

ANALISIS SALURAN PEMASARAN KUBIS (*Brassica oleracea* L.) DI KELOMPOK TANI GUNUNG SARI DESA CIBEUREUM KECAMATAN SUKAMANTRI KABUPATEN CIAMIS)

TATA JAENAL MUSTAQIN, AGUS YUNIAWAN ISYANTO, DAN RIAN KURNIA

Fakultas Pertanian Universitas Galuh Ciamis

Email : tatajaenalmustaqin1998@gmail.com

ABSTRAK

Kubis (*Brassica oleracea*) adalah sayuran yang termasuk dalam keluarga Brassicaceae, yang juga mencakup sayuran seperti brokoli, kembang kol, dan sawi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jalur pemasaran kubis (*Brassica oleracea* L.) di Kelompok Tani Gunung Sari Desa Cibeureum, Kecamatan Sukamantri, Kabupaten Ciamis, serta menghitung margin pemasaran, biaya, keuntungan, dan bagian petani dalam setiap jalur pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui wawancara langsung kepada para petani dan pihak terkait dalam lembaga pemasaran menggunakan kuesioner, serta data sekunder dari instansi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga jalur pemasaran kubis di lokasi penelitian, yaitu: (1) petani langsung ke konsumen; (2) petani ke pengecer lalu ke konsumen; dan (3) petani ke pedagang pengumpul, kemudian ke pengecer, lalu ke konsumen. Margin pemasaran tertinggi ada pada jalur ketiga sebesar Rp3.500 per kilogram, sedangkan margin terendah ada pada jalur pertama dengan margin nol karena transaksi dilakukan langsung antara petani dan konsumen. Biaya pemasaran tertinggi juga berada pada jalur ketiga, sementara biaya terendah berada pada jalur pertama. Bagian petani terbesar ada pada jalur pertama sebesar 100%, sedangkan bagian terkecil ada pada jalur ketiga karena melibatkan lebih banyak pihak dalam pemasaran. Kesimpulan penelitian menunjukkan semakin pendek jalur pemasaran, semakin besar bagian harga yang diterima petani. Oleh karena itu, pengembangan jalur pemasaran langsung antara petani dan konsumen menjadi strategi penting untuk meningkatkan pendapatan petani.

Kata kunci: bagian petani, saluran pemasaran, kubis, margin pemasaran, Ciamis

ABSTRACT

Cabbage (Brassica oleracea) is a vegetable that belongs to the Brassicaceae family. This study aims to analyze the marketing channels of cabbage (Brassica oleracea L.) in the Gunung Sari Farmers Group, Cibeureum Village, Sukamantri Subdistrict, Ciamis Regency, as well as to calculate marketing margins, costs, profits, and farmer's share in each channel. The research method used was descriptive with both qualitative and quantitative approaches. Primary data were obtained through structured interviews with farmers and marketing institutions using questionnaires, while secondary data were collected from relevant agencies. The results of the study indicate that there are three marketing channels for cabbage in the research area: (1) farmers → consumers; (2) farmers → retailers → consumers; and (3) farmers → wholesalers → retailers → consumers. The highest marketing margin was found in channel III at IDR 3,500/kg, while the lowest margin was in channel I with zero margin, as transactions were carried out directly between farmers and consumers. The highest marketing costs were also found in channel III, whereas the lowest costs occurred in channel I. The largest farmer's share was found in channel I at 100%, while the smallest farmer's share was in channel III due to the involvement of more marketing intermediaries. The conclusion of this study is that the shorter the marketing channel, the higher the share of price received by farmers. Therefore, strengthening direct marketing channels between farmers and consumers is an important strategy to increase farmers' income.

