

**ANALISIS PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN
PETANI APEL DI DESA PONCOKUSUMO**

Oleh :

**NUR DWI MUHARIMEKA
0310443021-44**



SKRIPSI
Disampaikan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menempuh Gelar
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2009



**ANALISIS PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN
PETANI APEL DI DESA PONCOKUSUMO**

repository.ub.ac.id

Oleh :

**NUR DWI MUHARIMEKA
0310443021-44**

SKRIPSI
Disampaikan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menempuh Gelar
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2009

UNIVERSITAS
BRAWIJAYA



RINGKASAN

NUR DWI MUHARIMEKA. 0310443021-44. Analisis Pengaruh Modal Sosial Terhadap Pendapatan Petani Apel Di Desa Poncokusumo. Di bawah bimbingan Dr. Ir. Budi Setiawan,MS.sebagai pembimbing pertama dan Rahman Hartono, SP. MP. sebagai pembimbing kedua.

Apel merupakan komoditas andalan bagi penduduk Desa Poncokusumo sebagai sumber mata pencarian sekaligus sebagai sumber ekonomi. Tingginya produksi apel bukan jaminan meningkatkan pendapatan petani, karena lemahnya posisi tawar petani terhadap pedagang. Informasi harga pasar menjadi rahasia pedagang, sehingga harga ditingkat petani mudah dipermainkan. Nilai yang dirasakan (*perceived value*) adalah tingkat yang dirasakan dari kualitas relatif produk terhadap harga yang telah dibayarkan.

Infrastruktur dinamis dari modal sosial berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia. Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. Masyarakat yang sehat cenderung memiliki jaringan-jaringan sosial yang kokoh. Orang mengetahui dan bertemu dengan orang lain. Mereka kemudian membangun inter-relasi yang kental, baik bersifat formal maupun informal. Jaringan sosial yang erat akan memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta manfaat dari partisipasinya itu.

Interaksi yang dijalin antara petani apel dengan pedagang apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang dibedakan berdasarkan jenis petani dan pedagang. Petani apel bukan langganan adalah petani apel yang tidak terikat dengan pedagang apel mana pun di Desa Poncokusumo-Malang. Petani apel langganan adalah petani apel yang menerima bantuan/pinjaman (modal) dari pedagang tertentu. Pinjaman tersebut selain berupa uang juga sarana produksi seperti obat-obatan(pestisida) dan kertas pembungkus apel. Petani apel langganan ini memiliki kewajiban secara tidak tertulis untuk menjual apelnya ke pedagang yang telah memberi pinjaman.

Secara umum permasalahan dalam penelitian ini adalah sejauh mana hubungan jangka panjang petani dalam memasarkan apel di Desa Poncokusumo-Malang. Selain itu penelitian ini juga berusaha untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut (1)Sejauh mana membangun inter-relasi antar petani apel.(2) Faktor – faktor yg berpengaruh dalam penggunaan *social capital* (modal sosial) terhadap pendapatan petani

Tujuan penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:(1)Menganalisis interaksi inter-relasi petani apel.(2)Menganalisis faktor apa saja yang berpengaruh hubungan modal sosial dengan lembaga pemasaran apel.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah(1) Diduga bahwa semakin sering petani berinteraksi dengan pedagang maka mengetahui informasi harga apel.(2)Diduga bahwa semakin tinggi penggunaan *social capital* (modal sosial)maka pendapatan petani apel meningkat.

Penentuan lokasi dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive*, yaitu di Desa Poncokusumo-Malang. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Sensus*. Responden dalam penelitian ini adalah petani langganan dan petani bukan langganan. Informasi tentang petani langganan diperoleh dari pedagang yang kerjasama dengan petani dan petani bukan langganan diperoleh dari Kelompok

tani. Dengan cara ini diperoleh jumlah petani langganan sebanyak 11 petani dan petani bukan langganan sebanyak 23 petani sehingga responden berjumlah 34 petani.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi. *Social capital* yang dianalisis adalah jumlah keluarga yang dikenal baik-F, jumlah orang-orang yang dapat membantu (secara finansial)-R, jumlah pedagang yang dikenal baik-T, jumlah pelanggan yang dikenal baik-C dan jumlah penyalur yang dikenal baik-I. Sedangkan indikator *social capital* adalah tingkat pendidikan-E, umur-U, lama menjalankan usaha-H, kontinuitas usaha-D dan jenis kelamin-G.

Pengujian-pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Uji F, untuk mengetahui signifikansi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (2) Uji t, untuk mengetahui signifikansi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau sebagian, (3) Koefisien Determinasi, untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dan 4) Pengujian asumsi klasik.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu sebagai berikut:

- (1) Dari identifikasi pola hubungan diketahui bahwa hubungan petani dengan petani berkaitan dengan usahatani apel dan kemasyarakatan. Hubungan petani dengan pedagang ada yang berupa kontrak usahatani (Contract Farming) dalam kegiatan pemasaran. Hubungan petani dengan agen transportasi terjalin secara insidental atau jangka pendek dan petani tidak memiliki hubungan dengan agen penjualan. Selain itu, juga terdapat petani yang mendapat bantuan modal dari agen keuangan (bank).
- (2) Modal Sosial yang berpengaruh terhadap pendapatan petani apel hanya jumlah orang yang membantu secara finansial.



SUMMARY

NUR DWI MUHARIMEKA. 0310443021-44. Influence analysis of social-capital to apple-farmer's income in Poncokusumo village. Supervisor by of Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. and Rahman Hartono, SP. MP.

Apple is a trade on commodity of Poncokusumo villagers as a mean of economic support. The high productivity level of apples doesn't guarantee can increase farmer's income, because farmer's bargaining positions to trader are weak. Price market information is trader's secret, so that the apple price on farmer's level easily manipulated by them. Perceived value is perceived level of relative quality of a product to paid prices.

Dynamic infrastructures of social capital are formed by cooperation network among human. Those networks facilitate the occurring of communication and interaction, and push the possibility growth of trust and strengthen cooperation. Healthy society lean to possessed a firm social network. And then they build close interrelation, either formally or informal. Close social network will strengthen member's cooperation feel and benefit of their participation.

The intertwined interaction between apple farmers and apple trader in Poncokusumo village, Malang are distinguished by the kind of farmer and trader. Non-subscribe apple farmer is the apple farmer that untied to any apple trader in Poncokusumo. Subscribe apple farmer is the apple farmer hat accept assistant/capital loan from certain trader. Besides money, the capital loan is also in the form of pesticides and apple wrapper papers. The subscribe apple farmer has unwritten liability to sell their apples to trader who give them loan.

The general problems in this research is how far the farmer's long term relationship in apple marketing in Poncokusumo village. In addition, this research is trying to answer these questions, (1) How far apple farmer build interrelation among them, (2) Influence factors of social capital usage to farmers income.

These research objectives are, (1) To analyze apple farmer's interrelation interaction, (2) To analysis influence factors of social capital to apple marketing institute.

The proposed hypotheses are, (1) it is estimated that the more often interaction between farmer and trader occur, farmer know the apple price in market, (2) it is estimated that the more advanced social capital usage then the farmers income increased.

Location determination method is purposively conducted in Poncokusumo village- Malang. Research's respondent determination is using census method. Research's respondent are subscribe and non-subscribe farmers. The information gathered from traders who cooperate with subscribe and non-subscribe farmers, and also from Kelompok Tani (farmers group). By this method, the number of subscribe farmer collected are 11 farmers and non-subscribe farmers are 23 farmers, so the total respondent are 34 farmers.

Analysis method used in this research is quantitative descriptive analysis using regression analysis. Analyzed social capital is the number of well-known family-F, the number of financially capable helping people-R, the number of well-known trader-T, the number of well-known customer-C and the number of well-known distributor-I. While the social capital indicator are education level-E, age-U, trading period experience-H, trade continuity-D, and sex-G.

Testing methods are, (1) F-test, to know the significance of independent variables to dependent variables simultaneously, (2) t-test, to know the significance of independent variables to dependent variables partially, (3) Determination coefficient, to know how big the contribution of independent variables to dependent variables simultaneously, and (4) classic assuming test.

Based on research, the conclusions are: (1) from relationship pattern identification ascertainable that the relation between farmer and trader are related to apple farming production and social. In marketing activities, the relation between farmer and trader is in the form of contract farming. The relation between farmer and transportation agent is inflicted accidental or short term and farmer doesn't have any relationship with selling agent besides that, there are farmers who get capital loan from financing agent (bank). (2) Social Capital factor that influence to farmers income is the number of well-known people who help financially.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	5
2.2 Tinjauan Tentang Modal Sosial	6
2.2.1 Asal Usul Modal Sosial.....	6
2.2.2 Pengertian Modal Sosial.....	7
2.2.3 Parameter dan Indikator Modal Sosial.....	10
2.2.4 Tolak Ukur Modal Sosial.....	12
2.3 Lembaga Pemasaran.....	13
2.3.1 Jenis Lembaga Pemasaran.....	13
BAB III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	16
3.1 Kerangka Pemikiran	16
3.2 Hipotesis.....	19
3.3 Pembatasan Masalah.....	19
3.4 Definisi Operasional	20
BAB IV. METODE PENELITIAN	21
4.1 Penentuan Lokasi Penelitian	21
4.2 Penentuan Sampel	21
4.3 Pengumpulan Data	21
4.4 Metode Analisis Data	22
4.4.1 Uji F.....	24
4.4.2 Uji T.....	24
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	25
4.4.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	25
BAB V. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	27
5.1 Keadaan Umum Kecamatan Poncokusumo	27
5.2 Keadaan umum Desa Poncokusumo.....	31
5.2.1 Keadaan Umum Penduduk.....	31
5.2.2 Keadaan Umum Kelompok Tani Poncokusumo.....	34
BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
6.1 Karakteristik Responden.....	36

6.2	Identifikasi Pola Hubungan	38
6.2.1	Hubungan Petani dengan Petani	38
6.2.2	Hubungan Petani dengan Pedagang.....	40
6.3	Identifikasi Pendistribusian Apel Poncokusumo Dari Petani Ke Pedagang.....	42
6.4	Analisis dan Pengaruh <i>Social Capital</i> Terhadap Pendapatan.....	45
6.4.1	Jumlah Keluarga Yang Dikenal Baik(F).....	47
6.4.2	Jumlah Orang Yang Dapat Membantu(R).....	50
6.4.3	Jumlah Pedagang Yang Dikenal Baik(T).....	51
6.4.4	Jumlah Pelanggan Yang Dikenal Baik(C).....	53
6.4.5	Jumlah Supplier Yang Dikenal Baik(I).....	55
6.4.6	Jumlah Tenaga Kerja(L).....	56
6.4.7	Modal Fisik/ <i>Physical Capital</i>	57
6.5	Indikator Social Capital, Social Capital dan Pendapatan.....	57
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN.....		61
7.1	Kesimpulan.....	61
7.2	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		65



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Lembaga- lembaga Saluran Pemasaran	14
2.	Penggunaan Lahan Kecamatan Poncokusumo	28
3.	Komoditas Unggulan Kecamatan Poncokusumo	28
4.	Jenis Komoditi Yang Diusahakan dan Luas Areal Tanaman Di Kecamatan Poncokusumo Berdasarkan Jenis Tanaman	29
5.	Luas Lahan Tanaman Apel di Kecamatan Poncokusumo	30
6.	Industri Kecil Yang Mengolah Produk Pertanian di Kecamatan Poncokusumo	30
7.	Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Jenis Kelamin	32
8.	Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Mata Pencarian	34
9.	Karakteristik Demografi Petani Apel Desa Poncokusumo	36
10.	Perbedaan Petani Bukan Langgan dengan Petani Langgan	40
11.	Kegiatan Penjualan Apel Poncokusumo (bulan Januari-Mei2008)	43
12.	Ringkasan Hasil Analisis Regresi Indikator <i>Social Capital</i> , <i>Social Capital</i> dan Pendapatan	47



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Hubungan Unsur – unsur Yang Terlibat Dalam Modal Sosial	9
2.	Skema Kerangka Pemikiran	18
3.	Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Tingkat Umur	32
4.	Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Tingkat Pendidikan	33



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Peta Kecamatan Poncokusumo	66
2	Hasil Dari Analisis Regresi	67
3	Hasil Dari Uji Heteroskedasitas	78
4	Hasil Uji Beda Rata-rata	84
5	Kegiatan Penjualan Apel Di Desa Poncokusumo	88



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas hidayah, rahmat dan nikmat-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Modal Sosial Terhadap Pendapatan Petani Apel Di Desa Poncokusumo”**.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta doa restu dari berbagai pihak, penulis menyadari jika tanpa bantuan mereka skripsi ini mungkin tidak akan bisa pembaca baca sekarang. Oleh karena itu teriring rasa syukur atas terselesaikannya skripsi ini, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. selaku pembimbing pertama, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan banyak bimbingan, motivasi dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Rahman Hartono, SP. MP. selaku pembimbing kedua yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, motivasi, dorongan, dan masukan kepada penulis.
3. Dr. Ir. Syafrial, MS. selaku Sekretaris Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan dosen penguji atas kesediannya memberikan evaluasi yang sangat berguna bagi penulis.
4. Dr.Ir. Salyo Sutrisno,MS. Selaku dosen penguji atas kesediannya memberikan evaluasi yang sangat berguna bagi penulis.
5. Seluruh dosen pengajar beserta staf administrasi jurusan sosek atas segala bimbingan, nasehat, dan ajaran hidup serta bantuan dan kerjasamanya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Ayah warsianto, Ibunda Budiningsih, Kak widi, selaku keluargaku yang selalu memberikan kasih sayang tak henti-henti, dukungan moral, materiil serta doa. Melalui merekalah penulis senantiasa merasa bahwa pertolongan ALLAH begitu terasa dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Om Gatot dan Bu Tutik, Bu Hang selaku orang tua penulis di Malang, yang tak henti-hentinya memberikan bimbingan, nasehat, motivasi, dan doa. Beserta adik-adikku Danis, Tito, dan Muki .
8. AL – Hilal Ceria, Sahabat-sahabatku yang atas bantuan dan dukungan dari mereka skripsi ini bisa penulis selesaikan.
9. Mayang, Yudit, Maya, Ocha, Mimow, Dymas, Marta, Bayu, Rudi, Ulum, Kifli, Puji, Fitra, Niken, Aris, Ugin, Tina, Wiwit, Ike, Mala, Yuan, Kenny, Fenty, Ayik, Olin, Happy, Dundee, Eza, Sugeng, dan semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung dan tidak langsung membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberi dukungan, motivasi serta doa hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah membalasnya dengan yang lebih baik.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini masih terlalu sederhana dan banyak kekurangan dalam penyusunannya. Akan tetapi, dalam penulisannya penulis telah berusaha agar skripsi ini selesai dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, kritik dan saran membangun sehubungan dengan skripsi ini sangat penulis harapkan. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Malang, 20 Januari 2009

Penulis



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 26 September 1984 di Kota Bontang dengan nama lengkap NUR DWI MUHARIMEKA. Penulis adalah putra kedua dari dua bersaudara, putra dari pasangan Bapak Drs.H. Warsi Warsianto dan Ibu Hj. Budiningsih.

Penulis terdaftar sebagai murid sekolah dasar di VIDATRA Bontang-KALTIM pada tahun 1992 dan lulus tahun 1997, kemudian melanjutkan ke SMP VIDATRA Bontang-KALTIM dan lulus tahun 2000. Pada tahun 2000 penulis melanjutkan studi di SMU VIDATRA Bontang-KALTIM, dan lulus pada tahun 2003. Pada tahun yang sama penulis kemudian melanjutkan pendidikan di Program S-1 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Program Studi Agribisnis Pertanian.

Selama menjalani masa kuliah penulis pernah mengikuti beberapa seminar dan *workshop*. Penulis juga aktif di HMJ PERMASETA sebagai staff humas periode kepengurusan 2005-2006 dan beberapa kegiatan kepanitiaan lainnya.



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Apel merupakan komoditas andalan bagi penduduk Desa Poncokusumo sebagai sumber mata pencarian sekaligus sebagai sumber ekonomi. Desa poncokusumo merupakan desa yang memiliki areal penanaman paling luas yaitu 524 Ha dengan Produktivitas sebesar 28 ton/ Ha maka jumlah produksi buah apel dalam satu musim mencapai 11.687 apel. Tingginya produksi apel bukan jaminan meningkatkan pendapatan petani, karena lemahnya posisi tawar petani terhadap pedagang. Informasi harga pasar menjadi rahasia pedagang, sehingga harga ditingkat petani mudah dipermainkan. Nilai yang dirasakan (*perceived value*) adalah tingkat yang dirasakan dari kualitas relatif produk terhadap harga yang telah dibayarkan. Nilai tercapai ketika fungsi yang sesuai terjamin untuk biaya yang sesuai. Tingkat kepercayaan dan hubungan secara emosional pada sebuah group dan organisasi – organisasi yang dapat memberikan keuntungan tersendiri pada group dan organisasi itu sendiri .

Hubungan yang dijalin antara petani apel dengan pedagang apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang dibedakan berdasarkan jenis petani dan pedagang. Petani apel bukan langganan adalah petani apel yang tidak terikat dengan pedagang apel mana pun di Desa Poncokusumo-Malang. Maksudnya, petani apel bukan langganan tersebut tidak menerima bantuan/pinjaman (modal) dari pedagang apel manapun sehingga, petani apel bukan langganan ini memiliki kebebasan untuk memilih pedagang yang berhak membeli apelnya. Pemilihan pedagang oleh petani apel bukan langganan didasarkan pada harga tawar apel yang diberikan oleh pedagang.

Di samping harga tawar sebagai bahan pertimbangan utama, jangka waktu pembayaran juga menjadi bahan pertimbangan bagi sebageian petani apel bukan langganan dalam memilih pedagang yang berhak membeli apelnya.

Petani apel langganan adalah petani apel yang menerima bantuan/pinjaman (modal) dari pedagang tertentu. Pinjaman tersebut selain berupa uang juga sarana produksi seperti obat-obatan(pestisida) dan kertas pembungkus apel. Petani apel langganan ini memiliki kewajiban secara tidak tertulis untuk menjual apelnya ke pedagang yang telah memberi pinjaman. Pada umumnya hal tersebut dilakukan untuk membayar pinjaman yang telah diterimanya. Jadi, pengembalian pinjaman tersebut dilakukan dengan cara memotong hasil penjualan petani apel langganan. Pedagang apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang menjalin hubungan atau kemitraan pada saat salah satu pihak (pedagang) mengalami kelebihan maupun kekurangan stok. Segala kesepakatan atau ketentuan berlaku pada saat hubungan sedang terjalin. Kesepakatan atau ketentuan yang berlaku meliputi harga, jumlah, dan jangka waktu pembayaran.

