



Nomor : 010293/UN38.7.3/TU/2018

Surabaya, 4 September 2018

Hal: Pengumuman Penerimaan *Full Paper (Letter of Acceptance)*

LETTER OF ACCEPTANCE

Dengan hormat,

Kami berterima kasih atas kesediaan Bapak/ Ibu atas pengiriman paper pada Seminar Nasional Manajemendan Call Paper (SENIMA 3) dengan judul,

“Gelora Sriwijaya Jakabaring Sport Center (Jsc) Sebagai Sarana Pengembangan Pendapatan Masyarakat Dalam Satu Sistem Pasar Terpadu Bagi Produk Kerajinan Palembang”

Berdasarkan hasil blind review dari tim reviewer SENIMA 3, paper Bapak/Ibu dinyatakan diterima.

Dengan diterimanya paper tersebut, pihak panitia mengharapkan Bapak/ Ibu untuk hadir dan mempresentasikan paper yang telah dikirim pada acara SENIMA 3 yang akan diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 5 Oktober 2018

Waktu : 07.30 - 17.00WIB

Tempat : Hotel Luminor

Jln. Jemursari 206-208, 60292 Surabaya

Para pemakalah dimohon untuk membawa soft file presentasi Power Point (versi 2010 atau di bawahnya).

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan partisipasinya kami mengucapkan banyak terima kasih. Sampai jumpa pada acara SENIMA 3.

Hormat kami,

Ketua Panitia SENIMA 3


AgusFrianto,ST.,SE.,MM

NIP. 197501062008121002



Gelora Sriwijaya Jakabaring Sport City (JSC) Sebagai Sarana Pengembangan Pendapatan Masyarakat Dalam Satu Sistem Pasar Terpadu Bagi Produk Kerajinan Palembang

Kristina Sedyastuti¹, Universitas Binadarma, kristinasedyastuti@ya
Emi Suwarni², Universitas Bina Darma, Emisuwarni@binadarma.ac.id
Deni Erlansyah³, Universitas Bina Darma, Deni.erlansyah@binadarma.ac.id

Abstract

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran Jakabaring Sport Center (JSC) sebagai pusat pemasaran produk kerajinan masyarakat kota Palembang karena selain sebagai pusat olahraga JSC juga menjadi daya tarik wisata baik wisatawan lokal maupun manca negara. Dilain pihak wilayah JSC juga memberikan sarana bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka, salah satu lembaga yang mengkoordinasikan adalah DEKRANAS yaitu lembaga non profit yang sangat berpihak pada pelaku usaha khususnya pengusaha kecil dan menengah. Inilah yang pada akhirnya kami sebagai sistem pemasaran terpadu. Wisata di JSC kami sebut sebagai Pariwisata olahraga yang telah berkembang bahkan menjadi industri di negara maju, dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional. JSC juga merupakan salah satu pendukung pertumbuhan industri kreatif di mana multi efek yang dihasilkan oleh JSC sebagai pariwisata olahraga akan memberikan ruang dan kesempatan bagi pelaku bisnis baik produk kuliner dan produk kerajinan sebagai produk unggulan provinsi Sumatera Selatan dengan pemanfaatan teknologi berdasarkan kreativitas dan inovasi yang berkembang. Dengan pendekatan metode Kualitatif oleh Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2005) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian ini menganalisis peran JSC sebagai sarana pemasaran produk kerajinan daerah bahkan tidak hanya dari Palembang tetapi juga dari berbagai daerah lainnya. JSC adalah stadion yang luasnya 325 Ha dan dapat menampung 40.000 pengunjung adalah merupakan jumlah yang besar untuk dijadikan konsumen kerajinan yang dikelola lewat DEKRANASDA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran JSC memberikan kontribusi dalam memasarkan produk kerajinan dimana kunjungan wisata mengalami peningkatan yang signifikan dan memberikan dampak kepada peningkatan pendapatan pelaku usaha dan masyarakat Palembang pada umumnya.

