

# Respons petani lahan pasir pantai terhadap pemasaran sistem lelang cabai di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta

## The response of farmers in coastal sand farm to auction marketing system of chili at sub district Panjatan Kulon Progo, Yogyakarta

FITRI FAUZIAH

Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Kalimantan Timur, Jl. Pangeran Noor, Sempaja, Samarinda 75117, Kalimantan Timur.  
Tel./Fax.: +62-541-220857, \*email: akoev3@gmail.com

Manuskrip diterima: 4 November 2016. Revisi disetujui: 31 Januari 2017.

**Abstrak.** Fauziah F. 2017. *Respons petani lahan pasir pantai terhadap pemasaran sistem lelang cabai di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Pros Sem Nas Masy Biodiv Indon 3: 94-98.* Pemasaran sistem lelang merupakan suatu model pemasaran yang mempertemukan penjual dan pembeli guna memperoleh keuntungan kedua belah pihak. Sistem lelang dapat menjadi model alternatif pengembangan agribisnis pedesaan. Adanya kelembagaan kelompok tani di kecamatan Panjatan, kabupaten Kulon Progo telah berupaya melaksanakan kegiatan pemasaran dengan model sistem pasar lelang. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui respons petani lahan pasir pantai terhadap pemasaran sistem lelang cabai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pengambilan sampel secara *purposive*. Jenis data yang diambil adalah data primer dengan teknik pengambilan secara observasi dan wawancara terhadap petani lahan pasir pantai. Variabel diukur menggunakan skoring dengan skala likert dan uji proposi. Sebagian besar (>50%) petani lahan pasir pantai memiliki respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai. Petani mempunyai respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai yang ada karena dengan adanya sistem tersebut dapat memberikan keuntungan petani dan meningkatkan harga jual cabai. Dengan adanya sistem lelang, petani dapat meningkatkan kerjasama anggota sehingga dapat mengembangkan kelompok taninya.

**Kata kunci:** Cabai, pasir pantai, sistem lelang

**Abstract.** Fauziah F. 2016. *The response of farmers in coastal sand farm to auction marketing system of chili at subdistrict Panjatan Kulon Progo, Yogyakarta. Pros Sem Nas Masy Biodiv Indon 3: 94-98.* Auction market system is a model of marketing which sellers and buyers joint into transaction forum that gives benefit to them. Auction market system can be used as an alternative to rural agribusiness development model. The institution groups of farmers at sub-district Panjatan, Kulon Progo have implemented auction market model in the marketing system. The aim of the research was to study the response of farmers in coastal sand farm to auction market system model of chili. The descriptive method with purposing sampling was used in this research. Primary data were collected by observation and interview with the farmers. Likert scoring scale and proportion test were used to measure variables. The result showed that more than 50% of farmers in the coastal sand farm has a high response to auction marketing system of chili. The farmers have a high response to the marketing of chili auction system because it can increase the selling price of chili and cooperation to develop farming group members.

**Keywords:** Chili, coastal sand farm, auction system

### PENDAHULUAN

Tanaman cabai diduga telah dimanfaatkan oleh manusia sejak 10.000 tahun yang lalu. Suku Maya dan Aztek menganggap tanaman cabai sebagai tanaman yang memiliki kemampuan mistik karena rasanya yang pedas. Kemudian, dalam perkembangannya, Suku Maya dan Aztek menggunakan tanaman cabai sebagai komoditas yang diperdagangkan. Bahkan hingga akhir abad ke-19, buah cabai sudah digunakan sebagai alat transaksi oleh masyarakat (Purnomo 2006).

Buah cabai memiliki banyak manfaat dan khasiat. Selain sebagai bumbu masakan, buah cabai ternyata memiliki kandungan zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh. Tak dipungkiri, cabai sangat digemari oleh masyarakat

dari kelas bawah sampai kelas menengah ke atas. Namun tingginya kebutuhan cabai segar tidak diimbangi dengan ketersediaan produksi cabai dalam negeri oleh petani. Menurut Gunadi dan Sulastini (2013), tanaman cabai merah mempunyai daya adaptasi yang cukup luas sehingga dapat ditanam di dataran rendah sampai dataran tinggi. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi lonjakan harga cabai dipasaran yang disebabkan oleh rendahnya pasokan dan menurunnya produktivitas. Hal ini dikarenakan adanya pengaruh perubahan iklim dan serangan organisme pengganggu tumbuhan (OPT). Selain itu, ketersediaan lahan yang semakin menyempit, maka petani memulai melirik untuk mengolah lahan pasir pantai untuk ditanami dengan segala jenis tanaman sayuran.

