultural Economics. Volume 1A_ Agricultural Production. Handbooks in Economics 18 (PDFDrive)*.
- Hamidi, H. (2014). The Impact On Farm Profits Of A Company's Partnership With A Potato Farm The Case of the Partnership Between PT. Indofood Fritolay Makmur and Potato Farmers in Sembalun District, in the Province of West Nusa Tenggara. In *Journal of Indonesian Economy and Business* (Vol. 29, Issue 2).
- Hardinah, S. S., Suwanto, & Setyowati, R. (2022). Persepsi Petani terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian dalam Upaya Pengembangan Desa Inspirasi Padi di Kabupaten Sukoharjo. *Journal of Agriculture and Human Resource Development Studies*, 3(2). <https://doi.org/10.46575/agrihumanis.v3i2.147>
- Lesmana, D., Ratina, R., & Jumriani. (2011). Hubungan Persepsi Dan Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Keputusan

- Petani Mengembangkan Pola Kemitraan Petani Plasma Mandiri Kelapa Sawit (*Elaeis Guineensis* Jacq.) Di Kelurahan Bantuas Kecamatan Palaran Kota Samarinda. *EPP*, 8, 8-17.
- Mahyuda, Amanah, S., & Tjitropranoto, P. (2018). Tingkat Adopsi Good Agricultural Practices Budidaya Kopi Arabika Gayo oleh Petani di Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Penyuluhan*, 14(2).
- Manongko, A., Pakasi, C. B. D., & Pangemanan, L. (2017). Hubungan Karakteristik Petani Dan Tingkat Adopsi Teknologi Pada Usahatani Bawang Merah Di Desa Tonsewer, Kecamatan Tompaso (Vol. 13, Issue 2).
- Marito, S., Budi Priatna, W., & Tinaprilla, N. (2023). Analisis Kemitraan PT Simply Fresh Organic dengan Petani Sayuran Organik di Kabupaten Cianjur Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(2), 395-407.
<https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.395-407>
- Megersa, G., & Assefa, E. (2019). Perception Of Farmers' On Contract Farming As A Response To Climate Change Adaptation In Ethiopia: Empirical Evidences From Two Districts Of Oromia Regional State. *Journal of Sustainable Development in Africa*, 21.
- Oktarina, S., Zulfiningrum, R., Zainal, A. G., Wahyono, E., & Alif, M. (2020). The Role of Communication and Farmer Institutional Urgency to the Agriculture Development Program. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(11), 266-276.
<https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i11.2188>
- Permatasari, A., & M. Rondhi. (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>
- Pratiwi, K. E. (2022). Dampak Kepemilikan Lahan terhadap Subjective Well Being Rumah Tangga Tani di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(2), 519.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.06.02.16>
- Purnaningsih, N. (2007). *Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan*.
- Puryantoro. (2021). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kopi Arabika Di Kelompok Tani Sejahtera Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian (JIMDP)*.
- Puspitaningrum, D. A., & Gayatri, S. (2019). Farm Partnership between Farmers and the Company in Production and Marketing of Vegetables Commodity. *Journal of Socioeconomics and Development*, 2(1), 45.
<https://doi.org/10.31328/jsed.v2i1.975>
- Rehber, E. (2006). *This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search*.
<http://ageconsearch.umn.edu>
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Rondhi, M., Imelda, S., Setyawan, H., Aji, J. M. M., Hariyati, Y., M, M., Raharto, S., Fauziah, D., & Kusmiati, A. (2020). Asymmetric Information And Farmer's Participation In Tobacco Contract Farming. *JEJAK*, 13(1), 84-102.
<https://doi.org/10.15294/jejak.v13i1.17413>
- Ruml, A., & Qaim, M. (2020). *Smallholder farmers' dissatisfaction with contract schemes in spite of economic benefits: Issues of mistrust and lack of transparency*.
www.uni-goettingen.de/globalfood
www.uni-goettingen.de/globalfood
- Sitanggang, J. T. N., & Sembiring, S. A. (2013). Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi.
- Szabó, G. G. (2009). The Importance and Role Of Trust In Agricultural Producer-Owned Organisations.

<https://www.researchgate.net/publication/228602252>

Widi, R. H., Karyani, T., Hapsari, H., Trimo, L., Hartoyo, T., Raya, J., Km, B.-S., & Kecamatan, H. (2020). Persepsi Petani Padi Sawah Terhadap Pola Kemitraan Dengan Badan Usaha Milik Rakyat (Bumr) Pangan Perception Of Rice Farmers On The Partnership Pattern With Society-Owned Enterprises Food (Vol. 6, Issue 2).

Will, M. (2008). Contract farming handbook A practical guide for linking small-scale producers and buyers through business model innovation.