Key Word: Jakabaring Sport City (JSC), Dekranasda, produk kerajinan

1. PENDAHULUAN

Palembang mendapat warisan dari kawasan olahraga terpadu di Jakabaring. Dengan fasilitas olahraga yang lengkap ini, Palembang dipercaya menjadi tuan rumah acara kelas internasional seperti Piala Asia 2007. Gelora Sriwijaya Jakabaring Stadium di Piala Asia, yang menjadi tuan rumah Malaysia, Thailand dan Vietnam. Pada tahun 2011 kembali diadakan Southeast Asian Games (Sea Games) ke-26, yang merupakan pertandingan olahraga paling bergengsi di Asia Tenggara. Acara olahraga ini diadakan setiap dua tahun sekali. Kompetisi ini diikuti oleh negara-negara yang telah bergabung di ASEAN yang saat ini berjumlah sebelas negara termasuk Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Singapura, Thailand, Filipina, Kamboja, Myanmar, Vietnam, Timor Leste dan Laos. Selanjutnya, pemerintah pusat menunjuk kembali Palembang sebagai tuan rumah ISG yang diselenggarakan pada tahun 2013. Alasannya adalah karena Palembang memiliki fasilitas yang baik dan juga memiliki pengalaman sukses menyelenggarakan Sea Games 2011 lalu. Dalam pertandingan ISG ini, Indonesia akhirnya berhasil menjadi juara umum, melebihi target pemerintah. Kemungkinan faktor psikologis sebagai tuan rumah untuk mengantarkan Indonesia menjadi juara umum.

Suwantoro (2005) mendefinisikan pariwisata sebagai tempat penampungan sementara bagi seseorang di luar tempat tinggal mereka karena suatu alasan dan bukan untuk kegiatan yang menghasilkan upah. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan untuk memenuhi keinginan dan keingintahuan yang terkait dengan kesenangan. Potensi wisata menurut Janianton Damanik dan Helmut F Weber (2006) adalah objek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan. Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di tujuan wisata yang menjadi daya tarik bagi orang untuk datang ke tempat tersebut. Palembang sendiri memiliki banyak tempat wisata seperti obyek wisata alam, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata budaya dll. Oleh karena itu, sektor pariwisata di Provinsi Sumatera Selatan merupakan sektor andalan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Jadi dalam rencana pembangunan menempatkan sektor pariwisata sebagai komponen utama pembangunan, masuk dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) 2005-2025 dan sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 13 tahun 2010. Setiap pengunjung JSC pasti tertarik untuk memiliki berbagai produk kerajinan Palembang demikian juga ingin mencicipi kuliner Palembang yang sangat terkenal dengan pempeknya, inilah yang menjadi pasar bagi pelaku usaha, melalui Dekranasda pengrajin diarahkan dibimbing dan dibantu dalam sistem pemasarannya bersama instansi terkait.

2. METODE PENELITIAN

Menggunakan pendekatan metode Kualitatif oleh Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2005) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Selain itu penelitian ini bersifat Policy Oriented dengan menggunakan pendekatan penelitian kebijakan yaitu penelitian yang berfokus pada identifikasi masalah kebijakan dan memberikan rekomendasi pragmatis kepada pembuat kebijakan sehingga menjadi perspektif (Kusumanegara, (2010: 3). Seperti juga disebutkan penelitian kebijakan adalah penelitian yang diadopsi untuk melengkapi penelitian akademik dan implikasi kebijakan terkait dengan pengembangan kebijakan publik (Nusa Putra dan Hendarman, 2012: 57). Penelitian ini juga bersifat deskriptif analitis karena penelitian tidak hanya terbatas pada deskripsi objek penelitian tetapi juga menganalisa bagaimana inovasi pemasaran yang dikembangkan. Teknik yang dilakukan oleh peneliti adalah survei literatur akademik yang relevan. Sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui pencarian berbagai sumber baik dari dokumen pemerintah maupun berita media massa cetak dan elektronik sebagai data sekunder yang kemudian diolah dan diuraikan dalam bentuk narasi sesuai dengan kebutuhan data. Kemudian dilakukan analisis data berdasarkan teori dan konsep kebijakan publik serta selanjutnya dilakukan proses interpretasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Tentang Jakabaring Sport Centre (JSC)