Wilayah pesisir pantai mulai dilirik untuk dikembangkan dan dijadikan sebagai arah pembangunan setelah intensitas pembangunan yang berada didataran terlalu tinggi yang ditunjukkan dengan adanya area-area terbangun. Wilayah pesisir pantai merupakan suatu wilayah yang mempunyai beragam potensi untuk diusahakan mengingat berbagai keunggulan fisik dan geografis yang dimilikinya (Taufiqurrohman 2009). Lahan pasir di Kulon Progo memiliki peluang pengembangan agribisnis sayuran karena memiliki potensi teknis, sosial ekonomi dan sosial kelembagaan. Kegiatan agribisnis terutama cabai merah dan cabai keriting melalui penjualan sistem lelang. Jenis sayuran lain seperti bawang merah, caisin, melon, semangka penjualannya masih bersifat individu dengan sistem tebasan. Pengelolaan lahan pasir oleh sebagian masyarakat dapat meningkatkan produksi sayuran di lahan pasir ini, khususnya cabai merah yang terus mengalami peningkatan.

Keberhasilan dalam menanam cabai sangat tergantung pada proses pemilihan lokasi, pemilihan benih, penanaman, pemeliharaan sampai pemanenan. Namun, upaya penanganan pasca panen cabai juga akan mempengaruhi mutu cabai. Oleh karena itu, penanganan panen yang tidak benar juga akan merusak mutu cabai yang telah dipanen. Panen hanya dilakukan pada buah yang sudah berwarna merah penuh dan tidak terserang hama atau penyakit. Penanganan pasca panen berupa sortasi, grading, pengemasan dan pengangkutan perlu diperhatikan agar kualitas cabai tetap terjaga sampai ke konsumen (Cahyono 2009).

Lembaga pemasaran sangat membantu dan memudahkan petani produsen dalam menjual hasil panennya. Pada umumnya, petani produsen cabai tidak menjual sendiri hasilnya karena mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Keterbatasan modal yang dimiliki yang dimaksud adalah petani tidak memiliki alat transportasi, dan tidak memiliki gudang penyimpanan. Dengan keterbatasan itulah yang mendorong petani untuk menjual hasil panennya ke lembaga pemasaran yang lebih memadai (Cahyono 2009). Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pasar lelang di Kecamatan Panjatan Kulon Progo menjadikan pasar lelang sebagai salah satu bentuk kelembagaan ekonomi petani yang berkembang. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Hariadi (2011) bahwa kelompok tani sejatinya harus terus berkembang menjadi kelembagaan ekonomi yang memperkuat perilaku berkelompok.

Menurut Tourte dan Gaskell (2004), pasar lelang hortikultura berdasarkan definisi adalah bisnis yang berfungsi untuk memfasilitasi penjualan produk antara penjual dan pembeli. Pasar lelang hortikultura menggunakan proses tawar menawar, menyediakan kemungkinan harga paling tinggi dikalangan petani berdasarkan kondisi pasar yang ada. Pasar lelang hortikultura juga telah terbukti layak untuk meningkatkan ekonomi dan posisi sosial keluarga. Pada akhirnya, pasar lelang menransfer produk petani ke grosir, distributor atau pengecer.

Menurut Mulyadi (2011), petani yang memilih pasar lelang sebagai saluran pemasaran komoditas cabainya tentu telah mempertimbangkan alasan memilih pasar lelang sebagai saluran pemasaran cabainya. Pertimbangan tersebut antara lain: (i) Sifat pembeli, petani telah memilih pembeli dengan segmentasi pembeli utama (pembeli yang membeli

cabai dalam jumlah banyak), (ii) Sifat produk, cabai merupakan komoditas hortikultura yang memiliki sifat tetap baik dijual di pasar lelang maupun saluran pemasaran yang lain, (iii) Sifat pesaing, petani yang menjual cabainya melalui pasar lelang tidak memiliki pesaing karena petani lain yang juga memasarkan melalui pasar lelang akan memperoleh harga yang sama, (iv) Sifat perantara pemasaran (pasar lelang), petani yang memilih pasar lelang menganggap pasar lelang merupakan saluran pemasaran yang paling efektif.

## BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dengan pengambilan sampel secara *purposive*. Sampel daerah yang dijadikan sampel adalah daerah pesisir pantai sentra produksi cabai dan telah melaksanakan sistem lelang cabai. Dalam hal ini, daerah yang dijadikan daerah sampel adalah Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo. Jenis data yang diambil adalah data primer dengan teknik pengambilan secara observasi dan wawancara terhadap petani lahan pasir pantai. Responden yang digunakan adalah petani lahan pasir pantai yang melaksanakan sistem lelang cabai. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap sistem lelang cabai di lahan pasir pantai. Teknik wawancara dilakukan langsung dengan mengadakan komunikasi langsung dengan petani sampel berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Teknik wawancara ini dilakukan untuk mengetahui respons petani lahan pasir pantai terhadap pemasaran sistem lelang cabai. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara uji proporsi.

### Teknik pengambilan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan tiga teknik, meliputi: (i) Teknik observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap sistem lelang cabai di lahan pasir pantai. (ii) Teknik wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi langsung dengan petani sampel berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Teknik wawancara ini dilakukan untuk mengetahui respons petani lahan pasir pantai terhadap pemasaran sistem lelang cabai merah. Sampel petani yang diambil sebanyak 60 petani yang telah melaksanakan pemasaran sistem lelang cabai. (iii) Pencatatan teknik pengumpulan data dengan mencatat data yang telah ada yang berkaitan dengan respons petani lahan pasir pantai terhadap pemasaran sistem lelang cabai.

### Analisis data

Variabel data yang diperoleh diukur menggunakan skoring dengan skala likert. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji proporsi, dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Sampel petani yang digunakan sebanyak 60 petani. Hasil dari  $Z_{hitung}$  akan dibandingkan dengan  $Z_{tabel}$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### *Pemahaman*

Pemahaman adalah komponen pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai manfaat dari sistem lelang cabai. Pemahaman petani tentang pemasaran sistem lelang cabai dapat dilihat pada Tabel 1.

#### *Sikap petani*

Sikap dapat dijadikan salah satu parameter untuk mengetahui respons petani. Sikap adalah komponen yang berkaitan dalam pikiran dan perasaan terhadap adanya sistem lelang cabai di lahan pasir pantai. Adapun komponen sikap petani terhadap pemasaran sistem lelang cabai, dapat dilihat pada Tabel 2.

#### *Perilaku petani*

Perilaku adalah tindakan nyata yang dilakukan petani dalam sistem lelang cabai. Perilaku petani yang diteliti dalam penelitian ini adalah tindakan-tindakan petani dalam mengikuti sistem lelang cabai. Adapun komponen perilaku petani dalam pemasaran sistem lelang cabai dapat diketahui pada Tabel 3.

#### *Skor respons*

Skor minimal respons adalah 0 dan skor maksimal respons adalah 174 sehingga diperoleh skor pembagian kategori senilai 87. Adapun tingkat respons petani dapat dilihat pada Tabel 4.

#### *Tingkat respons*

Untuk mengetahui tinggi rendahnya tingkat respons petani terhadap pemasaran sistem lelang cabai, maka dilakukan uji proporsi. Dari hasil penelitian melalui uji proporsi diperoleh bahwa:  $Z_{hitung} (7,69) > Z_{Tabel} (1,645)$  yang berarti bahwa sebagian besar (>50%) petani lahan pasir pantai memiliki respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa petani lahan pasir pantai mempunyai respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai.

### Pembahasan

Respons diartikan sebagai wujud reaksi atau tanggapan dari interpretasi seseorang mengenai rangsangan yang datang pada dirinya. Respons petani lahan pasir pantai terhadap pemasaran sistem lelang cabai di kecamatan Panjatan dapat diketahui dari aspek pemahaman, sikap petani dan perilaku petani. Tingkat pemahaman petani tentang pemasaran sistem lelang cabai yang tertinggi sebesar 86,40%. Sebagian besar petani sudah paham jika sistem lelang cabai sangat menguntungkan, baik bagi dirinya pribadi maupun bagi kelompok taninya. Menurut Yati dan Agus (2011), menyebutkan bahwa dalam pelaksanaan intensifikasi cabai merah diperlukan rakitan teknologi sederhana yang mudah diterapkan. Secara ekonomis, budidaya cabai dapat menguntungkan dan secara sosial budaya dapat diterima masyarakat semua kalangan serta tidak merusak lingkungan.

