

**MOTIVASI PETANI SAYURAN ORGANIK DALAM BERMITRA
KERJA DENGAN CV TANI ORGANIK MERAPI (TOM) DI
KELURAHAN WUKIRSARI KECAMATAN CANGKRINGAN
KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**

**Yuniar Alvi Dwiningrum/20120220102
Dr. Ir. Widodo, MP. / Dr. Ir. Triwara Buddhi S, MP.
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

ABSTRACT

Safety trend in farming product is a sensitive issue in the world of food. Various cases of food poisoning occur derived from chemical and biological contamination. This problem prosecute the farmers to be able to meet consumers demand for organic food. CV. Tani Organik Merapi is the partner for farmers especially in organic vegetables to be able to help realize the organic food for consumers. But until now, still fewer farmers who want to join the CV. Tani Organik Merapi. The aims of this research are determine the cooperative system applied by CV. Tani Organik Merapi, knowing the farmers motivation in cooperation with CV. Tani Organik Merapi, knowing the work achievement of farmers in CV. Tani Organik Merapi. This research is a quantitative research using a likert scale analysis techniques which are located in the CV. Tani Organik Merapi in Yogyakarta. The data taken from 15 farmers as respondents with a questionnaire consisting of 5 variables, 19 indicators and 41 questions. The result of this research are showed the cooperative system used by CV. Tani Organik Merapi is a core plasma cooperative system, farmers motivation role in cooperation with CV. Tani Organik Merapi based on the need for affiliation, and the resulting of work achievement by farmers based on work achievement in quality and quantity is enough category.

Keyword: Partnership System, Motivation, Organic Vegetables Farming

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Trend keamanan pada produk pertanian menjadi isu yang cukup sensitif dalam industri pangan. Berbagai kasus keracunan pangan yang terjadi, berasal dari kontaminasi bahan kimia dan mikrobiologi. Faktor kesehatan dan keamanan menjadi salah satu alasan mengapa konsumen sangat selektif dalam memilih dan mengkonsumsi pangan.

Menurut Widiastuti (2009), tingginya permintaan sayuran organik yang didukung oleh ketersediaan lahan untuk pertanian organik di Indonesia menjadikan peluang bagi negara ini untuk menjadi negara pengekspor sayuran organik terbesar di dunia. Permintaan akan sayuran organik tidak hanya datang dari rumah tangga, namun juga dari hotel dan restoran. Meningkatnya permintaan di masyarakat akan ragam varietas ini menjadi peluang bisnis yang besar bagi pasar modern. Pasar modern membutuhkan pasokan sayuran dengan kuantitas yang cukup, kualitas yang baik dan kontinuitas. Hal inilah yang mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam memproduksi sayuran organik. Peran perusahaan sayuran organik inilah yang menjadi jembatan penghubung antara petani dengan pasar modern.

Kemitraan bisnis merupakan salah satu upaya dalam pembangunan pertanian ke depannya yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani melalui program kemitraan yang unggul, berdaya saing tinggi dan berkesinambungan (Sumardjo, 2004).

Pusat pengembangan petani sayuran organik yang bernama CV. Tani Organik Merapi (TOM) merupakan mitra bagi para petani sayuran organik yang berlokasi di Desa Balangan, Kelurahan Wukirsari, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman untuk dapat menjalin mitra. Selain itu, CV. Tani Organik Merapi merupakan salah satu pemasok sayuran organik terbesar ke hampir seluruh supermarket di Yogyakarta. Di lokasi tersebut terdapat 15 petani sayuran organik yang memiliki lahan secara mandiri dan menjalin mitra dengan TOM (Tani Organik Merapi).

Motivasi adalah sebuah dorongan baik dari luar maupun dari dalam yang mampu menjadikan penggerak manusia untuk melaksanakan sesuatu. Menurut McClland kebutuhan dipelajari (*learned need*) melalui kehidupan dalam suatu budaya, seseorang belajar tentang kebutuhan dengan mempelajarinya.

B. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui sistem kemitraan yang terjadi diantara petani sayuran organik dengan CV. Tani Organik Merapi.
2. Mengetahui motivasi petani dalam bermitra dengan CV. Tani Organik Merapi di Dusun Balangan, Kelurahan Wukirsari, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman dalam bermitra dengan Tani Organik Merapi (TOM).
3. Mengetahui prestasi kerja petani di Dusun Balangan, Kelurahan Wukirsari, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman dalam bermitra dengan Tani Organik Merapi (TOM).

II. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah ilmu yang berkaitan dengan tata cara metode pengumpulan data, analisa data, interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan.

A. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 tahapan yaitu:

1. Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel daerah berdasarkan ciri atau sifat dengan pertimbangan tertentu. Daerah penelitian yang diambil adalah Dusun Balangan, Wukirsari, Cangkringan, Sleman, Yogyakarta yang merupakan sebuah CV. Tani Organik Merapi yang bergerak dalam bidang sayuran organik mulai dari hulu sampai dengan hilir.

2. Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus. Jumlah petani yang menjalin mitra dengan CV. Tani Organik Merapi (TOM) di Dusun

Balangan, Wukirsari, Cangkringan, Sleman, Yogyakarta berjumlah 15 petani yang secara keseluruhan petani tersebut menjadi sampel dalam penelitian ini.

B. Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua data yang digunakan untuk mendukung kelengkapan data yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan dengan menggunakan kuesioner yang telah disediakan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara mencatat dokumen berupa laporan atau arsip dari literatur suatu instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Data yang diperlukan yakni keadaan umum wilayah penelitian, arsip mengenai alur pemasaran sayuran organik CV. Tani Organik Merapi, dokumen mengenai produksi dan distribusi sayuran organik di CV. Tani Organik Merapi.

C. Asumsi dan Pembatasan Masalah

1. Asumsi

Dalam penelitian ini diasumsikan bahwa petani mitra CV. Tani Organik Merapi menghasilkan sebuah prestasi kerja secara kuantitas dan kualitas.

2. Pembatasan Masalah

- a. Petani yang akan diteliti adalah petani usahatani sayuran organik yang tergabung mitra dengan CV. Tani Organik Merapidi Dusun Balangan, Wukirsari, Cangkringan, Sleman, Yogyakarta.
- b. Batasan penelitian yang dilakukan dilihat dari tiga komponen motivasi dari teori McClelland yaitu motivasi berprestasi, berafiliasi dan kekuasaan serta prestasi kerja yang dihasilkan.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Motivasi adalah sebuah dorongan baik dari luar maupun dari dalam yang mampu menjadikan penggerak manusia untuk melaksanakan sesuatu.

Dorongan ini memiliki sebuah komponen kebutuhan pada setiap individu yakni kebutuhan berprestasi, kebutuhan berafiliasi dan kebutuhan kekuasaan.

2. Kebutuhan untuk berprestasi adalah usaha mencapai sukses atau berhasil dalam kompetisi dengan suatu ukuran keunggulan yang dapat berupa prestasi orang lain maupun prestasi sendiri.
3. Kebutuhan untuk berafiliasi adalah kebutuhan untuk berteman, bersosialisasi, bertegur sapa bergabung hidup dengan orang lain, bekerja sama dan bercakap-cakap dengan orang lain, serta mendapatkan afeksi dari orang lain.
4. Kebutuhan untuk kekuasaan adalah kebutuhan untuk membuat orang lain berperilaku dalam suatu cara dimana orang-orang itu tanpa dipaksa akan berperilaku demikian atau suatu bentuk ekspresi untuk mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
5. Prestasi kerja merupakan suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya atas`dasar kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. Prestasi kerja dapat diukur dengan melihat kualitas dan kuantitas dari masing-masing individu.
6. Kualitas kerja merupakan mutu hasil yang didasarkan pada standar yang ditetapkan. Kualitas kerja dapat diukur melalui ketepatan, ketelitian, ketrampilan, dan kebersihan hasil kerja
7. Kuantitas kerja merupakan banyaknya hasil kerja sesuai dengan waktu kerja yang ada, yang perlu diperhatikan bukan hasil rutin tetapi seberapa cepat pekerjaan dapat diselesaikan

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan yakni dengan menggunakan skala likert untuk mengetahui motivasi petani dalam bermitra dengan CV. Tani Organik Merapi. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk menanggapi pertanyaan dalam bentuk persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Kuisisioner yang dibuat akan ditujukan kepada responden dengan diberikan 5 pilihan bentuk persetujuan dengan skala 5

(sangat setuju) sampai dengan skala 1 (sangat tidak setuju) dan tabel persentase nilai sebagai berikut;

Tabel 1. Bobot Nilai Tiap Butir Pertanyaan

Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Tabel 2. Kategori Motivasi Menurut Persentase Skor

Persentase	Kategori
0% - 19,99%	Sangat Rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Cukup
60% - 79,99%	Tinggi
80% - 100%	Sangat Tinggi

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sistem Kemitraan

Jenis Kemitraan. Sistem kemitraan yang dilakukan di CV. Tani Organik Merapi merupakan sistem kemitraan inti plasma. Pola inti plasma adalah hubungan kemitraan yang dilakukan antara petani mitra dengan CV. Tani Organik Merapi yang bertindak sebagai inti plasma. CV. Tani Organik Merapi melaksanakan pembinaan mulai dari penyediaan sarana produksi, bimbingan teknis, sampai dengan pemasaran hasil produksi.

