Analisis Manajemen dan kenerja kelembagaan rantai pasok usaha ayam ras pegading

supply chain partnership institutional analysis on broiler production

I Novita1a, N Rochman1

1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Djuanda Bogor

Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi, Bogor 16720.

a Korespondensi: Ita Novita, E-mail: novitazulfan@yahoo.co.id

(Diterima: 12-12-2018; Ditelaah: 13-12-2018; Disetujui: 05-01-2019)

ABSTRACT

Livestock sub-sector is an important part of agricultural development which in addition aims to meet the needs of food and nutrition of the wider community in order to improve the quality of human resources, it must also be able to improve the welfare of farmers. In the livestock sub-sector, many partnership models have been developed including partnerships in broiler business. In order to improve the welfare of farmers, especially broiler breeders in Bogor regency, good structuring is needed in an effective and efficient supply chain partnership institution. Thus, it can increase farmers' income, and ensure the sustainability of people's livestock business, especially broiler business. This study aims to: 1) Identify institutional supply chain management of broiler businesses; 2) Analyze the performance of supply chain partnership institutional broiler businesses in Bogor regency, West Java province. Primary data is obtained through observation and in-depth interviews (in-depth interviews, while secondary data is obtained from related institutions and literature. Collected data is processed quantitatively and qualitatively descriptive. The results of the study conclude: (1) Broiler breeders, namely: Farmers Mandiri, and partnership breeders, which are divided into partnerships on the basis of verbal agreements and officially partnered farmers in partnership. Independent breeders are those who manage and finance all production input needs needed during the production process and are free to market their products. Partner farmers are farmers who have been bound by cooperation both verbally and in writing with companies supplying DOC, feed, vaccines and medicines, so that these farmers only prepare pens, labor and livestock equipment, because all the needs of DOC, feed and medicine and vaccines have been provided by companies that partner with a. (2) Forms of cooperation in marketing live chicken and meat, namely breeders selling live chickens to traders / brokers who then market to retailers in conventional markets. Marketing in the form of broiler is aimed at consumers (restaurants / restaurants. Independent farmers generally market products through traders), independent farmers are free to market to any collector, while farmers in partnership are obliged to market their products to the core. get higher profits compared to breeders partnering verbally and independently.

Keywords: Broiler Broiler Business, institutional Partnership, supply Chain.

ABSTRAK

Subsektor peternakan merupakan bagian penting dari pembangunan pertanian yang disamping bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi masyarakat luas dalam rangka meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, juga harus mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat peternak. Dalam sub sektor peternakan, model kemitraan banyak dikembangkan termasuk kemitraan di bidang usaha ayam ras pedaging. Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan peternak khususnya peternak ayam ras pedaging di kabupaten Bogor, maka diperlukan penataan yang baik dalam kelembagaan kemitraan rantai pasok yang efektif dan efisien. Dengan demikian, dapat meningkatkan pendapatan peternak, dan menjamin keberlanjutan usaha peternakan rakyat khususnya usaha ayam ras pedaging. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengidentifikasi kelembagaan manajemen rantai pasok usaha ayam ras pedaging; 2) Menganalisis kinerja kelembagaan kemitraan rantai pasok usaha ayam ras pedaging di kabupaten Bogor, propinsi Jawa Barat. Data primer diperoleh melalui metode observasi dan wawancara mendalam (indepth interview, sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga terkait dan literatur. Data yang telah dikumpulkan diolah secara kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan: (1) Pelaku kegiatan usahaternak ayam ras pedaging yaitu: Peternak Mandiri; dan Peternak kemitraan, yang terbagi ke dalam kemitraan atas dasar kesepakatan lisan dan peternak bermitra secara resmi tertulis. Peternak mandiri adalah pihak yang mengelola dan membiayai sendiri seluruh kebutuhan input produksi yang diperlukan selama proses produksi berlangsung dan bebas memasarkan produknya. Peternak mitra adalah peternak yang telah terikat kerjasama baik lisan maupun tertulis dengan perusahaan pensuplai DOC, pakan, vaksin dan obat-obatan. Sehingga peternak ini hanya menyiapkan kandang, tenaga kerja dan peralatan peternakan, kerena semua kebutuhan DOC, pakan dan obat serta vaksin sudah disediakan oleh perusahaan yang bermitra. (2) Bentuk kerjasama dalam pemasaran ayam hidup maupun daging yaitu Peternak menjual ayam dalam keadaan hidup kepada pedagang pengumpul/ Broker yang kemudian memasarkan kepada pengecer di pasar konvensional. Pemasaran dalam bentuk daging broiler ditujukan ke konsumen (rumah makan/restoran. Peternak mandiri umumnya memasarkan produk melalui pedagang pengumpul (Broker),. Peternak mandiri bebas memasarkan ke pedagang pengumpul mana saja,sedangkan peternak bermitra berkewajiban memasarkan produknya kepada inti. Peternak bermitra secara resmi memperoleh keuntungan lebih tinggi dibanding peternak bermitra secara lisan dan mandiri.