Tanaman cabai memiliki umur panjang dan dapat dipanen berulang kali. Cabai dapat dipanen sejak tanaman berumur lebih dari 100 hari setelah fase *seedling* atau persemaian (Suwandi 2009). Petani dapat memanen cabai seminggu 2-3 kali. Dengan adanya sistem lelang, maka petani tidak perlu khawatir dalam penjualan cabainya. Sistem pembayaran dalam sistem lelang adalah menggunakan sistem tunai (*cash*). Petani akan menerima uang hasil penjualan cabai dari sistem lelang tersebut secara langsung sehingga uang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Tingkat pemahaman petani yang terendah sebesar 64,50%. Petani kurang begitu paham mengenai sistem lelang, dimana sistem lelang cabai merupakan salah satu sistem pemasaran cabai. Hal ini dikarenakan bahwa sebelum mengenal sistem lelang, petani hanya menjual cabai langsung ke tengkulak. Harga cabai yang diterima petani dikendalikan oleh tengkulak. Biasanya tengkulak akan memberikan harga yang lebih rendah.

Sikap adalah komponen yang berkaitan dalam pikiran dan perasaan terhadap adanya sistem lelang cabai di lahan pasir pantai. Nilai rerata tertinggi dari komponen sikap adalah 81,57% yaitu pada komponen konasi. Konasi adalah kecenderungan petani dalam mengikuti sistem lelang termasuk didalamnya adalah kecenderungan petani untuk meningkatkan kualitas dan produksi cabai. Menurut Patrianisa et al. (2015) dijelaskan bahwa fleksibilitas lembaga dijelaskan melalui indikator kelayakan harga jual meskipun mengalami perubahan harga, kesesuaian frekuensi dan waktu pelaksanaan lelang terhadap ketersediaan hasil, kemampuan menyelesaikan masalah ketika ada pedagang yang mangkir dalam pembayaran, dan keadilan bagi petani dalam menggilir lokasi pelelangan. Harga jual cabai merah memang selalu berubah-ubah sesuai ketersediaan produksi, kualitas cabai, dan kondisi pasar. Namun pasar lelang tetap dapat menyesuaikan kondisi tersebut sehingga keputusan harga tidak terlalu merugikan petani. Apabila kualitas cabai bagus dan produksi tinggi, maka harga di tempat lelang akan semakin tinggi sehingga petani akan menerima hasil penjualan yang tinggi pula.

Nilai rerata terendah dari komponen sikap terdapat pada komponen afektif yaitu sebesar 67,27%. Komponen afektif yang terendah terdapat pada indikator keterlibatan petani secara langsung dalam pelaksanaan sistem lelang. Hal ini dikarenakan anggota petani tidak dilibatkan secara langsung dalam proses lelang. Dalam sistem lelang telah ada pengurus untuk mengelola sistem lelang tersebut, sehingga anggota petani hanya menyetorkan hasil panen ke tempat lelang saja. Anggota kelompok sistem lelang hendaknya juga dilibatkan dalam proses sistem lelang cabai. Apabila petani ikut dalam pelaksanaan sistem lelang, maka anggota petani akan dapat mengetahui secara jelas mengenai harga cabai yang ditawarkan oleh para pedagang. Dengan mengetahui harga tertinggi cabai yang akan dibeli, maka akan tercipta transparansi harga antara petani dan pedagang pengumpul. Oleh karena itu, transparansi harga cabai tidak hanya berlaku untuk pengurus lelang dan pedagang saja, melainkan antara anggota petani dan pedagang.