Hak petani mitra CV. Tani Organik Merapi. Hak petani mitra yang didapatkan dalam menjalin mitra dengan CV. Tani Organik Merapi adalah pemberian benih yang diberikan secara gratis kepada 15 petani mitra TOM serta prasarana penunjang usahatani, bimbingan teknis dengan memberikan penyuluhan kepada petani mitra TOM selama 3 bulan sekali perihal pertanian organik, diskusi

mengenai permasalahan yang terjadi dalam menjalani usahatani sayuran organik. Sistem pemasaran yang dilakukan adalah dengan membeli hasil panen sayuran organik

Kewajiban petani mitra CV. Tani Organik Merapi. Kewajiban bagi petani mitra CV. Tani Organik Merapi dalam menjalani kemitraan ini adalah bersungguh-sungguh dalam menjalani usahatani sayuran organik tersebut, mampu menghasilkan sayuran secara organik, mengikuti standar prosedur operasional budidaya sayuran organik yang telah ditetapkan oleh TOM, mengikuti aturan tanam dan aturan panen yang telah ditetapkan oleh TOM dan 15 petani mitra tersebut.

Tahapan kemitraan CV. Tani Organik Merapi. Tahapan yang dilakukan dalam menjalin mitra dengan TOM adalah petani melakukan pendaftaran dengan mengisi formulir secara langsung di kantor CV. Tani Organik Merapi, selanjutnya TOM melakukan verifikasi data yang diajukan oleh calon petani mitra dengan melihat jenis sayuran yang mereka tanam, jika jenis sayuran tersebut merupakan jenis sayuran yang dibutuhkan oleh TOM, maka TOM akan menerima pendaftaran tersebut untuk masuk kedalam tahap pengecekan lapangan bersama tim LSM. Tahap pengecekan lapangan disini adalah dengan mengecek kelayakan kondisi lahan dan sekitaran lahan untuk usahatani organik, jika kondisi lahan dan sekitaran lahan memenuhi persyaratan untuk usahatani sayuran organik, maka LSM dan TOM akan memberikan sertifikasi plasma dengan TOM sebagai petani mitra sayuran organik CV. Tani Organik Merapi dan mengisi surat kesanggupan sebagai petani sayuran organik sesuai dengan standar prosedur operasional CV. Tani Organik Merapi.

B. Motivasi Wirausaha

Tabel 3. Motivasi Wirausaha

Variabel	Skor Total	Skor Rata-Rata	Persentase (%)	Kategori
Kebutuhan Prestasi	917	183	57,3	Cukup
Kebutuhan Afiliasi	580	193	64,4	Tinggi
Kebutuhan Kekuasaan	450	150	50	Cukup

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan pada tabel 3 tersebut, terdapat kesesuaian teori kebutuhan McClelland yang menyatakan bahwa kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berafiliasi dan kebutuhan untuk kekuasaan merupakan tiga kebutuhan penting dalam berwirausaha. Motivasi tertinggi ada pada kebutuhan afiliasi dengan total persentase 64,4%. Hal ini dapat terjadi dikarenakan petani mitra TOM beranggapan bahwa berafiliasi yang berdasarkan keinginan untuk menciptakan serta membangun hubungan baik dan penuh kasih sayang yakni dengan mengadakan kontak dengan orang lain.

a. Kebutuhan untuk berprestasi. Kebutuhan prestasi merupakan usaha mencapai sukses atau berhasil dalam bermitra dengan Tani Organik Merapi (TOM) dengan suatu ukuran keunggulan yang dapat berupa prestasi orang lain maupun prestasi sendiri. Komposisi kebutuhan untuk berprestasi dapat dilihat pada tabel 4.

Berdasarkan pada tabel 4 tersebut, kebutuhan untuk berprestasi memiliki 5 indikator didalamnya. Indikator keinginan untuk bertanggung jawab memiliki persentase tertinggi yakni sebesar 66,7%. Hal ini dikarenakan petani beranggapan bahwa dengan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan telah ditanamkan dalam diri mereka sejak awal bergabung dengan TOM, maka akan mempermudah mereka untuk menjalankan segala kewajiban mereka sebagai plasma TOM.