Hubungan pemasaran yang kuat, memberi keuntungan pelanggan jangka panjang sehingga lebih sulit pesaing untuk menandingi dan masuk pasar. Untuk sukses dalam suatu bisnis, hubungan(*relationship*) merupakan faktor yang sangat penting dibandingkan dengan harga masukan, hasil produksi, dan akses untuk mendapatkan kredit atau peralatan. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang analisis hubungan modal sosial dengan lembaga pemasaran apel di Desa

Poncokusumo sehingga mampu merumuskan formulasi dan strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam semua sektor usaha, pemasaran membantu perusahaan dalam meraih peluang pasar yang masih terbuka luas bagi barang dan jasa. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dalam melakukan usaha, seorang pengusaha yang cerdas berusaha membangun hubungan jangka panjang yang saling mempercayai dan saling menguntungkan dengan pelanggan, penyalur, dealer, dan pemasok mereka yang berharga. Pada usaha agribisnis hal ini harus dilakukan, mengingat sifat produk – produk pertanian yang mudah rusak dan tidak tahan lama, diharapkan dengan adanya hubungan akan menghasilkan ikatan ekonomi, teknik, dan sosial yang kuat diantara pihak – pihak yang berkepentingan. Karena dengan adanya hubungan jaringan, biaya transaksi dan waktu dapat diminimalkan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Social capital belum banyak digunakan oleh para petani apel Desa Poncokusumo khususnya dan daerah lain pada umumnya, sehingga petani apel masih mengandalkan modal fisik dan tenaga kerja dalam melakukan usahanya.

social capital adalah merupakan usaha peng-akumulasian tingkah laku masing-masing individu dalam suatu bentuk tertentu, dapat berupa norma atau suatu kelembagaan.

Social capital yang diakumulasikan oleh petani tidak mempunyai tolak ukur yang pasti. Setiap petani mempunyai *social capital* yang berbeda-beda karena kadar *social capital* tidak dapat ditentukan oleh satu atau dua faktor penentu, melainkan oleh banyak faktor penentu dan faktor tersebut belum tentu berpengaruh sama terhadap *social capital* yang dimiliki oleh masing-masing petani.

Infrastruktur dinamis dari modal sosial berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia. Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. Masyarakat yang harmonis cenderung memiliki jaringan-jaringan sosial yang kokoh. Orang mengetahui dan bertemu dengan orang lain. Mereka kemudian membangun inter-relasi yang kental, baik bersifat formal maupun informal. Jaringan sosial yang erat akan memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta manfaat dari partisipasinya itu.

Trust atau rasa percaya (mempercayai) adalah suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan – hubungan sosialnya yang disadari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung, paling tidak. Sehingga yang lain tidak merugikan dirinya dan kelompok.

Sikap saling mempercayai di masyarakat yang memungkinkan masyarakat tersebut saling bersatu dengan yang lain dan memberikan kontribusi pada peningkatan modal sosial.

Dengan demikian maka secara umum permasalahan dalam penelitian ini adalah: sejauh mana hubungan jangka panjang pedagang dengan petani dalam memasarkan apel di Desa Poncokusumo-Malang. Selain itu penelitian ini juga berusaha untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut :

1. Sejahter mana membangun inter-relasi petani apel
2. Faktor – faktor yg berpengaruh dalam penggunaan modal sosial terhadap pendapatan petani

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis interaksi dalam membangun inter-relasi petani apel
2. Menganalisis faktor apa saja yang berpengaruh modal sosial terhadap pendapatan

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti ini merupakan sarana untuk belajar menerapkan teori yang diperoleh dari perkuliahan maupun studi pustaka dengan kondisi yang sebenarnya yang ada di lapang dan dapat digunakan sebagai masukan penelitian selanjutnya.
2. Bagi petani, penelitian ini diharapkan dapat memberikan inforasi sekaligus Pengetahuan dan wawasan mengenai lembaga pemasaran yang terdiri dari perantara pedagang dan agen pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran apel Poncokusumo-Malang. Diharapkan melalui penelitian ini petani mengetahui peluang (upaya) untuk meningkatkan usahatani apelnnya.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Adib (2005) dalam penelitiannya yang berjudul analisis pengaruh *Social Capital* (Modal Sosial) terhadap pendapatan pengusaha agribisnis tembakau yang di analisis menggunakan analisis regresi menyimpulkan *social capital* jumlah pelanggan yang dikenal baik dan jumlah pedagang yang dikenal baik yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan pengusaha agribisnis tembakau. *Social capital* dapat meningkatkan pendapatan pengusaha agribisnis tembakau melalui minimalisasi biaya untuk mencari pelanggan (*search cost*), biaya transportasi dan mereduksi adanya *asymmetric information* (informasi yang tidak sama) antar pengusaha agribisnis tembakau di Kabupaten Bojonegoro.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sue Kilpatrick dan Rowena Bell tahun (2000) menunjukkan bahwa sebuah kelompok atau komunitas tentang pengusaha perkebunan yang secara bersama – sama ingin melakukan suatu perubahan dalam bisnis mereka, secara tidak langsung mereka telah membangun sebuah modal sosial (*social capital*).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Marcel Fafchamps dan Bart Minten (1999) yang dilakukan di madagaskar, menunjukkan bahwa penggunaan *social capital* dalam perdagangan pertanian dapat mempengaruhi perilaku – perilaku ekonomi antara lain :

1. Dapat mengurangi biaya pemasaran produk, mencari supplier dan pelanggan serta bahan baku.
2. Dapat mengurangi terjadinya informasi yang bersifat asimetris (ketidaksamaan informasi) antara pedagang, supplier dan pelanggan, dan
3. Penggunaan *social capital* juga dapat merubah penampilan pasar.

Penelitian juga menunjukkan bahwa selama semua pihak yang terlibat dalam suatu kerjasama memiliki keinginan bersama – sama dalam melakukan perubahan, secara tidak langsung mereka telah membangun hubungan yang bersifat horizontal (*Executive Links*).

2.2 Tinjauan Tentang Modal Sosial (*Social Capital*)

2.2.1 Asal – Usul Modal Sosial (*Social Capital*)

Menurut Fukuyama (1999), modal sosial (*Social Capital*) timbul secara spontan dalam kelompok sosial akibat adanya hubungan timbal balik antar anggota masyarakat dalam kelompok sosial tersebut. Manfaat modal sosial (*Social Capital*)

dalam rangka menciptakan aturan formal yang mengatur kepentingan pribadi dan kepentingan kelompok. Modal sosial sendiri tercipta oleh adanya tradisi dalam kehidupan masyarakat yang merupakan basis dari aturan individu maupun organisasi dalam kehidupan sehari – hari.

Aturan sosial sangat dibutuhkan oleh manusia karena rasional manusia tidak dapat membuat keputusan setiap poin dalam kehidupan sehari – hari, karena dalam proses berfikir manusia tidak dapat memprediksikan dan mengarahkan pada paralisis dalam perilaku sehari – hari. Aturan sosial dapat

terikat dalam tindakan manusia, hal tersebut dapat dijelaskan dengan menggunakan *game theory* yang mempunyai premis bahwa manusia lahir di dunia bukan sebagai over sosialisasi tetapi mengarah pada batasan keinginan sendiri (preferensi), sehingga mereka tidak ada ikatan sosial dan kewajiban lainnya terhadap lingkungan masyarakat. Tetapi dalam proses memenuhi kebutuhan diri mereka dituntut bekerjasama sehingga terbentuk norma – norma dalam kerjasama yang bertujuan untuk saling menguntungkan diantara mereka.

Menurut Newton (1997) Modal sosial adalah fenomena subjektif yang tersusun dari serangkaian nilai dan sikap masyarakat yang mempengaruhi atau menentukan hubungan mereka satu sama lain.

Secara khusus modal sosial (*social capital*) sangat penting dalam mengatur perilaku dan hubungan timbal balik dalam suatu pengadaan kerjasama atau kemitraan. Modal soial (*social capital*) memfokuskan pada nilai budaya masyarakat yang mempengaruhi sikap seseorang untuk bekerjasama, saling percaya, memahami dan berempati satu sama lain, sehingga mereka akan memperlakukan orang lain sebagai sesama manusia bukan sebagai lawan, orang asing ataupun pihak yang menjadi sasaran untuk mencari keuntungan.

2.2.2 Pengertian Modal Sosial (*Social Capital*)

Menurut Fukuyama (1996), modal sosial merupakan sekumpulan nilai informal yang menyebar diantara anggota kelompok yang memungkinkan terjadinya kerjasama diantara mereka.

Frank & Yasumoto (1998), mendefinisikan modal sosial sebagai bentuk sumber daya yang pelakunya berhubungan satu sama lain dan membentuk kelompok sosial. Jadi modal sosial (*social capital*) merupakan usaha pengakumulasi tingkah laku masing – masing individu dalam satu bentuk tertentu, berupa norma atau suatu kelembagaan.

Pengertian modal sosial (*social capital*) dalam kajian ilmu – ilmu sosial kontemporer, terkait dengan perilaku kooperatif yang terorganisasikan secara horisontal, meski sering kali tidak formal, yang bisa mendorong pada adanya keteraturan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Di samping itu, dalam modal sosial ini terkandung pula hubungan saling mempercayai di antara warga masyarakat dan masyarakat dengan negara, bukan hubungan-hubungan dominasi dan otoritarianisme.

Menurut Fukuyama (1996) modal sosial merupakan sekumpulan nilai informal yang menyebar diantara anggota kelompok yang memungkinkan terjadinya kerjasama diantara mereka. Pengertian modal sosial (*social capital*) dalam kajian ilmu-ilmu sosial kontemporer, terkait dengan perilaku kooperatif yang terorganisasikan secara horisontal, meski sering kali tidak formal, yang bisa mendorong pada adanya keteraturan dan peningaktan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Di samping itu, dalam modal sosial ini terkandung pula hubungan saling

mempercayai di antara warga masyarakat dan antara masyarakat dengan negara, bukan hubungan-hubungan dominasi dan otoritarianisme.

Modal sosial itu bisa ditemukan dalam unit-unit sosial di masyarakat mulai dari yang paling kecil dan sederhana seperti keluarga, rukun warga, atau jamaah pengajian, kelompok tani sampai yang paling besar dan kompleks seperti organisasi kemasyarakatan, LSM, asosiasi profesi, bahkan institusi negara.

Jaringan sosial dan sumber daya yang menjadi elemen penting modal sosial dapat berfungsi optimal dan bermanfaat maksimal bagi warga masyarakat bila mereka memiliki suatu nilai inti yang disebut *civic engagement*. *Civic engagement* adalah pertemuan antarwarga yang dilandasi oleh pertautan emosional mendalam, hubungan yang hangat, perasaan dekat secara psikologis, dan ikatan solidaritas yang terbangun atas dasar empati dan persaudaraan universal. *Civic engagement* tidak akan

ditemukan dalam suatu hubungan individual atau relasi sosial biasa seperti yang berlangsung di pasar, terminal, stasiun, mal atau gedung bioskop. Sebab, relasi sosial yang terjalin di tempat-tempat tersebut biasanya bersifat fungsional, sesaat, dan hampir tidak melibatkan sentuhan emosional, sehingga pola interaksi sosial yang terbangun tidak merefleksikan adanya nilai *civic engagement* (Makutana, 2005).

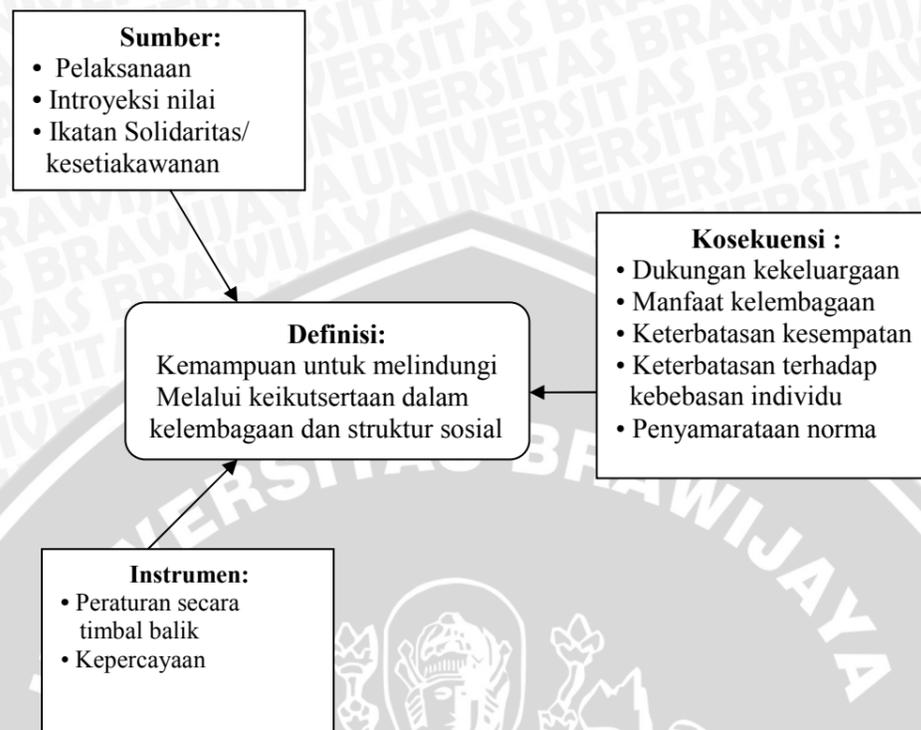
Pada saat ini banyak dijumpai bukti empiris bahwa modal sosial memberikan kontribusi yang signifikan pada perkembangan jangka panjang suatu perusahaan, dalam menumbuhkan suatu peluang, dibutuhkan suatu ketersediaan modal jangka panjang. Komposisi yang selama ini digunakan antara modal alam, modal fisik, dan modal manusia perlu dikembangkan dengan menambahkan modal sosial. Modal sosial mengacu pada nilai-nilai individu yang bersifat sosial, hubungannya dengan budaya dalam masyarakat, norma-norma dan nilai-nilai dalam suatu antar individu-individu dan institusi dimanapun mereka berada. Modal sosial merupakan suatu perekat yang menjaga kesatuan masyarakat, tanpa adanya modal sosial dimana hubungan antar masyarakat akan runtuh, dan saat ini banyak sekali contoh mengenai krisis tersebut.

Bourdieu (dalam Poters, 1998) Menjelaskan bahwa modal sosial adalah sekumpulan sumber nyata atau potensial yang berkaitan dengan kepemilikan jaringan

yang bertahan lama atau hubungan yang saling menguntungkan. Berdasarkan konsep tersebut Bourdie menyimpulkan bahwa modal sosial terdiri dari dua unsur yaitu:

1. Jaringan sosial dimana masing-masing anggota dimungkinkan untuk dapat berhubungan langsung.
2. Jumlah dan kualitas dari sumber daya tersebut.

Sedangkan menurut Durkheim (1998) terdapat tiga hal dalam modal sosial yaitu: 1) sumber, 2) definisi, dan 3) konsekuensi. Hubungan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Hubungan unsur-unsur yang terkait dalam Modal Sosial (Durkheim,1998)

Keuntungan yang diperoleh dari keanggotaan dalam kelompok sosial yaitu terbentuknya solidaritas antar anggota. Menurut Newton (1997) salah satu komponen modal sosial (*social capital*) adalah jaringan sosial dari individu, kelompok dan organisasi. Komponen-komponen tersebut bermanfaat dalam memobilisasi rentangan kontak sosial antara pribadi yang sangat luas agar kehidupan sosial ekonomi dan

politik berfungsi secara efektif serta membantu agar pola kerjasama dapat berjalan lancar dan saling menguntungkan.

2.2.3 Parameter dan Indikator Modal Sosial (*Social Capital*)

Modal sosial mirip bentuk-bentuk modal lainnya, dalam arti ia juga bersifat produktif. Modal sosial dapat dijelaskan sebagai produk relasi manusia satu sama lain, khususnya relasi yang intim dan konsisten. Modal sosial menunjuk pada jaringan, norma dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Namun demikian, modal sosial berbeda dengan modal finansial, karena modal sosial bersifat kumulatif dan bertambah dengan sendirinya (*self-reinforcing*) (Putnam, 1993). Karenanya, modal sosial tidak akan habis jika dipergunakan, melainkan semakin meningkat. Rusaknya modal sosial lebih sering disebabkan bukan karena dipakai, melainkan karena ia tidak dipergunakan. Berbeda dengan modal manusia, modal sosial juga menunjuk pada kemampuan orang untuk berasosiasi dengan orang lain (Coleman, 1988). Bersandar pada norma-norma dan nilai-nilai bersama, asosiasi antara manusia tersebut menghasilkan kepercayaan yang pada gilirannya memiliki nilai ekonomi yang besar dan terukur (Fukuyama, 1995).

Merujuk pada Ridell (1997), ada tiga parameter modal sosial, yaitu kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*) dan jaringan-jaringan (*networks*).

Kepercayaan

Sebagaimana dijelaskan Fukuyama (1995), kepercayaan adalah harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Kepercayaan sosial merupakan penerapan terhadap pemahaman ini. Cox (1995) kemudian mencatat bahwa dalam masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi, aturan-aturan sosial cenderung bersifat positif; hubungan-hubungan juga bersifat kerjasama. Kepercayaan sosial pada dasarnya merupakan produk dari modal sosial yang baik. Adanya modal sosial yang baik ditandai oleh adanya lembaga-lembaga sosial yang kokoh; modal sosial melahirkan kehidupan sosial yang harmonis (Putnam, 1995). Kerusakan modal sosial akan menimbulkan anomie dan perilaku anti sosial (Cox, 1995).

Norma

Norma-norma terdiri dari pemahaman-pemahaman, nilai-nilai, harapan-harapan dan tujuan-tujuan yang diyakini dan dijalankan bersama oleh sekelompok orang. Norma-norma dapat bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-standar sekuler seperti halnya kode etik profesional. Norma-norma dibangun dan berkembang berdasarkan sejarah kerjasama di masa lalu dan diterapkan untuk mendukung iklim kerjasama (Putnam, 1993; Fukuyama, 1995). Norma-norma dapat merupakan pra-kondisi maupun produk dari kepercayaan sosial.

Jaringan

Infrastruktur dinamis dari modal sosial berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia (Putnam, 1993). Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. Masyarakat yang sehat cenderung memiliki jaringan-jaringan sosial yang kokoh. Orang mengetahui dan bertemu dengan orang lain. Mereka

kemudian membangun inter-relasi yang kental, baik bersifat formal maupun informal (Onyx, 1996). Putnam (1995) berargumen bahwa jaringan-jaringan sosial yang erat akan memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta manfaat dari partisipasinya itu.