**Tabel 1.** Pemahaman petani tentang pemasaran sistem lelang cabai di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta

Komponen	Interval skor	Rerata skor capaian	Tingkat pemahaman (%)
Tahapan dalam sistem lelang cabai	0-5	4,12	82,40
Cabai harus lolos seleksi sebelum dilelang	0-5	4,02	80,40
Sistem lelang merupakan salah satu sistem pemasaran cabai	0-6	3,87	64,50
Penjualan cabai harus cepat	0-5	4,10	82,00
Sistem lelang dapat menciptakan harga yang transparan	0-5	4,10	82,00
Sistem lelang dapat menampung hasil cabai secara maksimal	0-6	3,97	66,17
Sistem lelang dapat memberikan keuntungan bagi petani	0-5	4,32	86,40
	0-37	28,50	77,70

**Tabel 2.** Sikap petani terhadap pemasaran sistem lelang cabai di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta

Komponen	Interval skor	Rerata skor capaian	Tingkat sikap (%)
<b>Komponen kognitif</b>			
Sistem lelang cabai dapat menjamin kesejahteraan petani	0-5	4,22	84,40
Sistem lelang cabai dapat membiayai kebutuhan keluarga	0-5	2,85	57,00
Sistem lelang cabai dapat memberikan manfaat bagi orang lain	0-5	4,23	84,60
Sistem lelang cabai dapat menambah pengetahuan	0-5	4,28	85,60
Sistem lelang cabai dapat menambah ketrampilan	0-5	4,22	84,40
Sistem lelang cabai dapat meningkatkan harga jual cabai	0-5	4,25	85,00
Sistem lelang cabai dapat menumbuhkan kerja sama dalam kelompok	0-5	4,25	85,00
	0-35	28,30	80,86
<b>Komponen afektif</b>			
Kesenangan adanya tempat lelang cabai	0-4	3,58	89,50
Kesenangan menjadi anggota sistem lelang cabai	0-5	3,73	74,60
Kesenangan mengikuti sistem lelang meskipun prosesnya lama	0-4	2,00	50,00
Mengikuti sistem lelang dengan sukarela	0-4	2,05	51,25
Keterlibatan langsung dalam sistem lelang	0-4	1,97	49,25
Kesenangan jika kelompok lain ikut lelang cabai	0-5	4,13	82,60
Kesenangan dalam mengikuti sistem lelang cabai karena dapat berbagi pengalaman	0-5	3,70	74,00
Kesenangan meskipun ada potongan biaya	0-4	2,05	51,25
Kesenangan karena potongan biaya yang rendah	0-5	4,15	83,00
	0-40	27,36	67,27
<b>Komponen konatif</b>			
Akan selalu menerapkan sistem lelang	0-5	4,07	81,40
Akan melakukan sortasi sesuai anjuran	0-5	4,25	85,00
Akan berusaha memperoleh produksi yang tinggi	0-5	3,87	77,40
Akan menghadiri pertemuan kelompok untuk menambah pengetahuan	0-5	3,70	74,00
Akan mengikuti sistem lelang untuk menambah ketrampilan	0-5	4,20	84,00
Akan meningkatkan kualitas cabai	0-5	4,38	87,60
	0-30	24,47	81,57
Sikap	0-105	80,13	76,56

**Tabel 3.** Perilaku petani dalam pemasaran sistem lelang cabai di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta

Komponen	Interval skor	Rerata skor capaian	Tingkat perilaku (%)
Keikutsertaan dalam sistem lelang	0-4	3,83	76,60
Penggunaan bibit varietas unggul	0-4	3,77	75,40
Penyortiran sesuai anjuran	0-4	3,80	76,00
Penjualan hasil panen	0-4	3,73	74,60
Kehadiran dalam kegiatan kelompok tani untuk mendapatkan pengetahuan	0-4	3,52	70,40
Kehadiran dalam kegiatan kelompok tani untuk mendapatkan ketrampilan	0-4	3,48	69,60
Penggunaan pupuk sesuai anjuran	0-4	3,72	74,40
Penggunaan pestisida sesuai anjuran	0-4	3,68	73,60
	0-32	29,53	73,83

**Tabel 4.** Sebaran Petani Menurut Tingkat Respons terhadap Pemasaran Sistem Lelang Cabai di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta

Kategori respons	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Rendah (0-87)	0	0
Tinggi (88-174)	60	100
Jumlah	60	100

Nilai tingkat perilaku petani yang tertinggi adalah pada komponen mengikuti sistem lelang yaitu sebesar 76,60%. Hal ini dikarenakan dengan mengikuti sistem lelang cabai akan mendapatkan banyak keuntungan, misalnya saja harga jual cabai tinggi, cabai dapat segera terjual dan dapat menambah uang kas di kelompok. Menurut hasil penelitian Dyah et al (2014) dihasilkan bahwa dengan adanya pemasaran sistem lelang dapat memberikan harga yang layak bagi petani. Secara umum, kelembagaan pasar lelang memberikan dua jenis insentif bagi petani, yaitu: (i) Intensif finansial, berupa harga layak yang diterima petani. (ii) Intensif non finansial, berupa kepastian pasar dan kepastian harga.