Kata Kunci: Kelembagaan Kemitraan, Rantai Pasok, Usaha Ayam Ras Pedaging.

Novita, I., & Rochman, N. (2019). Analisis Manajemen dan Kinerja Kelembagaan Rantai Pasok Usaha Ayam Ras Pedaging . *Jurnal Pertanian, 10*(1), 1-5.

PENDAHULUAN

Subsektor peternakan merupakan bagian penting dari pembangunan pertanian yang disamping bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi masyarakat luas dalam rangka meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, juga harus mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat peternak. Kemitraan bidang peternakan adalah pola kerjasama antara pengusaha peternakan dengan peternak rakyat dalam pengelolaan usaha peternakan. Dalam sub sektor peternakan, model kemitraan banyak dikembangkan termasuk kemitraan di bidang usaha ayam ras pedaging. Kemitraan usaha ayam ras pedaging merupakan kerja sama antara perusahaan peternakan selaku mitra usaha inti dengan peternak rakyat selaku mitra usaha plasma, melalui kemitraan menimbulkan suatu siklus tertutup dimana antara perusahaaan peternakan dan peternak tercipta saling ketergantungan (Suharno, 1995).

Studi empiris yang dilakukan oleh Saptana et al (2002) memberikan beberapa informasi penting diantaranya bahwa struktur industri perunggasan perlu diarahkan pada penguatan konsolidasi kelembagaan di tingkat peternak rakyat melalui pengembangan pola kemitraan dengan azas saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Penguatan konsolidasi kelembagaan di tingkat peternak rakyat melalui pengembangan pola kemitraan dinilai masih relevan, sehingga secara efektif dapat mendorong kinerja peternakan rakyat.

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengidentifikasi kelembagaan manajemen rantai pasok usaha ayam ras pedaging; 2) Menganalisis kinerja kelembagaan kemitraan rantai pasok usaha ayam ras pedaging di kabupaten Bogor, propinsi Jawa Barat.

**Kelembagaan Kemitraan Rantai Pasok Usaha Ayam Ras Pedaging**

Kelembagaan kemitraan merupakan strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu, untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan, menguntungkan dan memperkuat dengan memperhatikan tanggung jawab moral dan etika bisnis yang merupakan landasan awal pelaksanaan kemitraan (HAFSAH, 1999). Menurut Saptana dan Ashari (2007), kemitraan budidaya ayam ras pedaging dilakukan di Indonesia terdapat lima pola, yaitu: 1) Inti-plasma pertnership, 2) kemitraan pertanian kontrak, 3) subkontrak kemitraan pertanian, 4) perdagangan dan lembaga kemitraan, dan 5) operasional agribisnis partenership. Untuk semua kemitraan bisnis, yang dilaksanakan dalam bisnis broiler farm adalah hanya pertnership inti-plasma. Selanjutnya disebutkan oleh Sarwanto (2004), idealnya pertnership inti-plasma menguntungkan bagi petani. Namun, banyak petani yang tidak tertarik untuk bergabung kemitraan dan memilih untuk melakukan bisnis secara mandiri dengan alasan bahwa secara mandiri lebih menguntungkan daripada petani yang bermitra.