Kebijakan pemerintah provinsi Sumatera Selatan tentang bidang pariwisata terdiri dari tujuan, sasaran, strategi dan arah kebijakan. Visi pemerintah Provinsi Sumatera Selatan adalah Sumatera Selatan Sejahtera, Lebih Maju dan Kompetitif Internasional. Untuk mewujudkan visi tersebut, salah satu misi yang terkait dengan pariwisata daerah adalah untuk memperkuat keunggulan daerah agropolitan, pariwisata daerah dan sektor-sektor terkemuka lainnya, peningkatan investasi ramah lingkungan serta peningkatan fasilitas dan infrastruktur daerah. Tujuan pariwisata adalah untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan dengan target meningkatkan manfaat pariwisata daerah melalui strategi untuk meningkatkan pengelolaan pariwisata daerah. Arah kebijakan pariwisata adalah meningkatkan kualitas

prasarana objek wisata, meningkatkan promosi pariwisata daerah dan meningkatkan kemitraan / jaringan pariwisata.

Table 1. Data Kunjungan Wisata di Provinsi Sumatera Selatan

No	Year visits	Wisman (Tourist Abroad)	Wisnus (Tourist Nusantara)	Amount
1	2008	18.090	2.658.457	2.676.547
2	2009	29.900	2.301.760	2.331.660
3	2010	30.003	2.078.630	2.108.633
4	2011	42.953	3.162.169	3.205.122
5	2012	30.117	3.225.261	3.255.378

Source : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata , RPMJD 2013-2018

Sepanjang tahun 2008-2013, jumlah kunjungan wisatawan baik asing maupun domestik mengalami peningkatan yang cukup baik. Peningkatan peningkatan sangat terasa sekali pada tahun 2011, di mana ada lonjakan wisatawan yang datang untuk mencapai 3,2 juta orang, yang berarti peningkatan sekitar 1,1 juta orang. Ini diharapkan karena diselenggarakannya Sea-Games 26 di Palembang. Dalam indikator terlihat perkembangan pariwisata di Sumatera Selatan dapat dilihat dari pertumbuhan hotel berbintang di Palembang, sebagai infrastruktur pendukung pertumbuhan sektor ini. Jadi dengan dibangun dan dikembangkan JSC sebagai pusat kegiatan olahraga internasional akan meningkatkan peluang baik di bidang pariwisata karena akan dikunjungi oleh penggemar olahraga baik di dalam maupun di luar negeri, penandaan produk lokal dan pengembangan ekonomi kreatif dengan potensi daerah yang ada. Dengan tingkat daya tampung pengunjung 40.000 orang mengkondisikan bahwa JSC menjadi potensi devisa bagi masyarakat Palembang.

Analisis Potensi Sistem Pemasaran Tepadu

Ekonomi kreatif adalah salah satu sektor yang menjadi harapan baru bagi perekonomian Indonesia. Berbeda dengan sektor lain yang sangat bergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih didasarkan pada keunggulan sumber daya manusia. Karya seni, arsitektur, buku, inovasi teknologi, dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif dari pemikiran manusia. Perkembangan ekonomi kreatif akan membutuhkan data salah satunya adalah data ekspor ekonomi kreatif. Dan di bawah ini akan dijelaskan perkembangan ekspor Provinsi Sumatera Selatan. Perbandingan dengan provinsi lain bertujuan untuk menilai sejauh mana Provinsi Sumatera Selatan dapat bersaing dengan provinsi lain di Indonesia. Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015, kegiatan ekonomi kreatif mencakup 16 subsektor. Sub sektornya adalah: arsitektur; desain interior; Desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kerajinan; kuliner; musik; mode; aplikasi dan pengembang game; penerbitan; iklan; televisi dan radio; seni Drama; dan seni rupa. Setiap sub-sektor terdiri dari beberapa klasifikasi lima digit dari Usaha Bisnis Indonesia (KBLI). Analisis dan pembahasan penelitian ini berorientasi pada identifikasi isu-isu

kebijakan yang memberikan rekomendasi pragmatis kepada pembuat kebijakan sehingga menjadi perspektif (Kusumanegara, (2010: 3) Identifikasi dan deskripsi potensi ekonomi kreatif di Provinsi Sumatera Selatan akan dianalisis dan akan lebih lanjut menggambarkan peluang ekonomi dan tantangan kreatif di Provinsi Sumatera Selatan.