Keywords: marketing channel, cabbage, marketing margin, farmer's share,

PENDAHULUAN

Kubis (*Brassica oleracea*) adalah sayuran yang termasuk dalam keluarga *Brassicaceae*, yang juga meliputi sayuran lainnya seperti brokoli, kembang kol, dan sawi. Sayuran ini dikenal karena daun yang besar dan berkerut, serta mempunyai warna yang beragam, seperti hijau, ungu, dan putih. Tanaman ini banyak ditanam di seluruh dunia, terutama di kawasan dengan iklim sedang. Kubis memiliki sejarah panjang dalam praktik pertanian manusia, dengan bukti budidayanya yang sudah ada sejak ribuan tahun yang lalu (Larkin, M.E., & Mahoney, K. 2009). Tanaman ini termasuk dalam keluarga *Brassicaceae* dan merupakan sumber yang kaya akan vitamin C, vitamin K, serta serat. Kubis menawarkan banyak keuntungan bagi kesehatan, seperti membantu menghindari penyakit jangka panjang, mendukung sistem pencernaan, dan meningkatkan daya tahan tubuh. Berkat nilai gizi yang tinggi dan cara pengolahannya yang mudah, kubis menjadi pilihan yang sehat dan nikmat bagi banyak orang (National Nutrient Database for Standard Reference 2020).

Mengacu pada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat, produksi kubis di Jawa Barat pada tahun 2024 mencapai 242.716 ton. Kabupaten Garut merupakan penghasil kubis terbanyak dengan produksi mencapai 121.697 Ton. Sementara itu,

Kabupaten Ciamis pada tahun 2024 memiliki total produksi kubis sebesar 262 Ton, Kecamatan Sukamantri sebagai penghasil kubis terbesar di Ciamis dengan produksi mencapai 167 Ton. Lokasi dengan produksi kubis besar seperti Bandung dan Cianjur kemungkinan besar sudah sering dijadikan lokasi penelitian. Namun, Ciamis masih kurang terekspos, sehingga penelitian di wilayah ini dapat memberikan kontribusi baru bagi ilmu pengetahuan dan pengembangan pertanian lokal ini menjadi tantangan tersendiri bagi petani dan pemerintah daerah.

produksi kubis di Kabupaten Ciamis tahun 2024, Kecamatan Sukamantri merupakan penyumbang produksi terbesar dengan volume sebesar 167 ton atau sekitar 63,74% dari total produksi kubis di Kabupaten Ciamis. Hal ini menunjukkan bahwa Sukamantri memiliki potensi yang paling dominan dalam pengembangan komoditas kubis dibandingkan kecamatan lainnya, Selanjutnya, Kecamatan Ciaurbeuti menghasilkan kubis sebanyak 77 ton atau sekitar 29,39% dari total produksi. Jumlah ini menempatkan Ciaurbeuti sebagai daerah dengan kontribusi kedua terbesar setelah Sukamantri, Adapun Kecamatan Cipaku memiliki produksi kubis paling rendah, yaitu 18 ton atau hanya sekitar 6,87% dari total produksi. Meskipun kontribusinya kecil,

Cipaku tetap tercatat sebagai salah satu wilayah penghasil kubis di Kabupaten Ciamis.

Identifikasi Masalah

maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran kubis di Kelompok Tani Gunung Sari Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis?
2. Berapa besarnya biaya, margin dan keuntungan pemasaran pada masing- masing saluran distribusi kubis di Kelompok Tani Gunung Sari.Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis?
3. Berapa besarnya farmer share pada pemasran kubis di desa Cibeureum kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis.?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

Saluran pemasaran kubis di Kelompok Tani Gunung Sari Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis.

1. Besarnya biaya pemasaran, margin dan keuntungan pada masing- masing saluran distribusi kubis di Kelompok Tani Gunung Sari Desa Cibeureum pemasaran Sukamantri Kabupaten Ciamis.

2. Mengetahui besarnya *farmer share* pada pemasaran kubis di desa Cibeureum kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis.?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena, peristiwa, atau situasi secara mendalam berdasarkan data numerik dan non-numerik, seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Metode ini bertumpu pada pemahaman makna yang terkandung dalam pengalaman atau persepsi individu, tanpa manipulasi variabel yang diteliti. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data untuk memperoleh gambaran yang kaya dan mendalam mengenai konteks atau fenomena yang sedang dikaji. Penelitian deskriptif kualitatif sering digunakan untuk mengeksplorasi hal-hal yang kompleks, unik, atau sulit diukur, seperti budaya, pengalaman sosial, atau perilaku tertentu.