Nilai tingkat perilaku petani yang terendah adalah pada indikator mengikuti kegiatan kelompok untuk mendapatkan ketrampilan yaitu sebesar 69,60%. Hal ini dikarenakan, di daerah penelitian pertemuan kelompok tidak diadakan secara rutin. Pertemuan kelompok dilakukan jika ada acara atau hal yang penting untuk disampaikan kepada anggota kelompok, misalnya pertemuan awal musim tanam untuk menentukan pola tanam.

Tingkat respons petani terhadap pemasaran sistem lelang cabai diketahui melalui tiga komponen, yaitu pemahaman, sikap dan perilaku petani. Dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa 100% petani memiliki respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai di kecamatan Panjatan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani dapat menerima adanya sistem lelang cabai dan melaksanakan sistem lelang cabai. Hasil dari pengujian uji proporsi, dapat disimpulkan bahwa lebih dari 50% petani lahan pasir pantai mempunyai respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai di kecamatan Panjatan. Petani mempunyai respons yang

tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai. Dengan adanya sistem lelang maka dapat meningkatkan nilai harga bagi petani pemilik cabai. Proses dalam pelaksanaan sistem lelang juga tidak rumit dan tergolong mudah untuk dilaksanakan.

Sebagai kesimpulan, sebagian besar (>50%) petani lahan pasir pantai memiliki respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai. Petani mempunyai respons yang tinggi terhadap pemasaran sistem lelang cabai yang ada karena dengan adanya sistem tersebut dapat dapat memberikan keuntungan bagi petani dan meningkatkan harga jual cabai. Dengan adanya sistem lelang, petani dapat meningkatkan kerjasama anggota sehingga dapat mengembangkan kelompok taninya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono B. 2009. Teknik Budi Daya dan Analisis Usaha Tani Cabai Rawit. Kanisius, Yogyakarta.
- Dyah WU, Supriyanto, Yuhan F, et al. 2014. Rekayasa sosial untuk kelayakan kelembagaan pasar lelang petani lahan pasir pantai di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Prossiding Seminar Nasional Kedaulatan Pangan dan Pertanian. Fakultas Pertanian. UGM, Yogyakarta, 6 Desember 2014.
- Gunadi, Sulastrini. 2013. Penggunaan *netting house* dan mulsa plastik untuk meningkatkan pertumbuhan dan hasil tanaman cabai merah. J. Hort. 22 (1): 36-46.
- Hariadi SS. 2011. Dinamika Kelompok Teori dan Aplikasinya untuk Analisis Keberhasilan Kelompok Tani sebagai Unit Belajar, Kerjasama, Produksi, dan Bisnis. Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Mulyadi. 2011. Akuntansi Biaya. Aditya Media, Yogyakarta
- Patrianisya D, Harsoyo, Subejo. 2015. Keefektifan lembaga pasar lelang cabai merah di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Agro Ekonomi 26 (2): 139-149
- Purnomo. 2006. Bertanam Cabai Rawit Dalam Pot. PT Agro Media Pustaka, Yogyakarta
- Suwandi. 2009. Menakar kebutuhan hara tanaman dalam pengembangan inovasi budidaya sayuran berkelanjutan. Jurnal Pengembangan Inovasi Pertanian 2 (2): 131-147
- Taufiqurrohman. 2009. Kesesuaian Pemanfaatan Lahan Wilayah Pesisir Kabupaten Demak. www.eprint.undip.ac.id. [10 November 2016]
- Tourte, L and M. Gaskell. 2004. Horticultural auction market: Lingking small farms with consumer demand. Renew Agric Food Syst 19: 129-134
- Yati H dan Agus N. 2011. Pengkajian budidaya cabai merah varietas prabu di Kabupaten Cirebon. Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian 14 (3): 191-196.