Bersandar pada parameter di atas, beberapa indikator kunci yang dapat dijadikan ukuran modal sosial antara lain (Spellerber, 1997):

- Perasaan identitas
- Perasaan memiliki atau sebaliknya, perasaan alienasi
- Sistem kepercayaan dan ideologi
- Nilai-nilai dan tujuan-tujuan
- Ketakutan-ketakutan
- Sikap-sikap terhadap anggota lain dalam masyarakat
- Persepsi mengenai akses terhadap pelayanan, sumber dan fasilitas (misalnya pekerjaan, pendapatan, pendidikan, perumahan, kesehatan, transportasi, jaminan sosial)
- Opini mengenai kinerja pemerintah yang telah dilakukan terdahulu
- Keyakinan dalam lembaga-lembaga masyarakat dan orang-orang pada umumnya
- Tingkat kepercayaan
- Kepuasan dalam hidup dan bidang-bidang kemasyarakatan lainnya
- Harapan-harapan yang ingin dicapai di masa depan

2.2.3.1 Tolak Ukur Modal Sosial (*Social Capital*)

Pakar sosiologi maupun pakar ekonomi menyatakan bahwa sulit untuk mengukur modal sosial (*social capital*), karena bentuknya tidak tertulis dan bersifat informal serta berupa hubungan kerjasama sosial yang berdasarkan pada norma kepercayaan, hubungan timbal balik antar individu dalam suatu kelompok masyarakat. Putnam (1999) berpendapat bahwa modal sosial dapat diukur melalui dua cara pengukuran statistik, yaitu :

1. Informasi kelompok dan keanggotaan kelompok misalnya anggota kelompok olah raga, kelompok yang mempunyai minat terhadap suatu partai politik yang diindekskan dalam bentuk partisipasi politik.
2. Penelitian survey seperti *General Social Survey* dan *World Value Survey*, yang semuanya bertujuan untuk mengetahui seputar nilai dan perilaku manusia

Fukuyama (1999) menjelaskan bahwa terdapat tiga pendekatan yang digunakan dalam mengukur modal sosial (*social capital*), pendekatan tersebut adalah:

1. Modal sosial (*social capital*) mempunyai dimensi kualitatif, misalnya adanya klub olah raga yang bertujuan membantu dalam bertindak dengan baik secara kolektif, tetapi sulit menilai output dari kelompok tersebut.
2. Apa yang disebut sebagai eksternalitas positif atau eksternalitas keanggotaan dalam suatu kelompok yang mempunyai tingkat kepercayaan positif. Misalnya menjaga kebersihan rumah dan lingkungan agar bersih dan indah sehingga timbul penilaian positif dalam tetangga sekitarnya, yakni menguntungkan karena lingkungan semakin bersih.

3. Apa yang disebut dengan eksternalitas negatif yang dicirikan oleh adanya beberapa kelompok yang secara aktif mempropagandakan intoleransi antar kelompok masyarakat, kebencian dan bahkan pelanggaran hukum terhadap yang bukan anggota kelompoknya. Misalnya kelompok negara Islam dan Michigan Militaria, kelompok ini sebenarnya memiliki modal sosial (*social capital*) tetapi tujuannya bukan untuk menanamkan norma-norma yang baik tetapi bahkan menghentikan demokrasi.

Modal Sosial (*social capital*) menunjuk pada ciri-ciri organisasi sosial yang berbentuk jaringan-jaringan horisontal yang di dalamnya berisi norma-norma yang memfasilitasi koordinasi, kerja sama, dan saling mengendalikan, yang manfaatnya bisa dirasakan bersama oleh anggota organisasi. Dalam konteks ekonomi, jaringan horisontal yang terkoordinasi dan kooperatif itu akan menyumbang pada kemakmuran dan pada gilirannya diperkuat oleh kemakmuran tersebut.

2.3 Lembaga Pemasaran

2.3.1 Pengertian Lembaga Pemasaran

Menurut Sudiyono (2001) lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Sedangkan menurut Kotler (1997) lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran. Lembaga pemasaran ini dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan bentuk usahanya

2.3.2 Jenis Lembaga Pemasaran

Sebagian besar produsen tidak langsung menjual barang mereka ke pemakai akhir. Di antara produsen dan pemakai terdapat suatu saluran pemasaran, yaitu sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyandang berbagai nama. Berikut lembaga-lembaga yang biasa terlibat dalam saluran pemasaran.

Tabel 3. Lembaga-Lembaga dalam Saluran Pemasaran

Jenis	Definisi
Pialang/ <i>broker</i>	Perantara yang pekerjaannya mempertemukan pembeli dan penjual, dan yang tidak memiliki persediaan, tidak terlibat dalam pembiayaan atau menanggung resiko
Fasilitator/ <i>facilitator</i>	Perantara yang membantu dalam proses distribusi tetapi tidak memiliki hak atas barang atau menegosiasikan pembelian atau penjualan
Perwakilan produsen/ <i>manufacturer's representatives</i>	Perusahaan yang mewakili dan menjual barang dari beberapa perusahaan manufaktur. Disewa oleh perusahaan-perusahaan untuk menggantikan atau sebagai tambahan wiraniaga internal
Pedagang/ <i>merchant</i>	Perantara yang membeli, memiliki hak atas, dan menjual kembali barang dagangan
Pengecer/ <i>retailer</i>	Perusahaan bisnis yang menjual barang/ jasa langsung kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi
Agen (penjualan)/ <i>(sales) agent</i>	Perantara yang mencari pelanggan dan bernegosiasi atas nama produsen tetapi tidak memiliki hak atas barang
Armada penjualan <i>(sales force)</i>	Sekelompok orang yang dipekerjakan langsung oleh suatu perusahaan untuk menjual produknya dan melayani kliennya
Pedagang besar/ <i>wholeseller/ distributor</i>	Perusahaan bisnis yang menjual barang/ jasa kepada mereka yang membeli untuk dijual kembali atau untuk usaha

Sumber: Kotler (1997)

Menurut Swastha (1999) terdapat dua golongan besar lembaga perantara yang mengambil bagian dalam saluran distribusi. Mereka disebut perantara pedagang dan perantara agen. Pedagang dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu :

1. Produsen, yaitu pihak yang membuat dan menyalurkan barang ke pasar.
2. Pedagang besar, yaitu pihak yang menjual barang ke pengusaha lain.
3. Pengecer, yaitu pihak yang menjual barang ke konsumen akhir.

Walter dalam Swastha (1999) menjelaskan bahwa perantara agen atau yang biasa disebut agen dapat didefinisikan sebagai lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan. Agen dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu :

1. Agen Penunjang (*Facilitating Agent*)

Agen penunjang merupakan agen yang mengkhususkan kegiatannya dalam beberapa aspek pemindahan barang dan jasa. Agen penunjang dibagi dalam beberapa golongan yaitu agen

pengangkutan borongan, agen penyimpanan, agen pengangkutan khusus, agen pembelian, dan penjualan.

2. Agen Pelengkap (*Supplemental Agent*)

Agen pelengkap berfungsi melaksanakan jasa-jasa tambahan dalam penyaluran barang dengan tujuan memperbaiki adanya kekurangan. Jasa yang dilakukan antara lain adalah jasa pembimbingan atau konsultasi, jasa finansial, jasa informasi, dan jasa khusus lainnya.

Sedangkan menurut Sudiyono (2001), lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran produk pertanian dapat digolongkan menjadi :

1. Tengkulak, yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani. Tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon, maupun kontrak pembelian.
2. Pedagang pengumpul, yaitu pedagang yang membeli komoditi dari para tengkulak. Biasanya komoditi yang dibeli oleh para tengkulak relatif sedikit sehingga untuk mengefisiensikan pengangkutan, pedagang pengumpul ini melakukan proses konsentrasi (pengumpulan).
3. Pedagang besar, yaitu pedagang yang membeli komoditi dari para pedagang pengumpul. Oleh karena itu, jumlah komoditi yang ada pada pedagang besar menjadi lebih banyak. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Pedagang besar ini selain melakukan proses konsentrasi (pengumpulan) juga melakukan proses distribusi ke agen atau pengecer.
4. Agen penjualan, yaitu lembaga pemasaran yang membeli komoditi dari pedagang dalam jumlah banyak dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan pengecer.
5. Pengecer, yaitu lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen.



III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Pembangunan persekutuan dan pengembangan jaringan sosial yang bersifat strategis diyakini mampu mengatasi permasalahan – permasalahan yang timbul dalam bidang pertanian khususnya dalam usaha apel. Partisipasi individu, jaringan kerja lokal dan jaringan sosial serta adanya sikap saling percaya akan meningkatkan ketersediaan informasi dengan biaya yang rendah. Bahkan lebih dari itu, partisipasi dan jaringan kerja sosial akan membuat kelompok lebih mudah untuk mencapai keputusan bersama dan mengimplementasikan dalam kegiatan bersama .

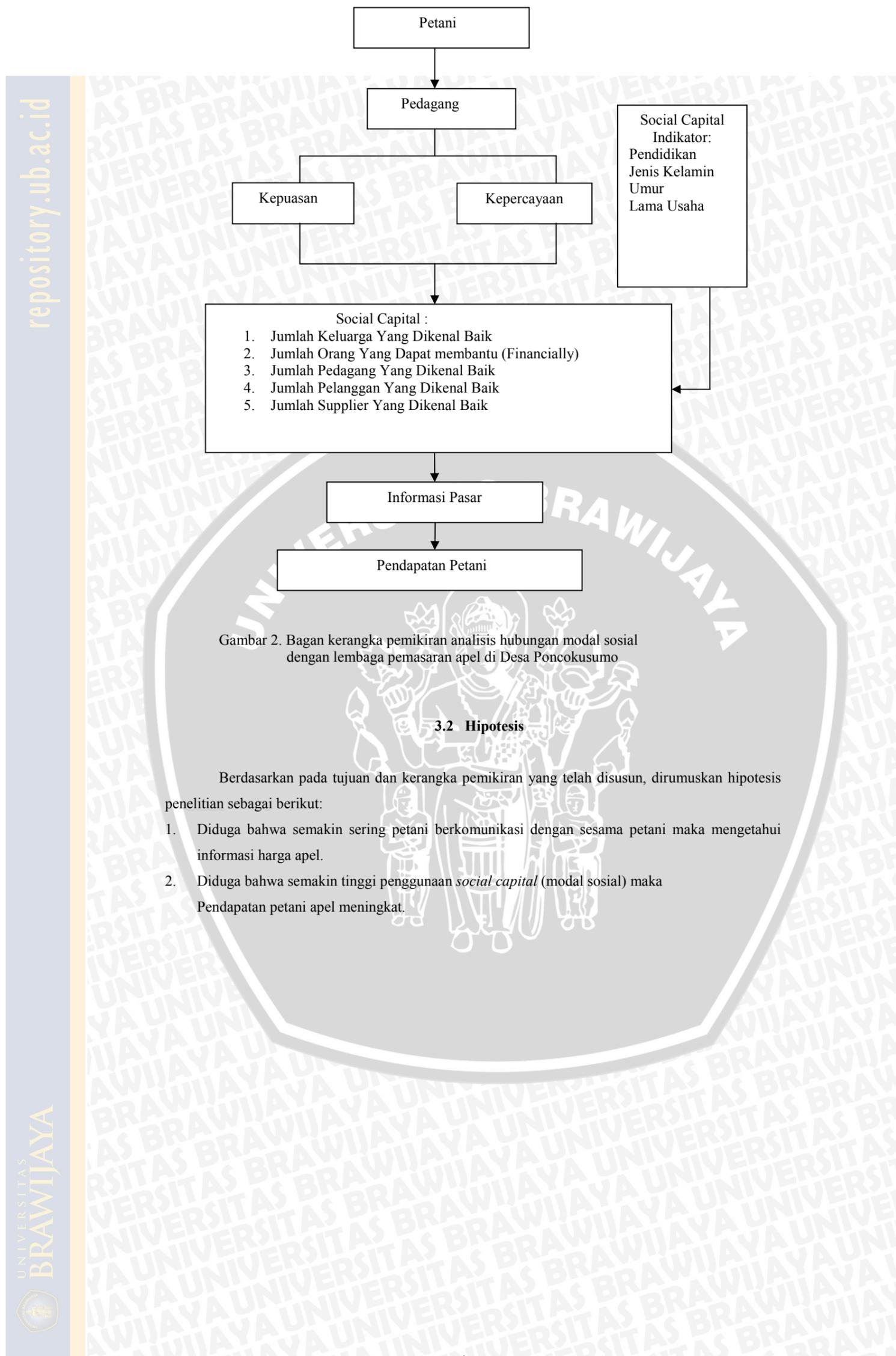
Transfer informasi antar pengusaha juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam proses bisnis, banyak pedagang atau pengusaha yang dihadapkan pada pasar tidak sempurna dan adanya *asymmetric information* (informasi yang tidak sama) di pasar, antara pengusaha dan pelanggan, bahkan pada produk yang diperdagangkan, sehingga pengusaha tidak dapat ”bergerak bebas” dalam menjalankan bisnisnya.

Kepuasan ekonomis didefinisikan sebagai “saluran anggota yang berpengaruh positif menanggapi penghargaan ekonomi yang mengalir dari hubungan dengan partnernya”. Kepuasan ekonomis saluran anggota menganggap hubungan adalah sukses ketika kepuasannya dengan keefektifan dan produktivitas hubungan dengan partnernya dan menghasilkan keuangan yang positif. Semenjak kepuasan telah digambarkan sebagai keadaan teori pembeli menjadi cukup atau tidak cukup dihargai untuk pengorbanan yang telah mereka lakukan dalam mempermudah pertukaran, secara ekonomis, performansi dapat dipandang sebagai penghargaan utama dan harga sebagai pengorbanan penting dihubungkan dengan pertukaran tersebut .

Dalam beberapa keadaan, kepercayaan bertindak sebagai sumber informasi yang secara langsung mengurangi ancaman dari informasi yang asimetris dan ambiguitas performansi yang dirasakan. Dalam pasar itu dimana resiko yang dirasa relatif tinggi dikaitkan dengan pembelian produk, kepercayaan pelanggan dapat memainkan peran yang sangat penting dalam pemilihan dan langganan pemasok. Perkembangan dari kepercayaan tergantung pada kredibilitas produk maupun pada kredibilitas jasa yang ditawarkan.

Dengan adanya jaringan sosial jumlah keluarga yang dikenal baik, jumlah orang yang dapat membantu secara financial, jumlah pedagang yang dikenal baik, jumlah pelanggan yang dikenal baik, dan jumlah supplier yang dikenal baik, yang merupakan elemen penting dari *social capital* (modal sosial), pengusaha agribisnis diharapkan dapat mereduksi informasi – informasi yang bersifat asimetris, pengusaha agribisnis juga diharapkan mengerti mengenai keadaan pasar. Dengan adanya *social capital* (modal sosial), pengusaha agribisnis dapat mengurangi biaya pemasaran (pengenalan produk, mencari pelanggan, dan supplier) yang dapat dialokasikan pada kegiatan yang lain (pengembangan usaha), dengan begitu pengusaha agribisnis dapat memberi kontribusi sangat signifikan terhadap proses pembangunan sosial ekonomi petani.

Secara sistematis, alur kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Bagan kerangka pemikiran analisis hubungan modal sosial dengan lembaga pemasaran apel di Desa Poncokusumo

3.2 Hipotesis

Berdasarkan pada tujuan dan kerangka pemikiran yang telah disusun, dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga bahwa semakin sering petani berkomunikasi dengan sesama petani maka mengetahui informasi harga apel.
2. Diduga bahwa semakin tinggi penggunaan *social capital* (modal sosial) maka Pendapatan petani apel meningkat.

3.3 Batasan Masalah

Masalah – masalah yang akan diteliti pada penelitian ini dibatasi pada:

1. Lokasi yang dijadikan objek penelitian pada wilayah Kabupaten Malang yaitu Desa Poncokusumo.
2. *Social Capital* (modal sosial) yang diteliti adalah jumlah keluarga yang dikenal baik jumlah orang yang dapat membantu (Financially), jumlah pedagang yang dikenal baik, jumlah pelanggan yang dikenal baik, jumlah supplier yang dikenal baik dipengaruhi oleh pendidikan, jenis kelamin, umur, lama berusaha.
3. Hubungan inter – relasi petani untuk menggambarkan mengenai profil lembaga pemasaran yang ada di Desa Poncokusumo-Malang, dan hubungan yang dijalin oleh lembaga pemasaran yang ada di Desa Poncokusumo-Malang dengan lembaga pemasaran yang lainnya dalam kegiatan pemasaran apel.

3.4 Definisi Operasional

1. *Social capital* (modal sosial) adalah hubungan yang didasarkan atas rasa saling mempercayai dan solidaritas yang tinggi dalam suatu komunitas untuk kemajuan komunitas tersebut.
2. Jumlah keluarga yang dikenal baik ditentukan oleh banyaknya keluarga yang dikenal oleh petani dan pedagang.
3. Jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) adalah banyaknya orang, baik sesama petani maupun pihak lain, yang bersedia membantu petani tersebut apabila mengalami kesusahan atau musibah dalam hal finansial.
4. Jumlah pedagang yang dikenal baik adalah banyaknya orang yang berprofesi sama atau hampir sama dengan pengusaha apel dan telah dikenal baik.
5. Jumlah pelanggan yang dikenal baik adalah banyaknya orang yang menjadi pelanggan tetap dan dikenal dengan sangat baik.
6. Jumlah supplier yang dikenal baik adalah jumlah orang yang menjadi penyuplai apel pada pengusaha dan sudah dikenal dengan baik.
7. Pendidikan adalah pendidikan terakhir yang melekat pada diri petani.
8. Modal Fisik adalah modal yang digunakan dalam usaha yang berupa Peralatan atau bukan uang melainkan barang
9. Tenaga kerja/Human capital adalah jumlah tenaga kerja yang bekerja pada Usaha tani apel
10. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya.

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, yaitu di Desa Poncokusumo, Kecamatan Poncokusumo dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu sentra produksi apel dan memiliki luas areal penanaman apel paling luas, sehingga diharapkan masalah penelitian bisa terjawab. Penelitian ini dilaksanakan bulan Mei sampai Juni 2008

4.2 Penentuan Sample

Responden dalam penelitian ini adalah petani langganan dan petani bukan langganan. Informasi tentang petani langganan diperoleh dari pedagang yang kerjasama dengan petani dan petani bukan langganan diperoleh dari Kelompok tani. Penentuan sampel untuk petani langganan dan bukan langganan dilakukan dengan metode sensus sehingga populasi petani yang ada merupakan sampel dari penelitian. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (1998), bahwa jika subyeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian sensus. Dengan cara ini diperoleh jumlah petani langganan sebanyak 11 petani dan petani bukan langganan sebanyak 23 petani sehingga responden berjumlah 34 petani.

4.3 Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka langkah yang diambil adalah Dengan cara sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer diperoleh langsung dari sumbernya dalam hal ini adalah pihak - pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran apel Poncokusumo-Malang yaitu petani. Adapun metode yang digunakan adalah melalui wawancara secara terstruktur (kuseioner) dan dilengkapi dengan catatan penelitian. Adapun data yang akses terhadap sumber daya, kegiatan penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran apel di Desa Poncokusumo.

2. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh secara tidak langsung dari subyek penelitian antara lain BPS mengenai data luas dan produksi apel di Indonesia, Kantor Kecamatan Poncokusumo mengenai potensi Desa Poncokusumo, pustaka ilmiah, dan dokumentasi berupa foto atau gambar.