Peluang dan Tantangan Ekonomi Kreatif

Dapat digambarkan peluang dan tantangan ekonomi kreatif di Provinsi Sumatera Selatan yang dapat menjadi modal pengembangan kebijakan ekonomi kreatif yaitu sebagai berikut: (i). Posisi geostrategis Sumatera Selatan yang terletak di ujung posisi pulau Sumatera Sumatera Selatan berdekatan dengan ibu kota Jakarta sebagai pintu gerbang pulau Sumatera dan berbatasan langsung dengan Ibu Kota Republik Indonesia dapat menjadi penggerak pengembangan ekonomi kreatif (ii) . Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan meminta usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di daerah ini untuk menciptakan produk ekonomi kreatif karena potensi daerah ini cukup besar. Usaha mikro, kecil dan menengah (UKM) di Sumatera Selatan cukup banyak sehingga diharapkan produk yang dibuat lebih kreatif, produk ekonomi kreatif yang menjanjikan karena Sumatera Selatan akan menjadi tuan rumah Asian Games 2018. Kemudian, tamu dari berbagai negara akan melihat dan membeli produk unggulan yang ada sehingga industri kreatif harus dapat membaca peluang potensial ini. UKM dapat membuat kerajinan dari kulit, rotan, kain dan sebagainya agar lebih menarik. Sebenarnya produk kerajinan Sumatera Selatan tidak kalah dari luar tetapi masih lemah di bidang pemasaran sehingga perlu meningkatkan sistem manajemen yang baik. (iii) Membangun sarana Olahraga dengan kapasitas yang dibangun di Jakabaring dan standar internasional yaitu Jakabaring Sport Centre, yang hingga kini telah digunakan 39 acara Olahraga Internasional dan yang terakhir adalah Asian Games 2018.

Dewan Kerajinan Nasional (DEKRANAS)

Dewan Kerajinan Nasional (DEKRANAS), adalah organisasi nirlaba yang menghimpun pencinta dan peminat seni untuk memayungi dan mengembangkan produk kerajinan dan mengembangkan usaha tersebut, serta berupaya meningkatkan kehidupan pelaku bisnisnya, yang sebagian merupakan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM).

Kerajinan sebagai suatu perwujudan perpaduan ketrampilan untuk menciptakan suatu karya dan nilai keindahan, merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu kebudayaan. Kerajinan tersebut tumbuh melalui proses waktu berabad-abad. Tumbuh kembang maupun laju dan merananya kerajinan sebagai warisan yang turun temurun tergantung dari beberapa faktor. Di antara faktor-faktor yang berpengaruh adalah transformasi masyarakat yang disebabkan oleh teknologi yang semakin modern, minat dan penghargaan masyarakat terhadap barang kerajinan dan tetap mumpuninya para perajin itu sendiri, baik dalam menjaga mutu dan kreativitas maupun dalam penyediaan produk kerajinan secara berkelanjutan.

Dengan disadarinya peranan dan arti penting dari keberadaan ‘industri’ kerajinan sebagai suatu wahana pemerataan pendapatan, penciptaan usaha baru serta upaya pelestarian hasil budaya bangsa, maka celah-celah keberadaannya mulai mendapat perhatian dan menggugah tokoh-tokoh masyarakat dari berbagai kalangan, utamanya mereka yang erat kaitannya dengan seni budaya kerajinan itu sendiri, seperti para pecinta/peminat barang-barang seni dan kerajinan, tokoh masyarakat dan para seniman serta para ahli yang menggeluti bidang seni serta kerajinan.