Tabel 4. Kebutuhan Untuk Berprestasi

N0	Indikator	Skor	Persentase	Kategori
		Total	(%)	
1	Dorongan Untuk Unggul	193	64,3	Tinggi
2	Keinginan Bertanggung Jawab	200	66,7	Tinggi
3	Usaha Memperoleh Umpan Balik	257	64,2	Tinggi
4	Memiliki Aktivitas Enerjik	93	31	Rendah
5	Keberhasilan Bermitra Dilihat Dari Segi Finansial Dan Kemampuan	174	58	Cukup
Total		917	57,3	Cukup

Sumber: Analisis Data Primer

b. Kebutuhan untuk berafiliasi. Kebutuhan untuk berafiliasi adalah kebutuhan untuk berteman, bersosialisasi, bertegur sapa bergabung hidup dengan orang lain. Komposisi kebutuhan untuk berafiliasi dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Kebutuhan Untuk Berafiliasi

N0	Indikator	Skor	Persentase	Kategori
			(%)	
1	Usaha Memelihara Hubungan Baik	256	64	Tinggi
2	Usaha Untuk Kooperatif	189	63	Tinggi
3	Usaha Menjaga Kenyamanan	135	67,5	Tinggi
Total		580	64,4	Tinggi

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan pada tabel 5 tersebut, kebutuhan untuk berafiliasi memiliki 3 indikator didalamnya. Petani beranggapan bahwa dengan selalu menjaga kenyamanan dalam bekerja, maka rasa tenang akan didapatkan. Ketenangan akan memunculkan sebuah semangat bekerja karena petani merasa bahagia ketika menjadi bagian dari CV. Tani Organik merapi.

c. Kebutuhan untuk kekuasaan. Kebutuhan untuk kekuasaan adalah kebutuhan untuk membuat orang lain berperilaku dalam suatu cara dimana orang-orang itu tanpa dipaksa akan berperilaku untuk memutuskan bermitra. Komposisi kebutuhan untuk kekuasaan dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini;

Tabel 6. Kebutuhan Untuk Kekuasaan

N0	Indikator	Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Usaha Untuk Merangkul Petani	103	51,5	Cukup
2	Keuntungan Merupakan Hal Penting	191	47,8	Cukup
3	Usaha Memiliki dan Menerapkan Ide	156	52	Cukup
Total		450	50	Cukup

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan pada tabel 6 tersebut, kebutuhan untuk kekuasaan memiliki 3 indikator didalamnya. Petani beranggapan bahwa dengan memunculkan sebuah ide baru serta mampu menerapkannya dengan tujuan membangun kredibilitas TOM, maka itu adalah sebuah titik awal kemajuan TOM, oleh karena itu TOM sangat menjunjung tinggi aspirasi dari petani mitra TOM.

C. Prestasi Kerja Sayuran Organik

Prestasi kerja merupakan suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam bermitra dengan Tani Organik Merapi (TOM). Prestasi kerja dapat diukur dengan melihat kualitas dan kuantitas dari masing-masing individu. Komposisi prestasi kerja petani sayuran organik secara kualitas dapat dilihat pada tabel 7.

Berdasarkan tabel 7 tersebut, indikator peningkatan alat-alat pertanian menjadi indikator yang paling tinggi, hal ini dikarenakan petani merasakan adanya keterjaminan pada sayuran organik yang mereka tanam dari segi pemasaran oleh karena itu mereka memiliki keinginan untuk memperbaharui atau menambah peralatan mereka guna menunjang kebutuhan tersebut.

Tabel 7. Prestasi Kerja Petani Sayuran Organik Secara Kualitas

N0	Indikator	Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Peningkatan Kualitas Produk	306	61,2	Tinggi
2	Peningkatan Keberhasilan Panen	181	60,3	Tinggi
3.	Peningkatan Alat-Alat Pertanian	64	64	Tinggi
4	Peningkatan Penghematan Biaya	94	47	Cukup
5	Pemenuhan Permintaan Perusahaan	56	56	Cukup
Total		701	58,4	Cukup

Sumber: Analisis Data Primer

Komposisi prestasi kerja petani sayuran organik secara kualitas dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Prestasi Kerja Petani Sayuran Organik Secara Kuantitas