4.4 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Untuk menjawab tujuan pertama digunakan analisis deskriptif dipergunakan untuk menggambarkan mengenai profil lembaga pemasaran yang ada di Desa Poncokusumo-Malang, dan hubungan yang dijalin oleh lembaga pemasaran yang ada di Desa Poncokusumo-Malang dengan lembaga pemasaran yang lainnya dalam kegiatan pemasaran apel. Analisis kuantitatif digunakan untuk mengukur suatu data dengan menggunakan analisis statistik. Hasil dari analisis kuantitatif tersebut dapat digunakan sebagai rekomendasi atau memutuskan sesuatu dari penelitian.

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi, analisis regresi tersebut digunakan untuk menentukan modal sosial dan faktor-faktor yang berpengaruh modal sosial terhadap pendapatan. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Bart Minten dan Marcel Fafchamps (1999) “*Social capital and The Firm: Evidence From Agricultural Trade*”.

Social capital (modal sosial) yang diteliti adalah 1) jumlah keluarga, 2) jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial), 3) jumlah pedagang yang dikenal, 4) jumlah pelanggan yang dikenal, 5) jumlah supplier yang dikenal, sedangkan indikator yang digunakan untuk menentukan *social capital* adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, lama menjalankan usaha dan kontinuitas dalam menjalankan usaha. Fungsi regresi untuk masing-masing indikator adalah :

1. *Social capital* yang pertama yaitu jumlah keluarga yang dikenal baik, fungsi regresi yang digunakan adalah:

$$F = a + b_1E + b_2U + b_3H + b_4G + b_5D + e$$

2. *Social capital* yang kedua yaitu jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) digunakan fungsi regresi :

$$R = a + b_1E + b_2U + b_3H + b_4G + b_5D + e$$

3. *Social capital* yang ketiga yaitu jumlah pedagang yang sangat dikenal dengan baik, digunakan fungsi regresi :

$$T = a + b_1E + b_2U + b_3H + b_4G + b_5D + e$$

4. *Social capital* yang ke-empat, jumlah pelanggan yang dikenal dengan baik, digunakan fungsi regresi :

$$C = a + b_1E + b_2U + b_3H + b_4G + b_5D + e$$

5. *Social capital* yang ke-lima adalah jumlah supplier yang dikenal dengan baik digunakan fungsi regresi :

$$I = a + b_1E + b_2U + b_3H + b_4G + b_5D + e$$

Keterangan :

- F = Jumlah keluarga yang dikenal baik (keluarga)
- R = Jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) (orang)
- T = Jumlah pedagang yang dikenal dengan baik (orang)
- C = Jumlah pelanggan yang dikenal dengan baik (orang)
- I = Jumlah supplier yang dikenal dengan sangat baik (orang)
- E = Lamanya pendidikan yang dijalani oleh pemilik (tahun)
- U = Umur pemilik/manajer (tahun)
- H = Lamanya berusaha (tahun)
- G = Jenis kelamin
 - = 1, Jika laki-laki
 - = 0, jika perempuan

Dari masing-masing indikator *social capital* tersebut akan dilakukan analisis regresi terhadap masing-masing variabel *social capital* secara terpisah (sendiri-sendiri), dari masing-masing variabel dependen (*social capital*), akan dijadikan sebagai variabel independen untuk menjawab tujuan yang ke-dua yaitu mengetahui pengaruh modal sosial terhadap pendapatan pengusaha agribisnis apel.

Fungsi regresi yang digunakan adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1L + b_2K + b_3F + b_4R + b_5T + b_6C + b_7I + e$$

dimana : Y = pendapatan pengusaha apel (R/C ratio)
 L = tenaga kerja dan Manajemen (*Human Capital*) (orang)
 K = modal fisik (Rp)
 F = jumlah keluarga (keluarga)
 R = jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) (orang)
 T = jumlah pedagang yang sangat dikenal baik (orang)
 C = jumlah pelanggan yang dikenal dengan baik (orang)
 I = jumlah suplier yang dikenal (orang)

Pengujian yang dilakukan antara lain :

4.4.1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama). Rumus yang digunakan untuk uji F adalah :

$$F_{hit} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - K - 1)}$$

dimana : R² = koefisien determinasi
 n = jumlah sampel
 K = jumlah variabel bebas

Apabila hasil dari uji F menunjukkan $F_{hit} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

4.4.2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau sebagian. Rumus yang digunakan untuk uji t adalah :

$$t_{hit} = \frac{b}{S_b}$$

dimana : b = beta (koefisien regresi)
 S_b = standard error

Kriteria yang digunakan adalah apabila $t_{hit} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau sebagian

4.4.3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dapat dilihat dengan menggunakan koefisien determinasi berganda (R^2).

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + \dots + b_i \sum x_i y}{\sum y^2}$$

Dimana : R^2 = koefisien determinasi
 b_1, b_i = koefisien regresi
 x_1, x_i = variabel bebas
 y = variabel terikat

4.4.4. Pengujian Asumsi Klasik

Agar diperoleh nilai pemerkiraan yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi, terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi dalam menganalisis data.

1. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinierity dalam suatu model regresi dilakukan sebagai berikut:

- a. Menganalisis matriks korelasi variabel bebas, jika antar variabel bebas terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- b. Multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinieritas yang masih dapat ditolerir.

2. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang bebas heteroskedastisitas dapat dilihat melalui *charts scatterplott*, apabila titik-titik dalam charts tersebut membentuk pola titik-titik yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit berarti terjadi heteroskedastisitas. Namun apabila terdapat pola yang tidak jelas atau acak menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2001).

3. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2001) yaitu :

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, menunjukkan pola distribusi normal, maka model memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal maka model tidak menunjukkan pola distribusi normal.



V. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

5.1 Keadaan Umum Kecamatan Poncokusumo

Kecamatan Poncokusumo merupakan salah satu kecamatan di wilayah kabupaten Malang yang terletak di belahan timur – utara atau sekitar 24 km dari pusat pemerintahan. Kecamatan Poncokusumo memiliki luas wilayah 20632 ha dan terletak di ketinggian antara 600 – 2100 m dari permukaan laut dengan curah hujan rata-rata antara 2300 – 2500 mm/ tahun. Adapun batas wilayah kecamatan Poncokusumo adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : kecamatan Tumpang
 Sebelah Selatan : kabupaten Probolinggo dan kabupaten Lumajang
 Sebelah Timur : kecamatan Tajinan
 Sebelah Barat : kecamatan Wajak

Secara administratif, kecamatan Poncokusumo terdiri atas 17 desa yaitu Desa Dawuhan, Desa Sumberejo, Desa Pandansari, Desa Ngadireso, Desa Wonorejo, Desa Karangnongko, Desa Gubugklakah, Desa Poncokusumo, Desa Ngadas, Desa Karanganyar, Desa Jambesari, Desa Wringinanom, Desa Pajaran, Desa Argosuko, Desa Wonomulyo, Desa Ngebruk, dan Desa Belung.

Hampan lahan di kecamatan Poncokusumo cenderung berbukit-bukit karena berada di lereng sebelah barat Gunung Semeru. Wilayah kecamatan Poncokusumo mempunyai curah hujan yang cukup tinggi dengan ditambah aliran air dari tiga sungai besar yaitu sungai Amprong, sungai Lesti, dan sungai Aran-aran. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa kesuburan lahan di wilayah kecamatan Poncokusumo relatif tinggi baik untuk lahan sawah maupun tanah kering (ladang) dan sangat berpotensi sebagai daerah produksi pertanian baik tanaman buah maupun tanaman pangan dan sayur-sayuran. Secara keseluruhan, penggunaan lahan di kecamatan Poncokusumo dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penggunaan Lahan di Kecamatan Poncokusumo

No.	Jenis Lahan	Luas (Ha)
1.	Perumahan dan pekarangan	1810
2.	Tanah sawah	1468
3.	Perkebunana rakyat	101,3
4.	Pertanian tanah kering, ladang, dan tegalan	6578
5.	Hutan Negara	9376
6.	Lain-lain	57

Sumber: Kecamatan Poncokusumo(2006)

Sedangkan berdasarkan luas lahannya, lahan pertanian di wilayah kecamatan Poncokusumo didominasi oleh tanaman apel dengan luas 1307 ha. Data komoditas unggulan di kecamatan Poncokusumo dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Komoditas Unggulan di Kecamatan Poncokusumo

No.	Komoditas	Luas (Ha)	Produksi	Lokasi
1.	Apel	1307	100 kw/ ha	Desa Poncokusumo, desa Wringinanom, desa Gubugklakah, Pandansari, desa Sumberejo, desa Wonorejo, desa Ngadireso
2.	Kentang	350	300 kw/ ha	Desa Ngadas
3.	Kubis	295	400 kw/ ha	Desa Belung, desa Karangnongko, desa Wonorejo, desa Karanganyar, desa Wonomulyo, desa Jambesari
4.	Bawang daun	787	150 kw/ ha	Desa Ngadas
5.	Kelengkeng	22960 pohon	5 kw/ pohon	Desa Karanganyar, desa Jambesari
6.	Jagung	2452	50 kw/ ha	Desa Pajaran, desa Jambesari, desa Karanganyar
7.	Cabe	1115	75 kw/ ha	Desa Karanganyar, desa Karangnongko, desa Wonorejo

Sumber: Kecamatan Poncokusumo (2006)

Selanjutnya dapat dilihat jenis komoditi yang diusahakan dan luas areal tanaman di kecamatan Poncokusumo berdasarkan jenis tanaman yang ditanam. Dari berbagai jenis komoditi yang diusahakan, kecamatan Poncokusumo mempunyai komoditas unggulan berupa apel, kentang, kelengkeng, jagung, dan cabe.

Tabel 4. Jenis Komoditi yang Diusahakan dan Luas Areal Tanaman di Kecamatan Poncokusumo Berdasarkan Jenis Tanaman yang Ditanam

No.	Tanaman	Jenis Komoditi	Luas (Ha)
1.	Pangan	1. Padi	1050
		2. Jagung	2452
		3. Ubi kayu	289
		4. Ubi jalar	20
2.	Sayuran	1. Bawang merah	7
		2. Bawang daun	787
		3. Kentang	350
		4. Kubis	295
		5. Wortel	10
		6. Kacang Panjang	77
		7. Cabe	1115
		8. Tomat	38
		9. Buncis	255
		10. labu siam	17

3.	Buah	1. Apel 2. Kelengkeng 3. Jeruk 4. Pepaya 5. Nangka	1307 22960 pohon 55370 pohon 44296 pohon 3
4.	Perkebunan	1. Tebu 2. Nilam 3. Kopi 4. Panili 5. Kelapa 6. Mendong 7. Jahe 8. Cengkeh 9. Tanaman hias 10. Tanaman obat-obatan	705 8 476 7 49 3,5 36 4 16200 m ² 500000 m ²

Sumber: Kantor Kecamatan (2006)

Dari tujuh desa yang berpotensi untuk ditanami tanaman apel, desa Poncokusumo mempunyai luas lahan yang paling luas. Data luas lahan tanaman apel di kecamatan Poncokusumo dapat dilihat pada Tabel 5. Luas lahan tanaman apel yang dimaksud diukur dengan satuan Ha (Hektar).

Tabel 5. Luas Lahan Tanaman Apel di Kecamatan Poncokusumo

No.	Desa	Luas Lahan (Ha)
1.	Poncokusumo	524
2.	Wringinanom	
3.	Gubugklakah	283
4.	Pandansari	281
5.	Sumberejo	85
6.	Wonorejo	82
7.	Ngadireso	36
		16

Sumber: Kecamatan Poncokusumo(2006)

Di samping itu untuk lebih meningkatkan nilai tambah dari komoditas-komoditas pertanian tersebut, sebagian masyarakat di wilayah kecamatan Poncokusumo telah mengembangkan beberapa jenis bahan pertanian menjadi produk-produk olahan walaupun masih dalam skala *home industry* dengan proses pengolahan yang masih sangat sederhana. Data mengenai industri kecil yang mengolah produk pertanian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Industri Kecil yang Mengolah Produk Pertanian di Kecamatan Poncokusumo

No.	Jenis Industri	Lokasi/ Desa	Jangkauan Pemasaran
1.	Gula merah	Pandansari, Pajaran	Antar kabupaten
2.	Tempe	Wonorejo, Pajaran, Belung	Antar desa

3.	Tahu	Wonomulyo, Belung, Poncokusumo	Antar desa
4.	Kripik singkong	Wringinanom	Antar desa
5.	Marning jagung	Pajaran	Keluar kota
6.	Kripik jahe	Wonomulyo, Dawuhan	Antar kecamatan
7.	Kripik apel	Poncokusumo	Antar kabupaten
8.	Cuka apel	Gubugklakah	Antar kabupaten

Sumber: Kecamatan Poncokusumo (2006)

Selain mengandalkan potensi pertanian, mata pencaharian masyarakat petani di wilayah kecamatan Poncokusumo pada umumnya juga mempunyai usaha sampingan sebagai peternak. Daerah yang berpotensi terletak di desa Jambesari, Ngebruk, dan Pajaran. Ketiga daerah tersebut memelihara sapi perah, sapi kereman, ayam petelur, dan ayam potong. Saat ini usaha peternakan ini hampir menyebar di seluruh desa di wilayah kecamatan Poncokusumo.

5.2 Keadaan Umum Desa Poncokusumo

Desa Poncokusumo termasuk dalam wilayah kecamatan Poncokusumo kabupaten Malang. Luas wilayah desa Poncokusumo adalah 6,85 km dengan ketinggian 926 m di atas permukaan laut. Curah hujan rata-rata adalah 2000 – 3000 mm per tahun, dengan suhu rata-rata harian adalah 22° - 26° C. Topografi desa Poncokusumo termasuk dalam kategori desa berbukit. Secara administratif, batas wilayah desa Poncokusumo adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : desa Wringinanom
- Sebelah Selatan : desa Pandansari Kidul
- Sebelah Timur : Hutan Negara
- Sebelah Barat : desa Wonorejo dan desa Ngadireso

Orbitasi atau jarak pusat pemerintahan desa dengan pusat pemerintahan kecamatan Poncokusumo adalah 5 km dengan waktu tempuh sekitar 10 menit. Sedangkan jarak antara pusat pemerintahan desa dengan pusat pemerintahan kabupaten Poncokusumo adalah 32 km dengan jarak tempuh sekitar satu (1) jam. Desa Poncokusumo dibagi menjadi tiga (3) dusun yaitu dusun Poncokusumo, dusun Krajan, dan dusun Drigu yang terbagi menjadi 11 RW.

5.2.1 Keadaan Umum Penduduk

Berikut ini akan diuraikan keadaan penduduk di desa Poncokusumo yaitu berdasarkan jenis kelamin, tingkat umur, tingkat pendidikan, dan mata pencaharian.

1. Jenis Kelamin

Penduduk desa Poncokusumo berjumlah 6621 orang yang terbagi dalam 1826 KK. Jumlah penduduk laki-laki sebesar 3303 orang atau sekitar 49,88%

sedangkan jumlah penduduk perempuan sebesar 3318 orang atau sekitar 50,12%. Selisih penduduk laki-laki dengan penduduk perempuan hanya sebesar 15 orang.

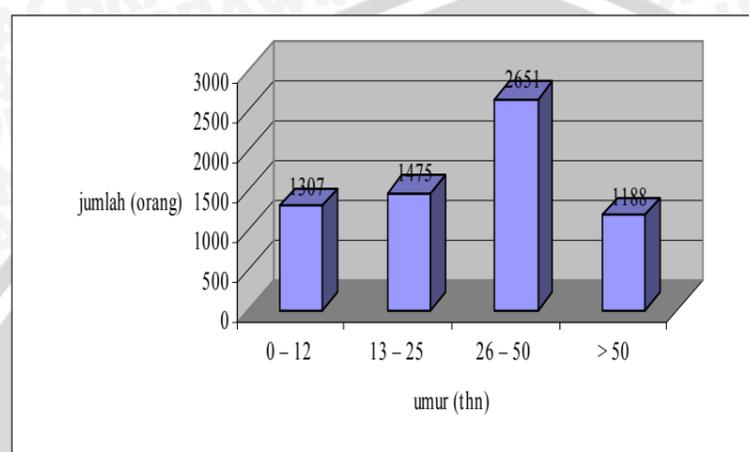
Tabel 7. Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	3303	49,88
Perempuan	3318	50,21
Jumlah	6621	100,00

Sumber: Kantor Desa Poncokusumo (2003)

2. Tingkat Umur

Berdasarkan tingkat umur, jumlah penduduk didominasi oleh penduduk dengan usia dewasa. Penduduk yang berumur 0 – 12 tahun sebanyak 1307 orang, umur 13 – 25 tahun sebanyak 1475 orang, umur 26 – 50 tahun sebanyak 2651 orang, sedangkan yang berumur di atas 50 tahun sebanyak 1188 orang. Sehingga dapat diketahui bahwa rata-rata penduduk kecamatan Poncokusumo berusia produktif.

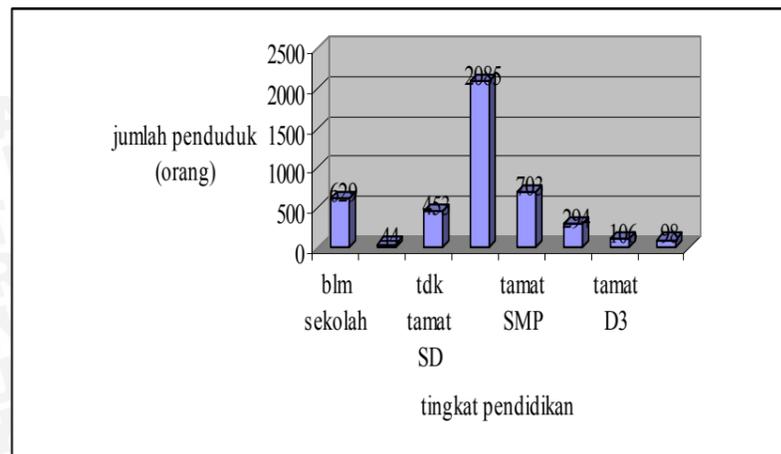


Gambar 3. Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Tingkat Umur (Kantor Desa Poncokusumo, 2003)

3. Tingkat Pendidikan

Penduduk desa Poncokusumo yang mempunyai tingkat pendidikan hanya sampai sebatas jenjang Sekolah Dasar yaitu sebesar 2085 orang. Sedangkan penduduk yang bersekolah hingga jenjang Universitas hanya sebanyak 98 orang. Sementara itu, penduduk yang belum bersekolah, tidak pernah bersekolah, dan pernah bersekolah hingga Sekolah Dasar berjumlah 1126 orang. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa tingkat pendidikan penduduk desa Poncokusumo tergolong rendah.