Dilandasi kesadaran akan kelangsungan hidup dari kerajinan yang menopang kehidupan berjuta-juta keluarga yang dihadapkan pada kemajuan teknologi industri di satu sisi dan pelestarian nilai budaya bangsa yang harus tercermin dalam produk kerajinan, maka

dipandang perlu adanya wadah partisipasi masyarakat bertaraf nasional yang berfungsi membantu dan sebagai mitra pemerintah dalam membina dan mengembangkan kerajinan. Itulah latar belakang berdirinya Dewan Kerajinan Nasional yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Bersama 2 Menteri, yaitu Menteri Perindustrian dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nomor: 85/M/SK/3/1980 dan Nomor: 072b/P/1980, tanggal 3 Maret 1980 di Jakarta.

Untuk mendukung kelancaran kegiatannya di tingkat daerah, dengan dipayungi Surat menteri Dalam Negeri Nomor : 537/5038/Sospol, tanggal 15 Desember 1981, dibentuklah organisasi DEKRANAS tingkat daerah (DEKRANASDA). Kepengurusan DEKRANASDA dikukuhkan oleh Ketua Umum DEKRANAS atas usulan daerah.

Dari sejak berdirinya, perjalanan DEKRANAS sudah cukup panjang dan sudah 5 periode masa bakti kepengurusan. Adapun kepengurusan DEKRANAS masa bakti tahun 2004-2009, sesuai amanat Munas DEKRANAS tanggal 18 April 2005, adalah berdasarkan Surat Keputusan Bersama 6 Menteri, yaitu: Menteri Perindustrian, Menteri Perdagangan, Menteri Dalam Negeri, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, Menteri Negara Koperasi dan UKM, serta Menteri Negara BUMN, dan mengalami perubahan yang ditetapkan pada tanggal 27 April 2005.

Peran JSC dan DEKRANASDA dalam pengembangan pemasaran produk kerajinan Palembang

Sektor pariwisata khususnya pariwisata olahraga untuk Provinsi Sumatera Selatan memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi daerah di masa depan di Provinsi Sumatera Selatan baik secara langsung berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) atau berbagai manfaat dari kegiatan pariwisata di Provinsi Sumatera Selatan, terutama penciptaan lowongan pekerjaan dan kesempatan kerja. Gagasan tentang pentingnya sektor pariwisata dalam mendukung pembangunan ekonomi regional didasarkan pada peran penting sektor pariwisata strategis dalam ekonomi karena bersifat lintas sektoral yang memiliki implikasi luas untuk berbagai aspek yang terkait dengan sektor politik-pemerintah, keamanan-keamanan, pembangunan ekonomi, dan sosial budaya. Secara empiris-institusional, sektor terkemuka dengan produk unggulan ini memiliki keterkaitan ke belakang dan hubungan masa depan baik secara lokal, nasional dan global.

Berbagai perkembangan dan acara hari ini membawa pengaruh besar terhadap perkembangan pariwisata, khususnya wisata olahraga dalam lingkup Provinsi Sumatera Selatan. Banyak potensi serta masalah baru dan masalah baru yang memerlukan pendekatan khusus untuk pengobatan. Dinamika semacam itu perlu diakomodasi ke dalam produk rencana provinsi yang sudah ada sehingga potensi baru, masalah dan masalah yang muncul dapat diakomodasi dan menjadi dasar untuk merumuskan kebijakan dan program aksi. Oleh karena itu, arah pengembangan pariwisata di Propinsi Sumatera Selatan haruslah pembangunan berkelanjutan dengan melibatkan setiap elemen dan sektor yang ada di urutan Propinsi. Setiap elemen dan sektor bahu membahu secara sinergis untuk dapat mengejar model pengembangan pariwisata yang ditargetkan dan sesuai dengan budaya dan kemampuan sumber daya yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Selatan.