N0	Indikator	Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Peningkatan dalam tingkat kuantitas Produksi	55	55	Cukup
2	Peningkatan dalam tingkat pendapatan	59	59	Cukup
3.	Pemenuhan perusahaan mitra	98	49	Cukup
Total		212	40,7	Cukup

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan pada tabel 8 tersebut, indikator peningkatan tingkat pendapatan menjadi indikator terbesar. Hal ini dikarenakan petani merasakan bahwa semenjak bermitra dengan TOM penjualan sayuran organik mereka menjadi lebih banyak dari sebelumnya sehingga pendapatan petani pun meningkat dari sebelumnya.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal dari hasil penelitian ini, diantaranya adalah;

1. Sistem kemitraan yang dilakukan oleh petani mitra di CV. Tani Organik Merapi merupakan sistem kemitraan inti plasma yakni melaksanakan pembinaan mulai dari penyediaan sarana produksi, bimbingan teknis, sampai dengan pemasaran hasil produksi.
2. Hasil penelitian yang didapatkan yakni, adanya kesesuaian teori McClelland yang menyatakan bahwa kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berafiliasi dan kebutuhan untuk kekuasaan merupakan tiga kebutuhan penting dalam berwirausaha. Motivasi petani dalam bermitra dengan CV. Tani Organik Merapi yaitu untuk memenuhi kebutuhan untuk berafiliasi dengan total persentase 64,4%.
3. Prestasi kerja yang dihasilkan oleh petani mitra TOM masuk dalam kategori cukup dengan persentase 57,1%. Prestasi kerja diukur pada segi kualitas dan kuantitas dimana indikator peningkatan alat-alat pertanian menjadi indikator terbesar dalam segi kualitas yakni sebesar 64% dan peningkatan tingkat pendapatan merupakan indikator terbesar dalam segi kuantitas yakni sebesar 59%.

B. Saran

1. Dalam rangka peningkatan kenyamanan yang lebih lanjut, pengurus CV. Tani Organik Merapi sebaiknya melakukan sebuah diskusi untuk membicarakan dan menetapkan sebuah peraturan-peraturan yang belum tertulis didalam peraturan kontrak mitra kerja CV. Tani Organik Merapi agar nantinya tidak terjadi lagi sebuah permasalahan diluar kontrak mitra kerja.
2. Dalam rangka mengurangi pandangan negatif masyarakat sekitar mengenai CV. Tani Organik Merapi, sebaiknya pengurus CV. Tani Organik Mengadakan penyuluhan ataupun aktivitas yang memberikan keuntungan untuk masyarakat

sekitar agar masyarakat mengetahui bahwa CV. Tani Organik tidak hanya berorientasi profit pribadi semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi R. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-ruzz Media. Yogyakarta.
- Astuti, R. P. 2014. Motivasi Petani Dalam Usaha Tani Padi Organik Di Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hafsah, M. J. 2008. *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta
- Kotler P. 1984. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. PT Midas Surya Grafindo. Jakarta.
- Mangkunegara, A.P. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Rosda. Jakarta
- Pracaya. 2002. *Bertanam Sayuran Organik*. Penebar Swadaya Jakarta
- Prasetya, N. W. 2015. Motivasi Wirausaha Petani Dalam Usahatani Padi Organik Di Desa Wijirejo Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Qonita A. 2012. Motivasi Kerja Utama Petani Dalam Kemitraan Dengan Pusat Pengolahan Kelapa Terpadu Di Kabupaten Kulon Progo. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Ridwan A. 2015. Minat Petani Tebu Untuk Bermitra Dengan Pabrik Gula Trangkil Kabupaten Pati. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Siregar S. 2000. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Yuyus & K. Bayu. 2011. *Kewirausahaan*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Soedjais Z. 2002. *Subsidi Pupuk Organik dan Pertanian Organik Di Indonesia*. Grafindo. Jakarta.
- Sopiah & Sangadji, E.M. 2013. *Perilaku Konsumen*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Suharyadi *et.al.* 2007. *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sumardjo. 2004. *Kepemimpinan dan Pengembangan Kelembagaan Pedesaan: Kasus Kelembagaan Ketahanan Pangan*. IPB Press. Bogor

Sutanto, R. 2002. *Pertanian Organik*. Kanisius. Yogyakarta

Widiastuti.2009. Budidaya Sayuran Organik

(online).<http://infobisnisukm.wordpress.com/2009/05/23/budidaya-sayuran-organik.html> diakses 03 Februari 2016.