Gambar 4. Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Tingkat Pendidikan (Kantor Desa Poncokusumo, 2003)

4. Mata Pencarian

Identifikasi penduduk berdasarkan mata pencarian berguna untuk mengetahui jenis pekerjaan apa saja yang dijalankan oleh penduduk setempat. Selain itu juga berguna untuk mengetahui gambaran aktivitas penduduk dan peranan berbagai jenis usaha ekonomi yang menunjang kehidupan masyarakat setempat. Mata pencarian penduduk desa Poncokusumo sangat bervariasi, tetapi masih didominasi oleh penduduk yang bermata pencarian sebagai petani (952 orang) dan buruh tani (1856 orang). Keadaan penduduk berdasarkan mata pencarian dapat dilihat pada Tabel 8.



Tabel 8. Jumlah Penduduk Desa Poncokusumo Berdasarkan Mata Pencaharian

Mata Pencaharian	Jumlah Penduduk (Orang)	Presentase (%)
Buruh tani	1856	60,75
Petani	952	31,16
Pedagang/wiraswasta/ pengusaha	115	3,76
PNS	25	0,82
TNI/ Polri	5	0,16
Penjahit	9	0,29
Montir	5	0,16
Sopir	24	0,80
Tukang Kayu	20	0,65
Tukang Batu	24	0,80
Guru Swasta	20	0,65
Jumlah	3.055	100,00

Sumber: Kantor Desa Poncokusumo(2003)

5.2.2 Keadaan Kelompok Tani Desa Poncokusumo

Di desa Poncokusumo, terdapat sebuah kelompok tani yang terdiri dari petani-petani apel karena lahan pertanian di desa Poncokusumo merupakan perkebunan apel. Kelompok Tani tersebut bernama FKPM (Forum Komunikasi Petani Muda) Poncokusumo yang beranggotakan sebanyak 83 orang laki-laki. FKPM didirikan sejak 26 Maret 2002 di desa Poncokusumo. Keanggotaan dari kelompok tani ini tidak mengikat. Apabila akan diadakan pertemuan, undangan disebarkan kepada semua petani apel yang ada di desa Poncokusumo. Kemudian diadakan diskusi untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan usahatani apel. Berdasarkan informasi dari anggota FKPM tersebut, tidak terdapat perbedaan dalam pemasaran apel yang dilakukan oleh petani apel yang merupakan anggota FKPM maupun yang bukan anggota FKPM. Maksudnya, baik petani apel anggota FKPM maupun bukan anggota FKPM dapat menjual kepada pedagang yang sama yang ada di desa Poncokusumo, tanpa ada perbedaan perlakuan.

Berkat kegigihan FKPM dalam mengembangkan budidaya tanaman apel, Departemen Pertanian pernah memberikan bantuan program Sekolah Lapangan Pengendalian Hama Terpadu (SLPHT). Hingga saat ini, FKPM berhasil mengembangkan GAP (*Good Agricultural Practice*), yaitu dengan menggunakan pendekatan pupuk organik, sementara pupuk kimia tetap digunakan tetapi terbatas untuk memacu pertumbuhan tanaman apel. Keberhasilan FKPM menerapkan sistem GAP juga mendorong kualitas buah apel memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan Departemen Pertanian. FKPM juga memperoleh penghargaan berupa *Good Agricultural Practice* 2006 dan 2007.

Secara umum, kegiatan kelompok tani ini dapat dibagi menjadi dua yaitu kegiatan yang bersifat formal dan kegiatan yang bersifat non-formal. Kegiatan formal kelompok tani FKPM Poncokusumo berupa penyuluhan pertanian dan Farm Day, sedangkan kegiatan yang bersifat non-formal berupa studi banding.

1. Penyuluhan pertanian difokuskan kepada kegiatan SLPHT (Sekolah Lapang Pengendalian Hama Terpadu) yang dilakukan setiap hari Rabu.
2. Farm Day merupakan kegiatan yang biasanya dilakukan di lahan sehingga anggota kelompok tani bisa langsung mempraktikkan pengetahuan yang didapatkan dalam kegiatan penyuluhan. Kegiatan ini sangat efektif untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi petani dalam melakukan usaha tani apel.
3. Studi banding merupakan kegiatan non-formal yang sifatnya kondisional atau tidak rutin dilakukan oleh anggota kelompok tani FKPM Poncokusumo, ke daerah-daerah yang pertanian apelnnya maju untuk memperluas wawasan sekaligus sebagai wahana untuk berbagi pengalaman dengan petani dari daerah lain.



VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani apel langganan dan petani apel bukan langganan yang ada di Desa Poncokusumo. Responden berjumlah 34 orang, Berikut adalah karakteristik dari masing-masing responden.

Tabel 9. Karakteristik Demografi Petani Apel Desa Poncokusumo

No.	Karakteristik	Jumlah Responden	
		(Orang)	(%)
1.	Kelompok Umur (Tahun) :		
	a. < 30	4	11,76
	b. 31-34	10	29,41
	c. 35-39	7	20,58
	d. 40-44	5	14,70
	e. >45	8	23,52
	JUMLAH	34	100
2.	Tingkat Pendidikan :		
	a. SD/ sederajat	6	17,64
	b. SMP/ sederajat	8	23,52
	c. SMA/ sederajat	14	41,17
	d. D3	2	5,88
	e. S1	4	11,76
	JUMLAH	34	100
3.	Jumlah anggota keluarga (Jiwa) :		
	a. 3	9	26,47
	b. 4-5	19	55,88
	c. >5	6	17,64
	JUMLAH	34	100

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2008)

Responden petani apel bukan langganan merupakan anggota kelompok tani FKPM (Forum Komunikasi Petani Muda) Poncokusumo sedangkan petani langganan merupakan bukan anggota kelompok tani. Dilihat dari segi usia, rata – rata (mean) usia petani adalah 36,60 tahun atau 37 tahun, sedangkan usia yang memiliki frekuensi tertinggi (modus) adalah 40 tahun. Usia termuda adalah 30

tahun dan yang tertua adalah 45 tahun. Jika dikaji lebih dalam maka usia petani apel di Desa Poncokusumo-Malang relatif masih muda karena seluruhnya berusia ≤ 45 tahun. Hal ini berhubungan dengan usia di sekitar 25-30 tahun merupakan usia memulai hidup baru (pernikahan) sehingga orang tua dari masing – masing petani telah memberikan lahan kepada masing – masing putranya untuk dikelola sendiri. Disamping itu, adanya dorongan dari orang tua untuk melanjutkan usahatannya membuat pemuda di Desa Poncokusumo- Malang banyak yang berprofesi sebagai petani daripada berprofesi lain di luar usahatani apel.

Tingkat pendidikan petani apel di desa Poncokusumo tergolong tinggi karena pada umumnya banyak petani apel yang telah menyelesaikan pendidikan hingga jenjang SMA/ sederajat. Petani apel yang telah menyelesaikan pendidikan hingga SMA/ sederajat yaitu sebanyak 14 orang. Bahkan beberapa di antara mereka ada yang melanjutkan hingga jenjang Diploma 2 orang dan Sarjana 4 orang.

Dilihat dari segi jumlah anggota keluarga yang dimiliki rata – rata terdiri dari 3,95 jiwa atau 4 jiwa, sedangkan jumlah keluarga yang memiliki frekuensi tertinggi 3 jiwa. Jumlah keluarga paling sedikit adalah 3 jiwa dan yang paling banyak adalah 7 jiwa. Jika dilihat lebih dalam maka sebagian besar petani di Desa Poncokusumo-Malang dikatakan merupakan keluarga kecil terdiri dari 5 orang yaitu 2 orang tua dan 3 orang anak. Hal tersebut tidak terlepas dari peran Keluarga Berencana (KB) di Desa Poncokusumo. Di samping itu, karena adanya kesadaran dari masyarakat sendiri tentang pentingnya keluarga kecil.

6.2 Identifikasi Pola Hubungan

Lembaga pemasaran apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang meliputi petani dan pedagang sebagai perantara pedagang dan agen penunjang, serta pelengkap sebagai perantara agen. Petani apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang dibedakan menjadi 2 yaitu petani apel langganan dan bukan langganan

6.2.1 Hubungan antara Petani dengan Petani

Hubungan antara petani dengan petani khususnya petani anggota Kelompok Tani FKPM terjalin dalam upaya untuk mengatasi masalah seputar usahatani apel melalui pertemuan rutin yang dilakukan 1 kali dalam seminggu. Melalui kelompok tani ini diharapkan masalah yang timbul berkaitan usahatani apel dapat diselesaikan secara bersama – sama. Pada saat ini, masalah yang dihadapi oleh petani adalah turunnya produktivitas tanaman apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang. Turunnya produktivitas ini terjadi karena kesuburan tanah yang mengalami penurunan sebagai akibat dari teknik budidaya sebelumnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

Salah satu upaya yang telah dilakukan berkenaan dengan masalah tersebut di atas adalah dimulainya penerapan *Good Agriculture Practise* atau lebih dikenal dengan GAP oleh para petani anggota Kelompok Tani FKPM. Maksud dari GAP ini adalah penggunaan pestisida dan pupuk yang tepat yaitu tepat waktu, jenis, dosis, cara/aplikasi, dan fugsis. Selain itu, dalam upaya untuk menuju ke pertanian organik di mana semua input berasal dari organik pula. Hal tersebut dilakukan oleh petani

karena petani merasa bahwa pertanian organik dapat menekan biaya produksi khususnya pupuk dan pestisida kimia. Di samping itu, pertanian organik dapat membantu menjaga kesuburan tanah.

Selain mengenai teknik budidaya, Kelompok Tani FKPM juga pernah mencoba memasarkan sendiri apel yang dihasilkan oleh anggota kelompok tani. Kendala yang dihadapi adalah sulitnya menjaga kontinuitas produk (apel) sehingga, kegiatan memasarkan apel dari para anggota kelompok tani berhenti sementara waktu. Selain itu, kendala fluktuasi harga juga sangat memiliki pengaruh yang besar terhadap kelangsungan kegiatan memasarkan apel dari para anggota kelompok tani.

Pada saat ini, kelompok tani FKPM dalam usaha untuk melakukan diversifikasi produk apel yaitu jenang apel. Kelompok tani ini telah mendapat bantuan berupa alat pengolahan apel menjadi jenang apel tetapi masih belum secara serius dilakukan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan tenaga yang dimiliki mengingat para anggota kelompok tani ini telah sangat disibukkan dengan kegiatan di kebun. Untuk saat ini, kegiatan yang masih berjalan adalah memproduksi sekaligus memasarkan bokasi. Bokasi ini diproduksi selain untuk memenuhi permintaan dari para anggota juga untuk petani bukan anggota yang membutuhkan.

Hubungan antar anggota Kelompok Tani FKPM juga menyangkut informasi harga apel. Antar anggota kelompok tani secara bebas, kapan saja dan di mana saja, berdiskusi mengenai harga apel yang sedang berlaku. Informasi harga apel yang berlaku tidak hanya dapat diketahui dari anggota kelompok tani yang baru saja melakukan panen tetapi dari kelompok tani yang lain maupun secara langsung dari pedagang apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang. Hubungan petani anggota kelompok tani hanya sebatas hubungan sesama warga Desa Poncokusumo-Malang saja seperti dalam acara desa (syukuran desa, kerja bakti / gotong royong).

6.2.2 Hubungan Petani dengan pedagang

Petani apel bukan langganan dan petani apel langganan maka dapat diuraikan perbedaan antara kedua jenis petani tersebut sebagai berikut:

Tabel 10. Perbedaan antara Petani Apel Bukan Langganan dengan Petani Apel Langganan yang ada di Desa Poncokusumo-Malang

No	Perbedaan	Petani Apel Langganan	Petani Apel Bukan Langganan
1	Harga Tawar	Sama atau lebih rendah	Lebih tinggi
2	Jaminan Pemasaran	Memiliki jaminan pemasaran	Tidak memiliki jaminan pemasaran
3	Pinjaman	Mendapat pinjaman	Tidak mendapat pinjaman
4	Kebebasan memilih pedagang	Tidak memiliki kebebasan memilih pedagang	Memiliki kebebasan memilih pedagang

Sumber: Data Hasil Olahan Primer (2008)

Pola hubungan yang dijalin antara petani apel dengan pedagang apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang dibedakan berdasarkan jenis petani dan pedagang. Petani apel bukan langganan adalah petani apel yang tidak terikat dengan pedagang apel mana pun di Desa Poncokusumo-Malang. Maksudnya, petani apel bukan langganan tersebut tidak menerima bantuan/pinjaman (modal) dari pedagang apel mana pun sehingga, petani apel bukan langganan ini memiliki kebebasan untuk memilih pedagang yang berhak membeli apelnya.

Pemilihan pedagang oleh petani apel bukan langganan didasarkan pada harga tawar apel yang diberikan oleh pedagang. Petani apel bukan langganan akan memilih menjual apelnya kepada pedagang apel yang memberikan harga tawar paling tinggi. Pada umumnya kegiatan penjualan dilakukan 2 minggu sebelum waktu panen dan petani apel bukan langganan bisa menghubungi 2-3 pedagang sekaligus. Waktu 2 minggu tersebut digunakan oleh petani bukan langganan untuk mempertimbangkan dan memutuskan pedagang yang berhak membeli apelnya.

Di samping harga tawar sebagai bahan pertimbangan utama, jangka waktu pembayaran juga menjadi bahan pertimbangan bagi sebagian petani apel bukan langganan dalam memilih pedagang yang berhak membeli apelnya. Petani apel bukan langganan tersebut akan lebih memilih pedagang yang memberikan harga tawar sedikit lebih rendah dengan jangka waktu pembayaran lebih singkat daripada pedagang yang memberikan harga tawar lebih tinggi dengan jangka waktu pembayaran lebih panjang.

Selain itu, kepercayaan pembayaran (kesesuaian waktu pembayaran dengan kesepakatan) juga menjadi pertimbangan lainnya bagi petani apel bukan langganan. Petani apel bukan langganan akan lebih memilih pedagang dengan waktu pembayaran sesuai dengan kesepakatan meski harga tawar yang diberikan lebih sedikit rendah daripada pedagang yang memberikan harga tawar lebih tinggi dengan jangka waktu pembayaran yang tidak sesuai dengan kesepakatan.

Petani apel langganan adalah petani apel yang menerima bantuan/pinjaman dari pedagang tertentu. Pinjaman tersebut selain dapat berupa uang juga sarana produksi seperti pestisida dan kertas pembungkus apel (*yellow page*). Petani apel langganan ini memiliki kewajiban secara tidak tertulis untuk menjual apelnya ke pedagang yang telah memberi pinjaman. Pada umumnya hal tersebut dilakukan sekaligus untuk membayar pinjaman yang telah diterimanya. Jadi, pengembalian pinjaman tersebut dilakukan dengan cara memotong hasil penjualan petani apel langganan.

Bentuk hubungan antara petani apel langganan dengan pedagang apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang menurut Bachriadi (1996) termasuk dalam hubungan *Contract Farming* dengan bentuk kontrak pemasaran di mana petani memiliki kewajiban untuk menjual hasil produksinya kepada pihak yang memberikan kontrak. Dalam model ini, pihak pemberi kontrak (pedagang) tidak terlibat secara langsung dalam keputusan – keputusan yang berkaitan dengan proses produksi tetapi, tidak menutup kemungkinan jika pihak pemberi kontrak memberi bantuan dalam hal sarana produksi. Petani hanya berkewajiban menyerahkan hasil produksi sesuai dengan jenis dan jumlah yang telah disepakati. Kontrak pemasaran antara petani apel bukan langganan dengan pedagang apel yang ada di Desa Poncokusumo-Malang dibuat secara tidak tertulis sehingga,

ketentuan- ketentuan yang berlaku disepakati secara lisan dan saling percaya. Jika salah satu pihak melanggar ketentuan maka hubungan kontrak tersebut dapat diputuskan oleh salah satu pihak.

6.3 Identifikasi Pendistribusian Apel Poncokusumo dari Petani ke Pedagang

Apel Poncokusumo didistribusikan dari petani kepada pedagang apel yang ada di desa Poncokusumo yang mempunyai jangkauan pemasaran di sekitar wilayah Malang. Seorang petani tidak harus menjual hasil panen apelnya kepada pedagang tertentu, kecuali apabila di antara petani dan pedagang apel tersebut terdapat keterikatan karena adanya pinjaman modal dan sebagainya. Berdasarkan informasi dari salah seorang petani apel, petani yang mempunyai pinjaman modal dari pedagang harus menjual hasil panen apelnya kepada pedagang tersebut. Hal ini dilakukan sebagai upaya timbal balik atas pinjaman modal yang diberikan oleh pedagang. Hubungan seperti ini akan sangat menguntungkan petani karena para petani dapat langsung menjual hasil panen apelnya ketika musim petik/ panen tiba

Sedangkan petani yang tidak mempunyai keterikatan dengan pedagang apel manapun di desa Poncokusumo mempunyai kebebasan untuk memilih menjual kepada pedagang apel manapun. Biasanya petani memilih menjual apel kepada pedagang yang memberikan harga tawar tertinggi atau yang memberikan jangka waktu pembayaran yang pendek. Perincian kegiatan penjualan apel dari petani ke pedagang apel di desa Poncokusumo berdasarkan hasil panen petani, mulai dari bulan Januari hingga Mei 2008 dapat dilihat pada Lampiran. Sedangkan ringkasan kegiatan penjualan apel dari petani ke pedagang apel di desa Poncokusumo mulai dari bulan Januari hingga Mei 2008 dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Kegiatan Penjualan Apel Poncokusumo dari Petani kepada Pedagang Apel di Desa Poncokusumo (Bulan Januari – Mei 2008)

No.	Nama Petani	Nama Pedagang	Rata-Rata Penjualan (Kg Apel)
1.	Sugeng Wahyudi	Murdoyo	14700
2.	Suroso Budi	Sulistiowati	11200
3.	Subi	Mujeki	210
4.	Karto Yuwono	Murdoyo	14140
5.	Ketut Saeko M.	Puriami	8960
6.	Huda	Riyani	3500
7.	M. Irwan	Atik Amrona	151460
		Sulistiowati	50000
		Warno	16100
		Sunariyah	50000
8.	Pur Edi	Suparti	12320
9.	Ardi Yanto	Warno	10500

10.	Mudiharto	Puriami	14000
11.	Supardi	Murdoyo	10500
12.	Hartono	Mujeki	28000
13.	Timbul	Siti Asri	34300
14.	Solikhin	Suparti	910
15.	Suwoku	Warno	11200
JUMLAH			442000

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2008)

Petani apel di Desa Poncokusumo memiliki jumlah dan luas lahan yang bervariasi. Masing-masing lahan mempunyai waktu petik/ panen apel yang berbeda-beda sesuai dengan waktu rompes daun tanaman apel. Dalam satu lahan pada satu musim panen, buah apel dapat dipetik satu kali atau lebih atau berdasarkan tingkat kematangan buah. Oleh karena waktu petik/ panen buah apel di setiap lahan berbeda-beda, maka buah apel dapat dipastikan kelangsungan produksinya setiap bulan. Meskipun produksi tersebut berasal dari petani apel yang berbeda.