4. KESIMPULAN

Provinsi Sumatera Selatan memiliki stadion Gelora Sriwijaya yang dikenal dengan Jakabaring Sport City (JSC) merupakan sarana besar bukan hanya bagi olahragawan dan even olahraga yang diselenggarakan , tetapi juga menjadi sarana untuk memasarkan produk

produk kerajinan daerah baik dalam bentuk makanan maupun hasil kerajinan tangan atau handicraf. Juga sebagai sumberdaya dalam bentuk tempat Olah Raga terbesar ke 3 di Indonesia yang memiliki potensi dalam menambah devisa negara melalui kunjungan wisata atau atlit atlit yang datang dariberbagai negara yang sekaligus sebagai konsumen yang potensial bagi pelaku usaha Palembang. Penguatan sinergi antara JSC dan Deskranada dan pelaku usaha produk maupun jasa akan terus dikembangkan agar daya serap pembelian semakin meningkat, apalagi dari data kunjungan wisata menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan tentu akan semakin baik di tahun berikutnya terlabih dengan Asian Games yang baru saja dilaksanakan. Melalui pengembangan dan eksplorasi JSC yang terus berkembang memungkinkan Provinsi Sumatera Selatan juga dikenal di dunia internasional, ini memberikan peluang bagi pebisnis untuk terus meningkatkan kualitas dan inovasi produk yang bisa dijual di acara apapun di JSC bahkan dapat diekspor ke berbagai negara.

DAFTAR RUJUKAN

- Bailey, E. M. (2010). Behavioral Economics: Implications for Antitrust Practitioners. *The Antitrust Source*, 74(June), 1–7. Retrieved from <http://goo.gl/aWBNk>
- Bao, Q., Tang, L., Zhang, Z., & Wang, S. (2013). Impacts of border carbon adjustments on China's sectoral emissions: Simulations with a dynamic computable general equilibrium model. *China Economic Review*, 24, 77–94. <http://doi.org/10.1016/j.chieco.2012.11.002>
- DellaVigna, S. (2007). *Psychology and Economics* (No. 13420). Cambridge.
- Dhillon, S. S., & Singh, N. (2006). Contract Farming in Punjab: An Analysis of Problems , Challenges and Opportunities. *Pakistan Economic and SOcial Review*, 44(1), 19–38.
- Frederick, S., Loewenstein, G., & O'Donoghue, T. (2002). Time Discounting and time preference: a critical review. *Journal of Economic Literature*, 40, 351–401.
- Harrison, G. W., Lau, M. I., & Melonie, B. (2000). Estimating Individual Discount Rates in Denmark: A Field Experiment. *Business*, 92(5), 1606–1617. <http://doi.org/10.1257/000282802762024674>
- Huang, Q. (2010). *Game Theory*. (Q. Huang, Ed.). Rijeka: Sciyo. <http://doi.org/10.4135/9781412984317>
- Laibson, D. (1997). Golden eggs and hyperbolic discounting. *Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 443–477. <http://doi.org/10.1162/003355397555253>
- List, J., & Gallet, C. (2001). What Experimental Protocol Influence Disparities Between Actual and Hypothetical Stated Values? *Environmental & Resource Economics*, 20(3), 241–254. Retrieved from <http://ideas.repec.org/a/kap/enreec/v20y2001i3p241-254.html>
- Prowse, M. (2012). Contract Farming in Developing Countries - A Review. *gration of Econometrics and Behavioral Economic Research* (pp. 103–132).
- Wang, H. H., Wang, Y., & Delgado, M. S. (2014). The transition to modern agriculture: Contract farming in developing economies. *American Journal of Agricultural Economics*, 96(5), 1257–1271. <http://doi.org/10.1093/ajae/aau036>
- Wang, H. H., Zhang, Y., & Wu, L. (2011). Is contract farming a risk management instrument for Chinese farmers?: Evidence from a survey of vegetable farmers in Shandong. *China Agricultural Economic Review*, 3(4), 489–505. http://doi.org/10.1108/1756137 Deskranada - https://id.wikipedia.org/wiki/Dewan_Kerajinan_Nasional1111192347