Operasionalisasi Variabel

Untuk lebih memperjelas dan mempermudah penafsiran dalam penelitian ini, maka variabel-variabel yang akan diukur dioperasionalisasikan sebagai berikut

1. Petani di Desa Cibeureum, Kecamatan Sukamantri, Kabupaten Ciamis, dikenal sebagai petani kubis.
2. Saluran pemasaran kubis yang baik sangat penting untuk memastikan produk segar dan berkualitas sampai ke tangan konsumen. kubis adalah komoditas yang memiliki sifat mudah rusak, sehingga efisiensi dalam proses distribusi sangat mempengaruhi kualitas produk di pasar. Salu-ran distribusi yang terorganisir akan mengurangi risiko kerusakan selama pengangkutan, penyimpanan, dan penjualan. Dengan demikian, petani dapat mempertahankan nilai produk mereka, sementara konsumen mendapatkan kubis dalam kondisi terbaik.
3. Para pedagang yang membeli kubis dari petani dan menjualnya kembali kepada pedagang lain dikenal sebagai pengumpul.
4. Pedagang grosir adalah pengecer yang membeli barang dalam jumlah besar langsung dari sejumlah petani dan pengumpul, kemudian mendistribusikan atau menjualnya kepada pengecer di desa, kecamatan, distrik, dan daerah lainnya.
5. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual kubis ke konsumen akhir yang ada di pasar.
6. Konsumen adalah seorang atau sekelompok orang yang membeli suatu produk untuk dipakai sendiri atau di olah menjadi makanan lain, biasanya membeli langsung ke petani dan ke pedagang pengecer.
7. Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang harus dikeluarkan dalam proses pemasaran.
8. Biaya pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga- lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran
9. Marjin pemasaran merupakan keuntungan dan total biaya pemasaran komodi-ti tanaman kubis tiap lembaga pemasaran
- 10.Share margin adalah bagian harga yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Sumber data primer adalah sumber yang memberikan informasi langsung kepada pengumpul data. Dengan menggunakan teknik wawancara berdasarkan serangkaian pertanyaan, data primer dikumpulkan langsung dari petani kubis di desa Cibeureum dan organisasi pemasaran yang aktif berpartisipasi dalam mekanisme pemasaran kubis. yang telah disiapkan (Kuesioner).Pada penelitian ini data primer di peroleh dari hasil wawancara atau interview dengan kelompok tani Gunung Sari secara terstruktur. Arikunto

(2006) mengatakan pewawancara mula-mula menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu di perdalam untuk memperoleh ketereangan lebih lanjut. Sehingga jawaban yang di dapat bisa meliputi semua variable dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.

2. Data sekunder dikumpulkan dari organisasi atau lembaga yang terlibat dalam penelitian ini atau dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain. Informasi ini berasal dari survei literatur dan riset kepustakaan. Pusat Penyuluhan Pertanian (BPP) Kabupaten Sukamantri, Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Ciamis, dan Kantor Desa Cieureum adalah beberapa contohnya.

Teknik Penarikan Sampel

lokasi penelitian di tentukan secara sengaja (purposivesampling) di Desa Cibeueureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis dengan pertimbangan Desa Cibeueureum merupakan sentra produksi kubis. Sedangkan sampel dalam penelitian ini di lakukan secara sensus kepada 8 orang petani kubis yang tergabung dalam kelompok tani Gunung Sari. Menurut Sugiyono (2011), sampling jenuh atau sensus dilakukan karena jumlah populasi relatif kecil atau kurang dari 100 orang, Teknik penarikan responden untuk lembaga pemasaran dilakukan dengan cara snowball sampling, menurut sugiono (2010), snowball

sampling adalah teknik pegumpulan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian membesar, ibarat bola salju yang menggelinding lama-lama menjadi besar.

Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh di lapangan ditabulasi terlebih dahulu secara sederhana dan selanjutnya dianalisis dengan metode analisis yang sesuai.

1. Menjawab permasalahan pertama dapat diselesaikan dengan analisis deskriptif, khususnya dengan memeriksa volume dan rantai saluran pemasaran kubis di wilayah penelitian.