Setiap petani dapat menjual hasil panen apel kepada satu atau lebih pedagang. Rata-rata penjualan pada Tabel 11 menunjukkan jumlah penjualan apel dari setiap petani kepada pedagang tertentu selama lima bulan. Satuan penjualan yang digunakan yaitu kilogram apel. Jumlah total rata-rata penjualan selama lima bulan dari keseluruhan petani apel di desa Poncokusumo yaitu sebanyak 442000 kg apel atau 442 ton apel. Jumlah total rata-rata penjualan dari keseluruhan petani apel di desa Poncokusumo tersebut merupakan besarnya penawaran yang diberikan petani apel kepada pedagang di desa Poncokusumo.

Alur kegiatan penjualan apel Poncokusumo dari petani kepada pedagang apel di desa Poncokusumo yaitu pertama, petani mencari pedagang apel yang bersedia memberikan harga tawar tertinggi. Biasanya petani mulai mencari pedagang beberapa minggu sebelum kegiatan petik/ panen dilaksanakan. Saat itu petani dapat menghubungi lebih dari satu pedagang apel sekaligus. Setelah pedagang tertentu dipilih oleh petani dan buah apel sudah siap petik/ panen, maka kegiatan petik/ panen dapat dilaksanakan. Biasanya pedagang akan mempekerjakan beberapa buruh tani untuk melakukan kegiatan petik/ panen di lahan apel milik petani. Kegiatan petik/ panen juga meliputi kegiatan pengangkutan buah apel dari lahan petani ke rumah atau gudang pedagang apel di desa Poncokusumo.

Kegiatan petik/ panen tersebut dilakukan dengan sistem borongan. Artinya kegiatan petik/ panen dilakukan serentak atau bersama-sama untuk setiap lahan, yaitu pada buah apel yang sudah mencapai tingkat masak fisiologis (*ripening*). Menurut Soelarso (1996), tingkat masak fisiologis (*ripening*) dicapai apabila buah sesudah dipanen mempunyai kemampuan untuk menjadi masak normal. Ciri masak fisiologis buah apel yaitu ukuran buah terlihat maksimal, aroma mulai terasa, warna buah tampak cerah dan segar, dan bila ditekan terasa *kres*. Buah apel yang belum masak dapat menunggu giliran panen berikutnya.

Besarnya biaya yang diberikan kepada buruh tani atau tenaga kerja yang melakukan kegiatan petik/ panen disebut dengan biaya petik/ panen. Biaya petik/ panen ditanggung oleh pedagang apel yang membeli apel tersebut. Besarnya biaya petik/ panen apel yaitu Rp100,00 per kilogram apel yang dipetik atau sekitar Rp 100.000,00 per ton apel yang dipetik.

Selain biaya petik/ panen, terdapat juga biaya sewa kendaraan. Kendaraan yang digunakan yaitu pick up jenis L-300. Kapasitas angkut pick up jenis L-300 tersebut yaitu sebesar 1020 kg dan dapat mengangkut apel maksimal hingga 1,4 ton atau 1400 kg. Besarnya biaya sewa kendaraan per angkut untuk jarak dekat yaitu Rp 35.000,00 sedangkan untuk jarak jauh yaitu Rp 50.000,00.

Beberapa orang pedagang tidak menyewa kendaraan karena mereka memiliki kendaraan sendiri. Jenis kendaraan yang dimiliki oleh pedagang yaitu pick up besar (L-300). Bahkan salah seorang pedagang juga menggunakan sepeda motor yang dimiliki untuk mengangkut apel. Tentunya jumlah apel yang dapat diangkut sangat terbatas, yaitu kurang dari tiga (3) kuintal. Rata-rata pedagang apel di desa Poncokusumo memiliki satu atau dua buah pick up besar. Dengan memiliki kendaraan sendiri, para pedagang tersebut dapat menghemat biaya sewa kendaraan karena dialokasikan untuk biaya bahan bakar kendaraan mereka.

Harga beli apel yang diberikan pedagang kepada petani disesuaikan dengan kondisi pasar. Pada saat musim buah lain seperti mangga dan rambutan, maka harga beli yang diberikan pedagang biasanya berkisar antara Rp 1.500,00 hingga Rp 2.000,00 per kilogram apel. Sedangkan di luar musim buah tersebut, harga apel mencapai Rp 2.000,- hingga Rp 2.500,00 per kilogram apel. Namun besarnya harga apel juga dipengaruhi oleh kualitas buah apel tersebut.

6.4. Analisis dan Pengaruh *Social Capital* Terhadap Pendapatan

Dalam analisis regresi, model regresi yang digunakan harus memenuhi asumsi “BLUE” (Best Linier Unbias Estimation). Untuk mengetahui apakah model-model yang digunakan memenuhi asumsi “BLUE” maka digunakan pengujian asumsi klasik yang meliputi asumsi tidak heteroskedastisitas, asumsi tidak multikolinieritas, asumsi tidak autokorelasi dan asumsi normalitas.

Uji multikolinieritas atau asumsi tidak multikolinieritas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah indikasi adanya suatu hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antara beberapa variabel independen atau semua variabel independen.

Gejala multikolinier ditunjukkan dengan adanya korelasi yang signifikan antar variabel independen. Selain itu cara lain yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat diuji dengan menghitung nilai VIF (*Valuation Inflating Factor*), apabila nilai VIF lebih kecil 5, maka tidak terdapat gejala multikolinieritas (Singgih, 1995).

Apabila terjadi gejala multikolinieritas salah satu langkah untuk memperbaiki model adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi, sehingga bisa dipilih model yang paling baik. Untuk memperoleh model yang terbaik, dapat melakukan langkah pemilihan variabel-variabel yang tepat dengan menggunakan metode *Stepwise*, *Foward* dan *Backward* (Santoso, 2005).

Asumsi heteroskedastisitas atau asumsi tidak heteroskedastisitas adalah asumsi didalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah varians dari residual dari pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu.

Salah satu uji untuk menguji heteroskedastisitas ini adalah dengan menggunakan *Park Test*, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor bebas dari heteroskedastisitas dengan melihat tingkat signifikansi probabilitasnya harus lebih besar dari 0,05 sehingga bisa dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel pengganggu terhadap variabel bebas yang ada dalam model. Hasil regresi menghasilkan koefisien regresi yang menurut uji t statistik tidak signifikan.

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Maksud kenormalan distribusi data adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal, dimana distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median (Santosa dan Ashari, 2005).

Untuk mengetahui bentuk distribusi data pada penelitian ini, bentuk distribusi dapat dilihat menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Data akan menunjukkan ditribusi normal apabila data mengikuti pola ditribusi normal dimana bentuk grafiknya mengikuti bentuk lonceng. Sedangkan analisis statistik menggunakan analisis keruncingan dan kemencengan kurva.

Tabel 12. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Indikator *Social Capital*, *Social Capital* dan Pendapatan

Variabel		Koef. regresi	t stat.	R	R Square	F hitung	N
Dependen	Independen						
F (Family)	E (Pendidikan)	0,152*	3,724	0,856	0,733	19,82	34
	U (Umur)	0,023	1,412				
	H (Lama Usaha)	0,108	4,396				
	G (Jenis kelamin)	0,239	0,633				
R (Orang yg Dpt Membantu)	E (Pendidikan)	0,038	0,504	0,339	0,115	0,940	34
	U (Umur)	-0,01	-0,33				
	H (Lama Usaha)	0,21	0,452				
	G (Jenis Kelamin)	0,698	0,994				
T (Pedagang)	E (Pendidikan)	0,147	4,705	0,845	0,714	18,076	34
	U (Umur)	0,22*	1,780				
	H (Lama Usaha)	0,68*	3,624				
	G (Jenis Kelamin)	-0,18	-0,18				
C (Pelanggan)	E (Pendidikan)	0,13	0,225	0,186	0,035	0,261	34
	U (Umur)	0,03	0,142				
	H (Lama Usaha)	0,23	0,679				
	G (Jenis Kelamin)	-0,10	-0,19				
I (Supplier)	E (Pendidikan)	0,106*	2,314	0,622	0,387	4,569	34

	U (Umur)	0,006	0,293				
	H (Lama Usaha)	0,044	1,466				
	G (Jenis Kelamin)	0,400	0,872				
Y (Pendapatan)	L (Tenaga Kerja)	0,161	3,384				
	K (Modal Fisik)	2,184	2,375				
	F(JumlahKeluarga)	-0,017	-0,167				
	R(Jumlahorg bntu)	0,145*	3,677	0,960	0,923	44,238	34
	T (Jumlah Pedg)	0,055	0,580				
	C(Jumlah plangga)	-0,041	-1,008				
	I(Jumlah Supplier)	0,083	1,613				

Sumber : Data primer diolah

Ket : * Sig. $\alpha = 0,05$

6.4.1. Jumlah Keluarga yang Dikenal Baik (F)

Hubungan sosial kekerabatan antara pengusaha dan keluarga, baik sanak famili maupun keluarga lain, dapat memberikan efek terhadap usaha yang dijalankan, jumlah keluarga yang dikenal baik dapat memberikan manfaat terhadap usaha apel. Hubungan sosial kekerabatan ini dapat menyebarkan informasi-informasi, baik yang berhubungan dengan usaha apel maupun tidak, sehingga dapat memberikan efek terhadap usaha yang sedang dijalani.

Model regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara indikator *social capital* dan *social capital* jumlah keluarga yang dikenal baik, telah memenuhi asumsi dari pengujian klasik. Dalam pengujian asumsi tidak multikolinier, diperoleh nilai VIF dari masing-masing indikator *social capital* lebih kecil dari 5 (lampiran 3) sehingga model jumlah keluarga yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak multikolinier.

Untuk mengetahui apakah model *social capital* jumlah keluarga yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas maka digunakan *Park Test*. Nilai probabilitas untuk masing-masing indikator *social capital* menunjukkan nilai yang tidak signifikan (lampiran 3), sehingga model *social capital* jumlah keluarga yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas. Asumsi normalitas dapat dilihat melalui grafik *PP Plots* yang terletak disekitar garis diagonal (lampiran 3).

Jumlah keluarga yang dikenal baik (F) ditentukan oleh variabel-variabel E (pendidikan), U (umur), H (lama usaha) dan G (jenis kelamin). Berdasarkan pada tabel 13, dapat diketahui bahwa korelasi berganda antara variabel-variabel E, U, H dan D dengan F (Keluarga) mempunyai nilai sebesar 0,516 yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,733 menunjukkan bahwa proporsi kemampuan variabel-variabel E, U, H dan D dalam menjelaskan keragaman variabel F (Keluarga) hanya sebesar 73,3%, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,856. Indikator-indikator yang dapat menjelaskan *social capital* jumlah keluarga yang dikenal baik masih banyak, atau sebesar 26,7%, yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan pengaruh indikator *social capital* terhadap jumlah keluarga yang dikenal baik sangatlah kecil. Keragaman nilai F hitung sebesar 19,82, yang lebih besar dari nilai F tabel,

menunjukkan bahwa persamaan regresi yang didapat, secara statistik terbukti mampu menjelaskan keragaman F.

Dari hasil analisis regresi yang ditampilkan pada tabel 12, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa indikator yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan F, hal ini dapat diketahui dari masing-masing nilai t hitung dan nilai probabilitas masing-masing variabel, apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai probabilitas lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$, maka variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai F.

Pada tabel 12, dapat diketahui pula bahwa hanya variabel E (Pendidikan) yang memberikan perubahan yang signifikan terhadap F, dengan koefisien regresi sebesar 0,152 yang menunjukkan bahwa peningkatan H sebesar 1 akan dapat menaikkan F rata-rata sebesar 0,152, dan nilai T hitung sebesar 3,724.

Lamanya menjalani pendidikan bagi petani apel dapat memberikan pengaruh terhadap jumlah keluarga yang dikenal baik. Keadaan ini dikarenakan semakin lama petani menjalani pendidikan maka semakin banyak pula orang yang dikenal, dan dari sinilah hubungan dengan keluarga yang dikenal baik dimulai. Keluarga yang dikenal baik bisa berasal dari keluarga sesama petani, keluarga pelanggan, supplier, bahkan keluarga lain yang dikenal dari sanak famili.

Variabel-variabel U (Umur), H (Lama Usaha) dan G (Jenis Kelamin), secara statistik tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan F (jumlah keluarga yang dikenal baik), semakin berumur pengusaha tersebut atau jenis kelamin petani apel, hal tersebut tidak dapat meningkatkan jumlah keluarga yang dikenal baik.

Jumlah keluarga yang dikenal baik (F) secara statistik tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan petani apel. Hubungan antara petani apel dengan keluarga yang dikenal baik merupakan hubungan emosional yang sudah ada sebelumnya, hanya saja pada saat itu mungkin belum diketahui, sehingga pada tahun-tahun selanjutnya pada saat menjadi pengusaha hubungan tersebut terjalin dan terbina dengan baik. Hal ini terkait dengan sifat dasar manusia bahwa individu akan lebih mudah mengenali sesamanya apabila individu yang dikenali tersebut berada pada posisi tertentu, dalam hal ini adalah menjadi seorang pengusaha.

6.4.2. Jumlah Orang yang Dapat Membantu (Secara Finansial) (R)

Kesulitan utama yang dihadapi oleh pengusaha pada saat menjalani usaha apel salah satunya adalah kendala modal (finansial). Kebutuhan modal untuk usaha, khususnya untuk usaha apel relatif tidak sedikit. Banyak diantara petani apel yang meminjam modal baik dari bank maupun rekan bisnis mereka. Bagi petani yang tidak mempunyai akses terhadap kredit, mereka lebih mengandalkan keluarga atau saudara untuk menopang kondisi permodalan mereka.

Model regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara indikator *social capital* dan *social capital* jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial), telah memenuhi asumsi dari pengujian klasik. Dalam pengujian asumsi tidak multikolinier, diperoleh nilai VIF dari masing-masing indikator *social capital* lebih kecil dari 5 (lampiran 3) sehingga model jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) memenuhi asumsi tidak multikolinier.

Untuk mengetahui apakah model *social capital* jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas maka digunakan *Park Test*. Nilai probabilitas untuk masing-masing indikator *social capital* menunjukkan nilai yang tidak signifikan (lampiran 3), sehingga model *social capital* jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas. Asumsi normalitas dapat dilihat melalui grafik *PP Plots* yang terletak disekitar garis diagonal (lampiran 3).

Jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) ditentukan dengan variabel E (pendidikan), U (umur), H (lama usaha) dan G (jenis kelamin). Nilai F hitung sebesar 0,940 menjelaskan bahwa persamaan regresi yang didapat, secara statistik terbukti mampu menjelaskan keragaman R.

Nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,339 (tabel 12) menunjukkan adanya hubungan yang kurang kuat antara variabel-variabel E, U, H dan G dengan R. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,115 menjelaskan bahwa proporsi kemampuan variabel-variabel E, U, H dan G dalam menjelaskan keragaman variabel R adalah hanya sebesar 33,9%. Sebanyak 66,1% keragaman variabel R dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk melihat adanya pengaruh perubahan yang signifikan antara variabel-variabel E, U, H dan G dengan R dapat dilihat dari nilai t hitung. Dari hasil analisis regresi pada tabel 12, dapat diketahui bahwa tidak terdapat variabel yang memberikan pengaruh perubahan yang signifikan.

Lama menjalankan usaha (H) dan Pendidikan (E) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah orang yang membantu (R), tidak ada jaminan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan atau semakin lama petani menjalankan usahanya maka akan semakin banyak jumlah orang yang membantunya.

Sebagian besar petani apel di Desa Poncokusumo melihat sesama petani dan orang-orang yang sering berinteraksi adalah sebagai pesaing. Hal ini wajar karena prinsip dalam menjalankan suatu usaha adalah melihat orang lain sebagai kompetitor. Idealnya, semakin lama seseorang menjalani pendidikan maka orang tersebut akan semakin kritis dalam menyikapi sesuatu, sama halnya dengan lama menjalankan usaha, semakin lama seseorang dalam menjalankan usaha maka akan semakin sarat pengalaman yang diperoleh, hal inilah yang menyebabkan faktor lama usaha dan pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah orang yang membantu.

Jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik. Peningkatan pendapatan petani apel dipengaruhi oleh penambahan jumlah orang yang dapat membantu (secara finansial). Keadaan ini sifatnya *accidental*, artinya petani apel akan menghubungi orang-orang yang dapat membantu hanya pada saat mereka membutuhkan. Orang-orang yang dapat membantu ini siap membantu petani apabila mereka dibutuhkan.

6.4.3. Jumlah Pedagang yang Dikenal Baik (T)

Model regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara indikator *social capital* dan *social capital* jumlah pedagang yang dikenal baik, telah memenuhi asumsi dari pengujian klasik. Dalam pengujian asumsi tidak multikolinier, diperoleh nilai VIF dari masing-masing indikator

social capital lebih kecil dari 5 (lampiran 3) sehingga model jumlah pedagang yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak multikolinier.

Untuk mengetahui apakah model *social capital* jumlah pedagang yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas maka digunakan *Park Test*. Nilai probabilitas untuk masing-masing indikator *social capital* menunjukkan nilai yang tidak signifikan (lampiran 3), sehingga model *social capital* jumlah pedagang yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas. Asumsi normalitas dapat dilihat melalui grafik *PP Plots* yang terletak disekitar garis diagonal (lampiran 3).

Dalam tabel 12, ringkasan hasil analisis regresi berganda antara T (jumlah pedagang yang dikenal dengan baik) dengan E (pendidikan), U (umur), H (lama usaha) dan G (jenis kelamin), menunjukkan nilai koefisien korelasi berganda antara variabel-variabel E, U, H dan G dengan T adalah sebesar 0,845, sehingga data hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel-variabel tersebut, sedangkan proporsi variabel-variabel E, U, H dan D dalam menjelaskan keragaman variabel T dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,714 yang dapat diartikan bahwa keragaman variabel T dapat dijelaskan oleh variabel-variabel E, U, H dan G sebesar 71,4%.

Nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi menunjukkan pengaruh indikator *social capital* terhadap jumlah pedagang yang dikenal baik. Dari kedua nilai koefisien tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh indikator *social capital* terhadap *social capital* jumlah pedagang yang dikenal baik masih relatif kecil.

Persamaan regresi untuk variabel T secara statistik mampu menjelaskan keragaman T, hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yang lebih besar dari nilai F tab, yaitu F hitung = 18,076. Hasil analisis regresi berganda antara variabel-variabel E, U, H dan G dengan T, hanya variabel pendidikan-E dan variabel umur-U yang memberikan pengaruh perubahan yang signifikan terhadap jumlah pedagang yang dikenal dengan baik, dengan nilai t hitung untuk variabel H dan U masing-masing adalah sebesar 1,780 dan 3,624 dan nilai probabilitas sebesar 0,001 untuk variabel H dan 0,086 untuk variabel U.

Lama usaha petani apel berpengaruh positif terhadap jumlah pedagang yang dikenal baik, artinya lamanya usaha petani juga dapat meningkatkan jumlah pedagang yang dikenal baik. Jumlah pedagang yang dikenal baik bisa bertambah karena pada saat menjalankan usaha sering berinteraksi dengan pedagang..