Manajemen Rantai Pasok

Rantai pasok (supply chain) adalah sebagai suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang tersebut. Manajemen rantai pasok merupakan sekelompok alat bantu pendekatan untuk mengintegrasikan efisiensi pemasok (supplier), perusahaan, distributor, toko, atau retail, sehingga alat-alat tersebut dapat menghasilkan dan menyalurkan produk dengan jumlah, lokasi, dan waktu yang tepat, agar dapat mengurangi biaya keseluruhan sistem rantai pasok sebagai syarat memberikan tingkat kepuasan dalam pelayanan (Indrajit dan Djokopranoto, 2002).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dilakukan oleh Supriyatna, et al (2006), yaitu mengidentifikasi eksistensi kelembagaan kemitraan pemasaran ayam ras pedaging dan menganalisis kerjasama kemitraan yang terjalin di Kabupaten Tabanan, Propinsi Bali, melalui metode survei dengan wawancara terhadap lembaga pelaku agribisnis ayam ras pedaging meliputi peternak inti dan plasma. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peternak pola kemitraan melalui inti memiliki akses langsung ke pasar modern dan konvensional sementara peternak mandiri umumnya melakukan penjualan melalui pedagang pengumpul. Keterkaitan fungsional yang partisipatif dan saling menguntungkan antara peternak inti dan rakyat perlu disosialisasikan dan dimantapkan dalam pelaksanaannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan rakyat dan menjamin keberlanjutan usahaternak.

Penelitian Saptana dan Sartika (2014) mengenai manajemen rantai pasok telur ayam kampung dengan menggunakan analisis deskriptif dengan fokus pada kelembagaan manajemen rantai pasok, menunjukkan bahwa: 1) terdapat delapan pelaku utama rantai pasok komoditas telur ayam kampung, yaitu pemerintah, industri perbibitan, peternak, kelompok peternak, asosiasi peternak, pedagang di sentra produksi, pedagang di sentra konsumsi, dan industri kue/roti; 2) kelembagaan yang paling strategis dalam keseluruhan rantai pasok komoditas telur ayam kampung adalah kelembagaan distribusi dan pemasaran; dan 3) industri kue/roti menerima nilai tambah terbesar per unit output, sedangkan pedagang besar di pusat produksi dan pedagang besar di pusat konsumsi menerima nilai terbesar secara agregat. Rekomendasi kebijakan yang dihasilkan adalah pengembangan agribisnis komoditas telur ayam kampung harus dilakukan secara terpadu dalam keseluruhan rantai pasok. Penelitian Pribadi (2013) mengenai pelaksanaan kemitraan ayam broiler pada CV Barokah di kabupaten Bogor menggunakan analisis usahatani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan dapat memberikan manfaat kepada peternak antara lain dalam penyediaan sapronak, bimbingan teknis budidaya ayam broiler dan menjamin hasil produksi ayam. Karakteristik peternak mitra dan peternak mandiri tidak jauh berbeda. Karakteristik tersebut meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman beternak ayam. Hasil perhitungan pendapatan menunjukkan bahwa pendapatan peternak mitra lebih besar dibandingkan dengan pendapatan peternak mandiri. Dengan demikian, adanya kemitraan dapat memberikan manfaat kepada peternak dalam meningkatkan pendapatan.