2. Biaya pemasaran

Menurut Mulyadi (2005) untuk menghitung biaya pemasaran di gunakan rumus sebagai berikut.

$$B = MP - \pi$$

Keterangan :

B = biaya pemasaran

MP = margin pemasaran

π = keuntungan pemasaran

3. Keuntungan pemasaran

Menurut Hanafie 2010 untuk menghitung keuntungan pemasran rumus di gunakan sebagai berikut.

$$\pi = MP - B$$

Keterangan :

π = keuntungan pemasaran

MP = margin pasar

B = biaya pemasaran

4. Bagian harga yang diterima petani (farmer's share) diperoleh dengan membandingkan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen dikalikan 100% (Fatimah, 2011). Dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana:

F = Bagian harga yang diterima Petani (farmer's share) (%)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat konsumen/eceran (Rp/Kg)
Tc : Total Biaya Yang dikeluarkan/Total Cost (Rp)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kelompok tani Gunung Sari Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis. Adapun waktu penelitian dilaksanakan dengan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Tahapan persiapan yaitu survei pendahuluan, penulisan usulan penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025.
- 2) Tahapan penulisan usulan penelitian dan seminar usulan penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025
- 3) Tahapan pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data dari lapangan, yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder dilaksanakan pada bulan Juni 2025

4) Tahapan pengolahan, analisis data, dan penulisan Skripsi dilaksanakan pada bulan Juli 2025 sampai dengan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Keadaan Responden Berdasarkan Umur

Dari total 12 responden, mayoritas berusia produktif 14–65 tahun, yaitu sebanyak 9 orang atau 75% yang terdiri dari 5 petani, 1 pengumpul, dan 3 pengecer. Sementara itu, responden berusia lanjut (>65 tahun) berjumlah 3 orang atau 25% dan semuanya merupakan petani. Data ini mengindikasikan bahwa kegiatan usaha tani kubis dalam penelitian ini didominasi oleh pelaku usaha pada usia produktif. Kondisi tersebut sejalan dengan data nasional yang menunjukkan bahwa sebagian besar petani di Indonesia berada pada rentang usia produktif.

SALURAN PEMASARAN

Salah satu tugas utama yang dilakukan oleh petani dan organisasi pemasaran untuk memaksimalkan keuntungan dari promosi suatu barang atau jasa tertentu adalah pemasaran. Distribusi hasil produksi kubis dari petani ke konsumen akhir dengan harga Rp 7.000/kg menjadikan saluran pemasaran 1 sebagai saluran pemasaran tingkat nol..volume kubis yang di jual sebanyak 500 kg. petani di saluran ini sebanyak satu orang. hasil panen di pasarkan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan kegiatan

tertentu seperti pesta, hajatan, serta acara lain yang memerlukan bahan sayuran dalam jumlah besar.

Saluran pemasaran 2 merupakan saluran pemasaran satu tingkat, karena dalam proses penyampaian kubis dari petani sampai ke konsumen melalui 1 lembaga pemasar. Kubis di jual oleh petani kepada pengecer dengan harga Rp5000/kg. Petani disalurkan ini sebanyak 3 petani, penyaluran produk di ambil dari petani oleh pedagang pengecer dengan biaya di tanggung oleh pengecer. Volume kubis yang di jual sebanyak 1.800 kg dan sampai ke konsumen dengan harga Rp8.000 /kg.

Saluran pemasaran 3 merupakan saluran pemasaran dua tingkat, karena penyampaian kubis ke konsumen melalui dua lembaga pemasaran, yaitu satu pedagang pengepul dan dua pengecer. Petani di saluran ini sebanyak 4 orang. Kubis di jual oleh petani kepada pengepul dengan harga Rp4.500/kg dengan volume penjualan sebanyak 5700 kg. Dari pengepul ke pengecer dengan harga Rp5.500/kg dan pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp8000/kg.

MARGIN PEMASARAN

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga kubis yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga kubis yang diterima oleh Petani. Perbedaan margin pemasaran pada

setiap lembaga pemasaran disebabkan karena adanya biaya pemasaran dan keuntungan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran tersebut. Lembaga pemasaran akan mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda-beda serta menginginkan keuntungan yang berbeda pula dari setiap pemasaran yang dilakukan. Margin pemasaran kubis pada setiap saluran pemasaran kubis di Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis. Saluran pemasaran I petani langsung menjual ke konsumen dengan harga Rp 7.000/kg. Pada saluran pemasaran II terdapat satu lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengecer. Besarnya margin pemasaran kubis pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 3.000/kg. Pada saluran pemasaran III terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pengepul dan pedagang pengecer. Besarnya margin pada saluran ke tiga yaitu sebesar Rp3.500/kg. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Drika DKK (2020) yang menyatakan bahwa besar kecilnya margin pemasaran dapat dipengaruhi oleh panjang pendeknya suatu saluran pemasaran. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian tersebut, yaitu margin pemasaran III merupakan saluran pemasaran dengan margin tertinggi karena saluran pemasaran tersebut paling panjang dengan

nilai margin sebesar Rp 1.225/kg dan saluran I merupakan yang paling kecil karena saluran pemasarannya terpendek dengan nilai margin sebesar Rp 0. Jadi, disimpulkan bahwa saluran pemasaran I merupakan yang ter-baik bagi petani karena memiliki margin pemasaran paling rendah.