Umur petani apel juga berpengaruh positif terhadap jumlah pedagang yang dikenal baik. Semakin bertambahnya umur seorang petani maka pengalaman petani juga bertambah, searah dengan lama menjalankan usaha.

Identik dengan tanaman padi, bahwa semakin tua tanaman padi maka akan semakin menunduk, penambahan usia seseorang menunjukkan tingkat pertumbuhan dan perkembangan seseorang, penambahan usia juga dapat mempengaruhi kedewasaan seseorang dalam berfikir. Dalam kasus ini, semua petani apel berada pada usia produktif yaitu antara 40 – 60 tahun, dengan pengalaman berusaha antara 10 – 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan pedagang yang

dikenal baik bukan hanya didasarkan pada logika, tetapi juga insting dan naluri ber-usaha yang sudah terpupuk sejak lama.

Nilai koefisien regresi dari variabel U adalah sebesar 0,22 (tabel 12), hal ini dapat diartikan bahwa apabila terjadi peningkatan U sebesar 1, maka akan dapat menaikkan T rata-rata sebesar 0,22. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel E adalah sebesar 0,68, hal ini dapat diartikan bahwa apabila terjadi peningkatan E sebesar 1, maka akan dapat menaikkan T rata-rata sebesar 0,68.

Jumlah pedagang yang dikenal baik menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pengusaha agribisnis tembakau. Semakin banyak pedagang yang dikenal baik maka pendapatan petani apel juga mengalami peningkatan.

Petani apel di Desa Poncokusumo berhasil mempertahankan *social capital* mereka dengan sesama pedagang, karena mereka tahu bahwa hubungan sesama pedagang berfungsi sebagai mesin informasi yang dapat dipantau setiap saat, petani tidak ingin ketinggalan informasi terutama yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan.

Dengan mempertahankan *social capital* antar pedagang, hambatan-hambatan berupa *asymmetric information*, *high search cost* dan biaya penanggungan resiko dapat di minimalisasi. Arus informasi dalam melakukan usaha merupakan faktor kunci yang harus selalu di-update, karena dengan adanya informasi, seorang pengusaha dapat mengetahui perkembangan pasar yang nantinya akan berdampak pada perkembangan usahanya. Dengan adanya *social capital* jumlah pedagang yang dikenal baik seorang petani dapat mengetahui informasi dengan cepat dan dengan biaya yang murah.

6.4.4. Jumlah Pelanggan yang Dikenal Baik (C)

Model regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara indikator *social capital* dan *social capital* jumlah pelanggan yang dikenal baik, telah memenuhi asumsi dari pengujian klasik. Dalam pengujian asumsi tidak multikolinier, diperoleh nilai VIF dari masing-masing indikator *social capital* lebih kecil dari 5 (lampiran 3) sehingga model jumlah pelanggan yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak multikolinier.

Untuk mengetahui apakah model *social capital* jumlah pelanggan yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas maka digunakan *Park Test*. Nilai probabilitas untuk masing-masing indikator *social capital* menunjukkan nilai yang tidak signifikan (lampiran 4), sehingga model *social capital* jumlah pelanggan yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas. Asumsi normalitas dapat dilihat melalui grafik *PP Plots* yang terletak disekitar garis diagonal (lampiran 4).

Tabel 12, juga menunjukkan ringkasan hasil analisis regresi berganda antara C (jumlah pelanggan yang dikenal dengan baik) dengan E (pendidikan), U (umur), H (lama usaha) dan G (jenis kelamin). Berdasarkan pada tabel hasil analisis regresi diatas dapat diketahui bahwa korelasi berganda antara variabel-variabel E, U, H dan G dengan C (Pelanggan) mempunyai nilai sebesar 0,186 yang menunjukkan adanya korelasi yang relatif cukup kuat antara variabel-variabel tersebut.

Koefisien determinasi (R^2) mempunyai nilai sebesar 0,186, hal ini menunjukkan bahwa proporsi kemampuan variabel-variabel E, U, H dan D dalam menjelaskan keragaman variabel C (Pelanggan) hanya sebesar 18,6%, besarnya nilai tersebut dipengaruhi oleh variabel-variabel yang

tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 61,3%. Oleh sebab itu, berdasarkan nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi, maka pengaruh indikator *social capital* masih sangat kecil. Dari hasil analisis regresi yang ditampilkan pada tabel 13. diatas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan F, hal ini dapat diketahui dari masing-masing nilai t hitung dan nilai probabilitas masing-masing variabel, apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka variabel tersebut memberikan pengaruh perubahan yang signifikan terhadap nilai C.

Social capital jumlah pelanggan yang dikenal baik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan petani apel. Bertambahnya jumlah pelanggan yang dikenal baik tidak meningkatkan pendapatan petani apel.

6.4.5. Jumlah Supplier yang Dikenal Baik (I)

Model regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara indikator *Social Capital* jumlah supplier yang dikenal baik, telah memenuhi asumsi dari pengujian klasik. Dalam pengujian asumsi tidak multikolinier, diperoleh nilai VIF dari masing-masing indikator social capital lebih kecil dari 5 (lampiran 3) sehingga model jumlah supplier yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak multikolinier.

Untuk mengetahui apakah model social capital jumlah supplier yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas maka digunakan Park Test. Nilai probabilitas untuk masing-masing indikator social capital menunjukkan nilai yang tidak signifikan (lampiran 3), sehingga model social capital jumlah supplier yang dikenal baik memenuhi asumsi tidak heteroskedastisitas. Asumsi normalitas dapat dilihat melalui grafik PP Plots yang terletak disekitar garis diagonal (lampiran 3).

Hasil analisis regresi berganda antara I (jumlah Supplier yang dikenal dengan baik) dengan E (pendidikan), U (umur), H (lama usaha) dan G (jenis kelamin) yang ditampilkan pada tabel 12. dapat dilihat bahwa hanya variabel E yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah supplier yang dikenal baik, dengan nilai koefisien regresi variabel D adalah sebesar 0,106 menunjukkan bahwa peningkatan D sebesar 1 satuan akan dapat menaikkan I rata-rata sebesar 0,106.

Petani apel yang menjalankan usahanya secara kontinu, dapat meningkatkan jumlah supplier yang dikenal baik. Usaha yang dijalankan dari waktu-kewaktu secara kontinyu dapat memberikan keuntungan bagi supplier, supplier tidak ingin kehilangan pelanggannya dalam ber-usaha, dalam hal ini adalah petani usaha apel.

Apabila dilihat dari nilai F hitung (4,569) yang lebih besar dari nilai F tabel (1,691) dan nilai Probabilitas yang lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang didapat, secara statistik terbukti mampu menjelaskan keragaman I.

Secara statistik, nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,622 menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel G, U, H dan E dengan I. Sedangkan proporsi kemampuan variabel-variabel E, U, H dan G dalam menjelaskan keragaman variabel I dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 38,7%. Nilai koefisien korelasi yang cukup kuat tidak

didukung oleh nilai koefisien determinasi, sehingga pengaruh indikator social capital yang telah ditentukan masih relatif kecil.

Jumlah supplier yang dikenal baik tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan petani apel. Semakin banyak supplier yang dikenal baik oleh petani apel belum tentu dapat meningkatkan petani. Sebagian besar supplier apel di Desa Poncokusumo adalah petani, petani-petani tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengusaha apel dalam jumlah yang sangat besar. Bahkan petani tersebut juga ada yang menjadi pengumpul/pengepul apel diantara petani untuk dijual ke pengusaha apel. Pengusaha tidak memerlukan supplier yang banyak untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka, yang menjadi prioritas adalah kuantitas dan kualitas apel dari para supplier.

6.4.6. Jumlah Tenaga Kerja (L)

Masalah ketenagakerjaan di Indonesia sangat besar dan kompleks, besar, karena menyangkut jutaan jiwa, dan kompleks, karena masalahnya mempengaruhi sekaligus dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berinteraksi mengikuti pola yang tidak selalu mudah untuk difahami. Faktor demografis mempengaruhi jumlah dan komposisi angkatan kerja. Penduduk Desa Poncokusumo yang menduduki usia produktif sebanyak 558.932 jiwa atau sekitar 56,63% dari jumlah total penduduk. Kondisi ini tidak diimbangi oleh pertumbuhan ekonomi yang utamanya ditopang oleh sektor informal dan industri-industri skala rumah tangga dan skala kecil.

Petani apel di Desa Poncokusumo termasuk kedalam sektor informal, skala rumah tangga dan skala kecil apabila dilihat berdasarkan jumlah tenaga kerja. Jumlah tenaga kerja dan manajemen petani apel tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan petani apel. Penambahan jumlah tenaga kerja pada usaha agribisnis tembakau tidak dapat menambah pendapatan pengusaha agribisnis tembakau.

Penambahan *Human capital* (tenaga kerja) belum tentu dapat meningkatkan pendapatan pengusaha. Hal ini sesuai dengan pernyataan Situmorang (2005), dalam Elastisitas Kesempatan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum Dan Suku Bunga Di Indonesia Tahun 1990 – 2003, bahwa “peningkatan kesempatan kerja tidak mempengaruhi output/pendapatan suatu lapangan usaha”. Lebih jauh lagi, Safrida (1994) dalam Situmorang (2005) menyatakan bahwa “respon kesempatan kerja terhadap output/pendapatan dan upah minimum bersifat inelastis, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang”.

6.4.7. *Physical Capital*/Modal Fisik (K)

Hasil dari analisis regresi terlihat jelas bahwa modal fisik berpengaruh positif ($\beta = 2,168$; sig. = 0,025) terhadap petani apel (tabel 13), artinya penambahan modal fisik dapat mempengaruhi (menambah) pendapatan petani apel.

Modal fisik merupakan faktor produksi yang harus dipenuhi oleh petani, artinya kegiatan produksi tidak akan dapat berjalan lancar tanpa adanya modal fisik, meskipun sebagian modal fisik merupakan sarana pendukung (kendaraan) tetapi sebagian besar modal fisik merupakan faktor yang sangat penting (saprotran). Akumulasi dari modal fisik secara terus menerus dapat meningkatkan petani apel.

Yang perlu dicatat, akumulasi modal fisik untuk meningkatkan pendapatan tidak terlepas dari kebutuhan modal untuk menambah jumlah modal fisik. Penambahan modal bagi petani yang memiliki akses kredit dapat dengan mudah mengembangkan usahanya, sedangkan bagi petani yang tidak memiliki akses kredit, usaha yang harus ditempuh adalah memperbesar *social capital* antara pengusaha dengan sesama pedagang, keluarga, supplier bahkan pelanggan.

6.5 Indikator *Social Capital*, *Social Capital* dan Pendapatan

Petani atau *entrepreneur* akan merasa diuntungkan apabila dalam menjalankan usahanya, faktor informasi yang bersifat asimetris dapat direduksi, selama ini pemecahan atas masalah tersebut hanya terfokus pada peningkatan sumberdaya dan manajemen perusahaan. Untuk itulah lahirlah *social capital* yang merupakan suatu konsep baru mengenai hubungan yang didasarkan atas kepercayaan dan bukan merupakan hubungan yang saling mendominasi dan bersifat otoritarianisme (Rajab, 2005).

Social capital yang berpengaruh signifikan hanyalah orang yang dapat membantu (secara finansial) hal ini karena semakin banyak orang yang membantu maka mempunyai akses kredit, mereka lebih mengandalkan keluarga atau saudara untuk menopang kondisi permodalan, untuk *social capital* yang lain tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan petani apel di Desa Poncokusumo- Malang.

Umur merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan, karena umur berpengaruh terhadap keputusan dan kemampuan aktivitas fisiknya. Umur yang termasuk kedalam golongan umur yang menyediakan tenaga kerja secara ekonomis dan bekerja aktif adalah golongan umur 15 – 64 tahun, sedangkan golongan umur yang berada dibawah 15 dan diatas 64 dikatan golongan umur yang tidak produktif (Munir dan Budiarto, 1984).

Pada penelitian yang dilakukan terhadap petani apel di Desa Poncokusumo menunjukkan golongan umur yang termasuk dalam golongan umur produktif, apabila dirata-rata umur petani antara 45 tahun. Sehingga hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Munir dan Budiarto (1984) bahwa umur mempengaruhi aktivitas fisik petani yang dapat meningkatkan pendapatan

Tingkat pendidikan yang dijalani oleh petani apel di Desa Poncokusumo, sedikit-banyak berpengaruh terhadap *social capital* yang dimiliki oleh petani. Faktor pendidikan merupakan faktor yang bersifat *learnable*, artinya pendidikan, yang menentukan pola pikir dan tingkat kedisiplinan seseorang, dapat dipelajari dan dicari baik melalui pendidikan formal maupun pendidikan informal.

Perbedaan latar belakang pendidikan, lama menjalankan usaha, umur sedikit banyak turut menentukan *social capital* dari petani tersebut. Sebagai contoh, petani yang menjalankan usahanya sepanjang tahun maka semakin banyak pula jumlah orang yang membantu dan jumlah pedagang yang dikenal dengan baik, karena intensitas pertemuan antara petani dengan supplier dan orang yang dapat membantu tersebut semakin sering, sehingga tumbuhlah hubungan yang bersifat emosional yang didasarkan atas kepercayaan yang tinggi.

Antara pendidikan, produktivitas, dan pertumbuhan ekonomi merupakan variabel yang saling berkaitan. Pendidikan merupakan sarana dan cara utama yang paling strategis bagi perkembangan sumber daya manusia. Melalui pendidikan dapat membekali seseorang berbagai

pengetahuan, keterampilan, nilai, dan sikap yang diperlukan untuk dapat bekerja secara produktif. Pekerja dengan pendidikan yang lebih tinggi akan menghasilkan barang atau jasa yang lebih banyak karena memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kecekatan yang lebih tinggi. Orang yang lebih terdidik akan mampu menghasilkan barang jasa yang lebih dihargai orang. Dengan demikian keberadaan *sumber daya manusia* ternyata lebih penting jika dibanding dengan *physical and capital*. Modal dan sumber alam merupakan faktor produksi yang sifatnya pasif dan hanya dapat berdayaguna bila telah dikelola manusia. Manusialah yang mengumpulkan modal; mengeksploitasi sumber daya alam; membangun organisasi sosial, ekonomi, dan politik; dan memajukan pertumbuhan ekonomi.

Jumlah supplier yang dikenal baik oleh petani, jumlah pedagang yang dikenal baik dan jumlah keluarga yang dikenal baik, tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan petani

Apel di Desa Poncokusumo-Malang. Menurut kacamata peneliti, memang tidak ada jaminan apabila jumlah supplier, jumlah pedagang dan jumlah keluarga yang dikenal baik dapat meningkatkan pendapatan petani apel. Sejauh ini peneliti juga belum menemukan literatur yang dapat menguatkan pendapat tersebut.

Social capital jumlah keluarga yang dikenal baik, jumlah pedagang dan jumlah supplier yang dikenal baik bukan tidak dapat dikatakan sebagai *social capital*, karena ketiga *social capital* diatas merupakan bentuk dari kerjasama. Menurut Garin Nugroho dalam belajar dengan alam, menyatakan bahwa “perusahaan perlu mendukung kegiatan sosial termasuk investasi sosial terhadap lingkungan dan konservasi, sebab, katanya, modal sosial merupakan investasi jangka panjang yang bisa bermanfaat bagi yang akan menciptakan image yang baik terhadap *corporate* yang di jalankannya. Memang modal sosial ini merupakan investasi yang tidak bisa diukur dalam jangka pendek, setidaknya hasilnya akan menjadi nyata bila berbicara 10-15 tahun kedepan”. Karena berdasarkan konsep Bordieu, *social capital* adalah segala bentuk hubungan yang sifatnya bebas, artinya tidak terdapat legalitas yang mengatur mengenai *social capital*, semua itu dikembalikan ke individu masing-masing dalam mengartikan dan mengimplementasikan *social capital* tersebut.

Menggalang kerjasama dengan berbagai pihak (*stakeholders*), dalam hal ini adalah *social capital*, dalam masyarakat adalah hal yang sangat penting. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah forum (wadah) kebersamaan para pelaku yang mempunyai keterkaitan untuk pengembangan usaha rakyat sehingga bisa saling berkomunikasi, saling memahami, membentuk jaringan, dan bekerjasama secara saling menguntungkan. Dengan adanya interaksi, komunikasi, saling belajar dan mengajar, serta saling memahami satu sama lain, maka akan terjadi pembelajaran masing-masing dan kerjasama yang saling menguntungkan. Banyak persoalan yang akhirnya dapat dipecahkan sendiri diantara para pihak yang berkaitan dengan adanya interaksi dan komunikasi yang intensif.



VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu sebagai berikut:

1. Dari identifikasi pola hubungan diketahui bahwa hubungan petani dengan petani berkaitan dengan usahatani apel dan kemasyarakatan. Hubungan petani dengan pedagang ada yang berupa kontrak usahatani (Contract Farming) dalam kegiatan pemasaran. Hubungan petani dengan agen transportasi terjalin secara insidental atau jangka pendek dan petani tidak memiliki hubungan dengan agen penjualan. Selain itu, juga terdapat petani yang mendapat bantuan modal dari agen keuangan (bank).
2. Modal Sosial yang berpengaruh terhadap pendapatan petani apel hanya, Jumlah orang yang membantu secara finansial
- 3.