MATERI DAN METODE

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, diskusi, dan kuesioner dengan peternak ayam ras pedaging, perusahaan, pedagang input, pedagang broiler, dan konsumen lembaga). Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan yang diperoleh dari lembaga terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bogor, Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bogor, UPT Wilayah Kecamatan. Data yang telah dikumpulkan diolah secara kuantitatif dan deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelembagaan Manajemen Rantai Pasok Usaha Ayam Ras Pedaging

Pelaku Rantai Pasok pada tingkat perusahaan lnput produksi terdiri dari perusahaan swasta yang berperan mensuplai DOC, pakan, vaksin, dan obat2an kepada peternak. Semua input produksi yaitu DOC, pakan, vaksin, dan obat-obatan dimpor oleh perusahaan, disamping ada perusahaan yang juga bertindak sebagai produsen pakan dan DOC.

Dari hasil pengamatan terdapat dua pelaku kegiatan usahaternak ayam ras pedaging yaitu: (1) Peternak Mandiri; dan (2) Peternak kemitraan, yang terbagi ke dalam kemitraan atas dasar kesepakatan lisan dan peternak bermitra secara resmi tertulis. Peternak mandiri adalah pihak yang mengelola dan membiayai sendiri seluruh kebutuhan input produksi yang diperlukan selama proses produksi berlangsung dan bebas memasarkan produknya. Pengambilan keputusan mencakup kapan memulai berternak dan memanen ternaknya, serta seluruh keuntungan dan risiko ditanggung sepenuhnya oleh peternak. Terdapat beberapa ciri peternak mandiri, yaitu mereka yang mampu membuat keputusan sendiri tentang: (1) merencanakan sendiri usahanya, (2) bertanggungjawab dalam menyediakan fasilitas kandang (3) sarana produksi peternakan (sapronak) yang akan digunakan dipilih sendiri, baik jumlah maupun jenisnya, (4) kapan DOC ditebarkan di kandang ditentukan sendiri, (5) mengatur sendiri terkait manajemen produksi (kapan panen, berapa bobot panen), (6) bertanggungjawab sendiri menentukan tempat dan harga penjualan hasil panen, dan (7) bebas dari ikatan kemitraan dengan pihak manapun.

Peternak mitra adalah peternak yang telah terikat kerjasama baik lisan maupun tertulis dengan perusahaan pensuplai DOC, pakan, vaksin dan obat-obatan. Sehingga peternak ini hanya menyiapkan kandang, tenaga kerja dan peralatan peternakan, kerena semua kebutuhan DOC, pakan dan obat serta vaksin sudah disediakan oleh perusahaan yang bermitra.

Dalam kemitraan lisan tidak ada perjanjian tertulis dalam hubungan kemitraan ini. Hubungan yang terjadi antara peternak dengan perusahaan merupakan pembinaan hubungan secara moral dan social, dimana ada adanya saling kepercayaan, saling ketergantungan, dan saling menguntungkan. Dalam kemitraan tersebut terjalin komunikasi yang terbuka dan saling percaya, baik dari peternak maupun perusahaan mitra. Pada awalnya peternak bermitra secara lisan merupakan peternak mandiri. Namun dalam perjalanan usaha ternaknya mengalami kesulitan modal dan meminta bantuan kepada perusahaan mitra untuk meminjamkan kebutuhan pakan dan obat-obatan yang dibayar kemudian setelah ayam dipanen melalui kesepakatan lisan. Dalam kemitraan lisan, peternak tidak harus menjual ternaknya kepada perusahaan. Kemitraan ini pada kenyataannya sangat membantu peternak dalam memperoleh input produksi seperti DOC, pakan, dan obat2an. Dalam kemitraan lisan harga input diperhitungkan sama dengan harga pasar dan produk juga dibeli dengan harga pasar kalau mereka menjual hasil panen ke perusahaan.