Farmers share

Rasio antara harga yang diterima petani kubis dengan harga yang dibayarkan pelanggan untuk keuntungan yang mereka peroleh dari kegiatan pertanian mereka dikenal sebagai "bagian petani."

saluran pemasaran I memiliki nilai farmer's share sebesar 100% yang merupakan persentase farmer's share paling tinggi. Hal ini dikarenakan pada saluran I komoditas kubis tidak melibatkan Lembaga pemasatan, artinya petani kubis menerima harga sebesar 100% dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Sedangkan saluran pemasaran II memiliki nilai farmer's share sebesar 62,5 %, artinya bahwa petani kubis menerima harga sebesar 62,5 % dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Pada saluran III memiliki nilai farmer's share sebesar 56,25 %, artinya bahwa petani kubis menerima harga sebesar 62,5 % dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Dilihat dari nilai farmer's share pada setiap lembaga pemasaran, petani kubis dianjurkan

untuk memasarkan komoditasnya melalui saluran pemasaran I karena bagian harga yang didapat oleh petani merupakan yang paling besar.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1.Saluran pemasaran kubis di Desa Cibeureum Kecamatan Sukamatri Kabupaten Ciamis terdapat 3 saluran pemasaran, yaitu: Saluran Pemasaran I (petani — Konsumen), Saluran Pemasaran II (Petani—Pedagang Pengecer — Konsumen),saluran pemasaran III (petani-pengepul-pengecer-konsumen).
- 2.Saluran pemasaran III memiliki total margin pemasaran sebesar 3.500/kg, biaya pemasaran tertinggi yakni Rp 2.226/kg, dan keuntungan pemasaran tertinggi sebesar Rp 7.000/kg. Saluran III merupakan saluran terpanjang dibandingkan saluran I dan II. Saluran pemasaran I memiliki total margin pemasaran sebesar Rp 7.000/kg, biaya pemasaran yakni Rp 0/kg, dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 7.000/kg. Saluran pemasaran II memiliki total margin pemasaran sebesar Rp 3.000/kg, biaya pemasaran yakni Rp1.926/kg, dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 1.074/kg.
- 3.Saluran dengan bagian harga yang diterima oleh petani (farmer's Share) tertinggi yaitu pada saluran I sebesar 100%. Hal ini

disebabkan karena saluran I lebih pendek dibandingkan saluran II yang hanya memiliki nilai Farmer's Share sebesar 62,5 %

Saran

Berdasarkan temuan penelitian tentang saluran pemasaran kubis di Desa Cibeureum, Kecamatan Sukamantri, Kabupaten Ciamis, para peneliti dapat memberikan rekomendasi berikut:

1. Dalam penelitian ini diketahui bahwa semakin pendek saluran pemasaran maka farmer's share yang ada semakin besar. Untuk meningkatkan pendapatan petani kubis disarankan untuk menggunakan saluran I karena memiliki nilai farmer's share tinggi.
2. Lembaga pemasaran diharapkan mampu memperpendek rantai saluran pemasaran, sehingga dapat memperkecil nilai biaya pemasaran.
3. Petani mencari informasi dalam melakukan proses pemasaran, sehingga petani kubis mengetahui harga yang lebih tinggi dalam menjual produksinya.
4. Petani kubis diharapkan dapat lebih meningkatkan produksinya sehingga petani dapat memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Larkin, M.E., & Mahoney, K. (2009). *Brassica oleracea (Cabbage) Genetic Resources: History, Uses, and Breeding Opportunities*. USDA Agricultural Research Service.
- National Nutrient Database for Standard Reference (2020). *Brassica oleracea var. capitata (Kubis)*.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-5. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Hanafie, R. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.