Peternak Bermitra secara tertulis terbagi dalam 3 bentuk yaitu: (1) Kemitraan Kontrak, (2) Kemitraan Bagi Hasil, (3) Kemitraan Makloon. Peternak bermitra secara resmi dan tertulis didasari oleh alasan : a) Kekurangan modal, b) Mengurangi risiko kegagalan, pemasaran lebih terjamin dengan harga kontrak, jaminan untuk mendapatkan kepastian pasokan input, c) Pemeliharaan menjadi lebih mudah karena peternak didampingi oleh ahli yang dikirim pihak perusahaan inti dalam melakukan kegiatan budidaya, d) Harga panen lebih stabil karena harga yang berlaku adalah harga kontrak, e) Peternak , pedagang input dan perusahaan mitra menjalin kemitraan untuk memperoleh keuntungan dan menanggung resiko. Dalam kemitraan resmi dan tertulis jelas dicantumkan hak dan kewajiban dari peternak. Peternak plasma berkewajiban menyediakan kandang dan peralatan, dan hak menerima input produksi (bibit, pakan, obat-obatan dan bahan kimia) dari perusahaan inti. Kewajiban peternak adalah memelihara ternak dengan baik termasuk menyediakan tenaga kerja dan menjual produk kepada inti dengan harga yang telah disepakati dalam kontrak resmi. Inti memasarkan produk melalui broker dalam bentuk ayam hidup kemudian menyalurkan ke RPA untuk dilakukan pemotongan, dan memasarkan dalam bentuk daging ke pengecer (pasar) dan selanjutnya ke berbagai konsumen .

Kinerja Kelembagaan Kemitraan rantai pasok usaha ayam ras pedaging di kabupaten Bogor, propinsi Jawa Barat.

Bentuk kerjasama dalam pemasaran broiler hidup maupun daging yakni peternak menjual ayam dalam keadaan hidup kepada pedagang pengumpul/ Broker yang kemudian memasarkan kepada pengecer di pasar konvensional. Pemasaran dalam bentuk daging broiler ditujukan ke konsumen (rumah makan/restoran. Peternak mandiri umumnya memasarkan produk melalui pedagang pengumpul (Broker),. Peternak mandiri bebas memasarkan ke pedagang pengumpul mana saja,sedangkan peternak bermitra berkewajiban memasarkan produknya kepada inti.

Dengan sistem kemitraan dan pemasaran yang telah dikemukakan terdapat perbedaan keuntungan (Rp/ekor/satu kali proses produksi). Peternak bermitra secara resmi memperoleh keuntungan lebih tinggi dibanding peternak bermitra secara lisan dan mandiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaku kegiatan usahaternak ayam ras pedaging yaitu: (1) Peternak Mandiri; dan (2) Peternak kemitraan, yang terbagi ke dalam kemitraan atas dasar kesepakatan lisan dan peternak bermitra secara resmi tertulis. Peternak mandiri adalah pihak yang mengelola dan membiayai sendiri seluruh kebutuhan input produksi yang diperlukan selama proses produksi berlangsung dan bebas memasarkan produknya. Peternak mitra adalah peternak yang telah terikat kerjasama baik lisan maupun tertulis dengan perusahaan pensuplai DOC, pakan, vaksin dan obat-obatan. Sehingga peternak ini hanya menyiapkan kandang, tenaga kerja dan peralatan peternakan, kerena semua kebutuhan DOC, pakan dan obat serta vaksin sudah disediakan oleh perusahaan yang bermitra.

Bentuk kerjasama dalam pemasaran ayam hidup maupun daging yaitu Peternak menjual ayam dalam keadaan hidup kepada pedagang pengumpul/ Broker yang kemudian memasarkan kepada pengecer di pasar konvensional. Pemasaran dalam bentuk daging broiler ditujukan ke konsumen (rumah makan/restoran. Peternak mandiri umumnya memasarkan produk melalui pedagang pengumpul (Broker),. Peternak mandiri bebas memasarkan ke pedagang pengumpul mana saja,sedangkan peternak bermitra berkewajiban memasarkan produknya kepada inti. Peternak bermitra secara resmi memperoleh keuntungan lebih tinggi dibanding peternak bermitra secara lisan dan mandiri.

SARAN

Studi ini merekomendasikan kebutuhan untuk membuat kontrak kemitraan tertulis dan memperbaiki sistem manajemen rantai pasok usaha ayam ras pedaging..

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik, 2013. Jawa Barat Dalam Angka. Bandung.

Badan Pusat Statistik, 2013. Kabupaten Bogor Dalam Angka. Kabupaten Bogor.

Fitriani, Anna, Heny K. Daryanto, Rita Nurmalina, dan Sri Hery Susilowati, 2014. Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Broiler Indonesia: Pendekatan Model Simultan. Jurnal Agro Ekonomi. Volume 32 No. 2, Oktober 2014: 167-186

Hafsah, Mohammad Jafar. 1999. Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi. Departemen Pertanian. Penerbit Swadaya, Jakarta.

Indrajit, R.E dan R. Djokopranoto, 2002. Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Rantai Penyediaan Barang. Grasindo, Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.

Lummus, R. R., & Vokurka, R. J. 1999. Deﬁning supply chain management: a historical perspective and practical guidelines. Industrial Management & Data

Saptana, R.Sayuti dan K.M. Noeman. 2002. Industri Perunggasan: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan. Forum Penelitian Agro Ekonomi. Puslitbang Sosek Pertanian, Bogor.

Sitorus, MT.F., E. Soetirto, D.P. Lubis, I. Agusta dan R. Pambudy. 2003. Agribisnis Berbasis Komunitas: Sinergi Modal Ekonomi dan Modal Sosial. PT Sanghyang Seri Persero, Jakarta dan Pusat Kajian Lembaga Agraria, LPM-IPB. Bogor. Pustaka Wirausaha Muda.

Saptana and Ashari, 2007. Sustainable Agricultural Development Through Partnership Business. Journal of Research and Development Agriculture.

Sarwanto, C. 2004. Broiler Partnership, Production and Farmer's Incomes In The District of Karang Anyar and Sukoharjo. Thesis. Graduate School, Bogor Agricultural University.

Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. (2002). Defining Supply Chain Management. Journal of Business Logistics Daryanto (2008

Pribadi, Keisty Law. 2013. Analisis Pelaksanaan Kemitraan Ayam Broiler pada CV. Barokah dan Pendapatan Antara Peternak Mitra dan Peternak Mandiri di Kabupaten Bogor. Departemen Agribisnis, FEM IPB. Bogor. Skripsi (tidak dipublikasikan).

Saptana, Daryanto A. 2012. Manajemen Rantai Pasok (Supply Chains Management) Melalui Strategi Kemitraan Pada Industri Broiler. Dalam: Bunga Rampai Rantai Pasok Komoditas Pertanian Indonesia. Eds. Erna Maria Lokollo. Bogor: IPB Press.

Saptana dan Tike Sartika. 2014 Manajemen Rantai Pasok Komoditas Telur Ayam. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 11 No. 1, Maret 2014

Sejati, 2011. Analisis Kelembagaan Rantai Pasok Telur Ayam Ras Peternakan Rakyat di Jawa Barat. Wahyuning, K. Sejati. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Analisis Kebijakan Pertanian, Vol 9 No.2. Juni 2011.

Supriyatna, Yana, Sri Wahyuni, dan I Wayan Rusastra. 2006. Analisis Kelembagaan Kemitraan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging di Bali. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.

Weng, T. 2012. Welfare Effects of the Horizontal Consolidation in the Broiler Industry. ww.ncsu.edu/.../Tengying\_Weng.pdf. (20 Februari 2013)

Yuniar, Aprianti Roganda. 2012. Analisis Manajemen Rantai Pasok Melon di Kabupaten Karang Anyar. Tesis. PS.Magister Agribisnis Program Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret. Surakarta..