7.2 Saran

Saran yang dapat diberikan setelah dilakukan penelitian yaitu :

1. Pembangunan jaringan antar petani apel di Desa Poncokusumo merupakan investasi jangka panjang yang harus segera diwujudkan. Karena jaringan-jaringan strategis seperti ini terbukti mampu meningkatkan pendapatan dan memberikan nilai tambah bagi petani, karena jaringan sosial seperti ini memberikan manfaat mutualistik bagi anggotanya.
2. Jaringan sosial dan sumber daya (hubungan antar petani dan hubungan dengan pedagang) yang menjadi elemen penting *social capital* dapat berfungsi optimal dan bermanfaat maksimal bagi petani apel di Desa Poncokusumo khususnya dan Masyarakat luas pada umumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Brata, Aloysius Gunadi. 2004. *Nilai Ekonomi Modal Sosial Pada Sektor Informasi Perkotaan* Lembaga Penelitian Universitas Atmajaya.
- Darmajanti, Linda. 2002. *Kehidupan Berorganisasi Sebagai Modal Sosial Komunitas*. Laboratorium Sosiologi Universitas Indonesia Jakarta
- El Hartsa, Adib. 2005. *Analisis Pengaruh Social Capital (Modal Sosial) terhadap Pendapatan Pengusaha Agribisnis Tembakau*. (Kasus di Kabupaten Bojonegoro). Skripsi S1. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang
- Frank, Kenneth and Yasumoto, Jefry. 1998. *Linking Action to Social Sctructure Within a System: Social Capital Within and Between Sub Groups*. Chicago. the University of Chicago.
- Fukuyama, Francis. 1999. *The Great Diruption Human Nature and Reconstitutions of Social Order*. The Free Pers. New York.
- Ghazali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gujarati, Damodar. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Alih Bahasa Sumarno Zein. Erlangga. Jakarta
- Kilpatrick, Sue. Bell, Rowena. 2000. *Support Network And Trust: How Social Capital Facilities Learning Outcomes From Small Business*. University Of Tasmania Australia.
- Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT Prenhallindo. Jakarta
- Makkutana, Bahar. *Membangun Bangsa dengan Modal*. (UNHAS) 2005. Sosial. <http://www.fajaronline.com>
- Minten, Bart. 1999. *Social Capital And The Firm: Evidence From Agriculture Trade Journals*.
- Newton, Kenneth. 1997. *Social Capital and Democracy*. Universitas of Essex. Publication. Inc
- Parasuraman, A. 1991. *Marketing Research, Second Edition*. Addison-Wesley Publishing Company. New York.
- Post, Alenjandro. 1998. *Social Capital: Its Origin And Applications In Modern Sociology*. Princeton University. New Jersey.
- Post, James E. Anne T L. James W. 2002. *Business And Society: Corporat Strategy Public Policy, Ethic, Tenth Edition*. The McGraw-Hill Companies. New York.
- Rajab, Budi. 2005. *Membicarakan Modal Sosial (1)*. Pikiran Rakyat, 22 Februari 2005.
- 2005. *Membicarakan Modal Sosial (2)*. Pikiran Rakyat, 22 Februari 2005
- Schiavone, Francesco. 2004. *Divisions of labour, Ssocial Networks Intangible*

Resources: The Italian Case Of Network Business Creation.
Paper of Conference "High Technology Small Firms".
University of Twente Enschede, The Netherlands.

Simpson, Lyn. 2005. *Community Informatics and Sustainability: Why Social Capital Matters.* The Journal of Community Informatics. Vol.1 no.2

Yulaicha. 2007. *Pola Hubungan pada Lembaga Pemasaran Apel Poncokusumo Malang (Kasus di Desa Poncokusumo Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang).* Skripsi S1. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.



Lampiran 1. Peta Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang



Lampiran 2 Hasil Analisis Regresi

1. Regression : jumlah keluarga yang dikenal baik

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
F.Jml Keluarga Dikenal Baik	4.50	1.108	34
E.Lama Pendidikan	10.88	3.150	34
U.Umur	38.21	8.090	34
H.Lama Berusaha	13.47	5.539	34
G.Jenis Kelamin	.85	.359	34

Correlations

		F.Jml Keluarga Dikenal Baik	E.Lama Pendidikan	U.Umur	H.Lama Berusaha	G.Jenis Kelamin
Pearson Correlation	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	1.000	.530	.357	.741	.571
	E.Lama Pendidikan	.530	1.000	-.220	.191	.412
	U.Umur	.357	-.220	1.000	.481	.292
	H.Lama Berusaha	.741	.191	.481	1.000	.492
	G.Jenis Kelamin	.571	.412	.292	.492	1.000
Sig. (1-tailed)	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	.	.001	.019	.000	.000
	E.Lama Pendidikan	.001	.	.105	.140	.008
	U.Umur	.019	.105	.	.002	.047
	H.Lama Berusaha	.000	.140	.002	.	.002
	G.Jenis Kelamin	.000	.008	.047	.002	.
N	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	34	34	34	34	34
	E.Lama Pendidikan	34	34	34	34	34
	U.Umur	34	34	34	34	34
	H.Lama Berusaha	34	34	34	34	34
	G.Jenis Kelamin	34	34	34	34	34

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: F.Jml Keluarga Dikenal Baik

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.733	.696	.611

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

Lanjutan Lampiran 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.678	4	7.419	19.882	.000 ^a
	Residual	10.822	29	.373		
	Total	40.500	33			

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

b. Dependent Variable: F.Jml Keluarga Dikenal Baik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.298	.737		.404	.689
	E.Lama Pendidikan	.152	.041	.433	3.724	.001
	U.Umur	.023	.017	.171	1.412	.169
	H.Lama Berusaha	.108	.024	.538	4.396	.000
	G.Jenis Kelamin	.239	.377	.078	.633	.531

a. Dependent Variable: F.Jml Keluarga Dikenal Baik

2. Regression: jumlah orang yang membantu

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
R.Jml Orang Yang Membantu	4.44	1.133	34
E.Lama Pendidikan	10.88	3.150	34
U.Umur	38.21	8.090	34
H.Lama Berusaha	13.47	5.539	34
G.Jenis Kelamin	.85	.359	34

Correlations

	R.Jml Orang Yang Membantu	E.Lama Pendidikan	U.Umur	H.Lama Berusaha	G.Jenis Kelamin	
Pearson Correlation	R.Jml Orang Yang Membantu	1.000	.219	.082	.227	.313
	E.Lama Pendidikan	.219	1.000	-.220	.191	.412
	U.Umur	.082	-.220	1.000	.481	.292
	H.Lama Berusaha	.227	.191	.481	1.000	.492
	G.Jenis Kelamin	.313	.412	.292	.492	1.000
Sig. (1-tailed)	R.Jml Orang Yang Membantu		.107	.322	.099	.036
	E.Lama Pendidikan	.107		.105	.140	.008
	U.Umur	.322	.105		.002	.047
	H.Lama Berusaha	.099	.140	.002		.002
	G.Jenis Kelamin	.036	.008	.047	.002	
N	R.Jml Orang Yang Membantu	34	34	34	34	34
	E.Lama Pendidikan	34	34	34	34	34
	U.Umur	34	34	34	34	34
	H.Lama Berusaha	34	34	34	34	34
	G.Jenis Kelamin	34	34	34	34	34



Lanjutan Lampiran 2

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: R.Jml Orang Yang Membantu

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.339 ^a	.115	-.007	1.137

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.866	4	1.216	.940	.455 ^a
	Residual	37.517	29	1.294		
	Total	42.382	33			

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

b. Dependent Variable: R.Jml Orang Yang Membantu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.190	1.372		2.324	.027
	E.Lama Pendidikan	.038	.076	.107	.504	.618
	U.Umur	-.001	.031	-.007	-.033	.974
	H.Lama Berusaha	.021	.046	.101	.452	.654
	G.Jenis Kelamin	.698	.702	.221	.994	.329

a. Dependent Variable: R.Jml Orang Yang Membantu

Lanjutan Lampiran 2

3. Regression: pedagang yang di kenal baik

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
T.Jml Pedagang Dikenal Baik	2.00	.816	34
E.Lama Pendidikan	10.88	3.150	34
U.Umur	38.21	8.090	34
H.Lama Berusaha	13.47	5.539	34
G.Jenis Kelamin	.85	.359	34

Correlations

		T.Jml Pedagang Dikenal Baik	E.Lama Pendidikan	U.Umur	H.Lama Berusaha	G.Jenis Kelamin
Pearson Correlation	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	1.000	.601	.317	.670	.516
	E.Lama Pendidikan	.601	1.000	-.220	.191	.412
	U.Umur	.317	-.220	1.000	.481	.292
	H.Lama Berusaha	.670	.191	.481	1.000	.492
	G.Jenis Kelamin	.516	.412	.292	.492	1.000
Sig. (1-tailed)	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	.	.000	.034	.000	.001
	E.Lama Pendidikan	.000	.	.105	.140	.008
	U.Umur	.034	.105	.	.002	.047
	H.Lama Berusaha	.000	.140	.002	.	.002
	G.Jenis Kelamin	.001	.008	.047	.002	.
N	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	34	34	34	34	34
	E.Lama Pendidikan	34	34	34	34	34
	U.Umur	34	34	34	34	34
	H.Lama Berusaha	34	34	34	34	34
	G.Jenis Kelamin	34	34	34	34	34

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: T.Jml Pedagang Dikenal Baik

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.714	.674	.466

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

Lanjutan Lampiran 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.702	4	3.926	18.076	.000 ^a
	Residual	6.298	29	.217		
	Total	22.000	33			

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

b. Dependent Variable: T.Jml Pedagang Dikenal Baik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.350	.562		-2.402	.023
	E.Lama Pendidikan	.147	.031	.566	4.705	.000
	U.Umur	.022	.013	.223	1.780	.086
	H.Lama Berusaha	.068	.019	.459	3.624	.001
	G.Jenis Kelamin	-.018	.288	-.008	-.064	.949

a. Dependent Variable: T.Jml Pedagang Dikenal Baik

4. Regression: jumlah pelanggan yang dikenal baik

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	2.00	.816	34
E.Lama Pendidikan	10.88	3.150	34
U.Umur	38.21	8.090	34
H.Lama Berusaha	13.47	5.539	34
G.Jenis Kelamin	.85	.359	34

Correlations

		C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	E.Lama Pendidikan	U.Umur	H.Lama Berusaha	G.Jenis Kelamin
Pearson Correlation	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	1.000	.071	.096	.181	.103
	E.Lama Pendidikan	.071	1.000	-.220	.191	.412
	U.Umur	.096	-.220	1.000	.481	.292
	H.Lama Berusaha	.181	.191	.481	1.000	.492
	G.Jenis Kelamin	.103	.412	.292	.492	1.000
Sig. (1-tailed)	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	.	.346	.294	.153	.281
	E.Lama Pendidikan	.346	.	.105	.140	.008
	U.Umur	.294	.105	.	.002	.047
	H.Lama Berusaha	.153	.140	.002	.	.002
	G.Jenis Kelamin	.281	.008	.047	.002	.
N	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	34	34	34	34	34
	E.Lama Pendidikan	34	34	34	34	34
	U.Umur	34	34	34	34	34
	H.Lama Berusaha	34	34	34	34	34
	G.Jenis Kelamin	34	34	34	34	34

Lanjutan Lampiran 2

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: C.Jml Pelanggan Dikenal Baik

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.186 ^a	.035	-.098	.856

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.765	4	.191	.261	.900 ^a
	Residual	21.235	29	.732		
	Total	22.000	33			

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

b. Dependent Variable: C.Jml Pelanggan Dikenal Baik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.429	1.033		1.384	.177
	E.Lama Pendidikan	.013	.057	.050	.225	.824
	U.Umur	.003	.023	.033	.142	.888
	H.Lama Berusaha	.023	.034	.158	.679	.502
	G.Jenis Kelamin	-.010	.528	-.005	-.019	.985

a. Dependent Variable: C.Jml Pelanggan Dikenal Baik



Lanjutan Lampiran 2

5. Regression: jumlah supplier yg dikenal baik

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
I.Jml Supplier Dikenal Baik	2.38	.888	34
E.Lama Pendidikan	10.88	3.150	34
U.Umur	38.21	8.090	34
H.Lama Berusaha	13.47	5.539	34
G.Jenis Kelamin	.85	.359	34

Correlations

		I.Jml Supplier Dikenal Baik	E.Lama Pendidikan	U.Umur	H.Lama Berusaha	G.Jenis Kelamin
Pearson Correlation	I.Jml Supplier Dikenal Baik	1.000	.482	.149	.449	.466
	E.Lama Pendidikan	.482	1.000	-.220	.191	.412
	U.Umur	.149	-.220	1.000	.481	.292
	H.Lama Berusaha	.449	.191	.481	1.000	.492
	G.Jenis Kelamin	.466	.412	.292	.492	1.000
Sig. (1-tailed)	I.Jml Supplier Dikenal Baik	.	.002	.200	.004	.003
	E.Lama Pendidikan	.002	.	.105	.140	.008
	U.Umur	.200	.105	.	.002	.047
	H.Lama Berusaha	.004	.140	.002	.	.002
	G.Jenis Kelamin	.003	.008	.047	.002	.
N	I.Jml Supplier Dikenal Baik	34	34	34	34	34
	E.Lama Pendidikan	34	34	34	34	34
	U.Umur	34	34	34	34	34
	H.Lama Berusaha	34	34	34	34	34
	G.Jenis Kelamin	34	34	34	34	34

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: I.Jml Supplier Dikenal Baik

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.302	.742

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

Lanjutan Lampiran 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.062	4	2.516	4.569	.006 ^a
	Residual	15.967	29	.551		
	Total	26.029	33			

a. Predictors: (Constant), G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha

b. Dependent Variable: I.Jml Supplier Dikenal Baik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.077	.895		.086	.932
	E.Lama Pendidikan	.106	.050	.376	2.134	.041
	U.Umur	.006	.020	.054	.293	.771
	H.Lama Berusaha	.044	.030	.272	1.466	.153
	G.Jenis Kelamin	.400	.458	.162	.872	.390

a. Dependent Variable: I.Jml Supplier Dikenal Baik



Lanjutan Lampiran 2

6. Regression: pendapatan

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
R/C Rasio	3.0271	.56147	34
L.Tenaga Kerja Dan Manajemen	11.41	2.258	34
K.Modal Fisik	2,758,205.88	426,273.335	34
F.Jml Keluarga Dikenal Baik	4.50	1.108	34
R.Jml Orang Yang Membantu	4.44	1.133	34
T.Jml Pedagang Dikenal Baik	2.00	.816	34
C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	2.00	.816	34
I.Jml Supplier Dikenal Baik	2.38	.888	34

Correlations

	R/C Rasio	L.Tenaga Kerja Dan Manajemen	K.Modal Fisik	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	R.Jml Orang Yang Membantu	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	I.Jml Supplier Dikenal Baik
Pearson Correlation	R/C Rasio	1.000	.924	.165	.901	.582	.879	.039
	L.Tenaga Kerja Dan Manajemen	.924	1.000	.103	.933	.460	.888	.066
	K.Modal Fisik	.165	.103	1.000	.143	-.313	.100	.252
	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	.901	.933	.143	1.000	.543	.905	.000
	R.Jml Orang Yang Membantu	.582	.460	-.313	.543	1.000	.557	.000
	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	.879	.888	.100	.905	.557	1.000	.045
	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	.039	.066	.252	.000	.000	.045	1.000
	I.Jml Supplier Dikenal Baik	.674	.675	.276	.570	.128	.585	.084
Sig. (1-tailed)	R/C Rasio	.	.000	.175	.000	.000	.000	.413
	L.Tenaga Kerja Dan Manajemen	.000	.	.281	.000	.003	.000	.356
	K.Modal Fisik	.175	.281	.	.211	.036	.286	.075
	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	.000	.000	.211	.	.000	.500	.000
	R.Jml Orang Yang Membantu	.000	.003	.036	.000	.	.000	.500
	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	.000	.000	.286	.000	.000	.	.399
	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	.413	.356	.075	.500	.500	.399	.
	I.Jml Supplier Dikenal Baik	.000	.000	.057	.000	.235	.000	.319
N	R/C Rasio	34	34	34	34	34	34	34
	L.Tenaga Kerja Dan Manajemen	34	34	34	34	34	34	34
	K.Modal Fisik	34	34	34	34	34	34	34
	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	34	34	34	34	34	34	34
	R.Jml Orang Yang Membantu	34	34	34	34	34	34	34
	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	34	34	34	34	34	34	34
	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	34	34	34	34	34	34	34
	I.Jml Supplier Dikenal Baik	34	34	34	34	34	34	34



Lanjutan Lampiran 2

Variables Entered/Removed

b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	I.Jml Supplier Dikenal Baik, C.Jml Pelanggan Dikenal Baik, R.Jml Orang Yang Membantu, K.Modal Fisik, F.Jml Keluarga Dikenal Baik, T.Jml Pedagang Dikenal Baik, L.Tenaga Kerja Dan Manajemen		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: R/C Rasio

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 ^a	.923	.902	.17605

a. Predictors: (Constant), I.Jml Supplier Dikenal Baik, C.Jml Pelanggan Dikenal Baik, R.Jml Orang Yang Membantu, K.Modal Fisik, F.Jml Keluarga Dikenal Baik, T.Jml Pedagang Dikenal Baik, L.Tenaga Kerja Dan Manajemen



Lanjutan Lampiran 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.597	7	1.371	44.238	.000 ^a
	Residual	.806	26	.031		
	Total	10.403	33			

a. Predictors: (Constant), I.Jml Supplier Dikenal Baik, C.Jml Pelanggan Dikenal Baik, R.Jml Orang Yang Membantu, K.Modal Fisik, F.Jml Keluarga Dikenal Baik, T.Jml Pedagang Dikenal Baik, L.Tenaga Kerja Dan Manajemen

b. Dependent Variable: R/C Rasio

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.206	.376		-.548	.588
	L.Tenaga Kerja Dan Manajemen	.161	.048	.647	3.384	.002
	K.Modal Fisik	2.184E-07	.000	.166	2.375	.025
	F.Jml Keluarga Dikenal Baik	-.017	.099	-.033	-.167	.868
	R.Jml Orang Yang Membantu	.145	.039	.293	3.677	.001
	T.Jml Pedagang Dikenal Baik	.055	.096	.081	.580	.567
	C.Jml Pelanggan Dikenal Baik	-.041	.041	-.060	-1.008	.323
	I.Jml Supplier Dikenal Baik	.083	.051	.131	1.613	.119

a. Dependent Variable: R/C Rasio



Lampiran 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

1. Regresi Model F (Keluarga)

a. Asumsi Tidak Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: F.Jml Keluarga Dikenal Baik

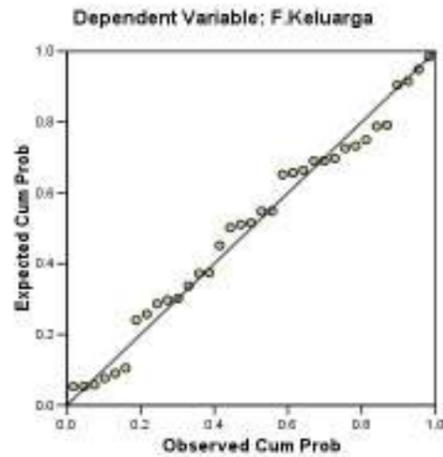
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.298	.737		.404	.689
	E.Lama Pendid	.152	.041	.433	3.724	.001
	U.Umur	.023	.017	.171	1.412	.169
	H.Lama Berusa	.108	.024	.538	4.396	.000
	G.Jenis Kelam	.239	.377	.078	.633	.531

^a Dependent Variable: F.Jml Keluarga Dikenal Baik

b. Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lanjutan Lampiran 3

2. Model R (Jumlah Orang Yang Dapat Membantu)

a. Asumsi Tidak Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama Berusaha ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: R.Jml Orang Yang Membantu

Coefficients

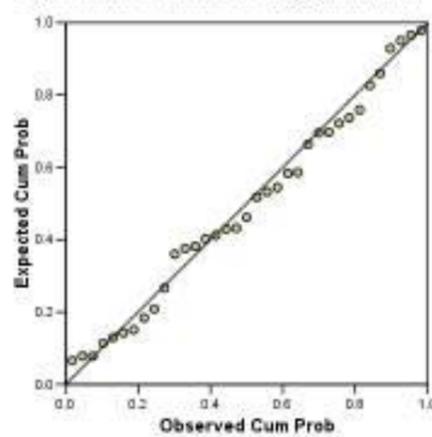
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.190	1.372			2.324	.027
	E.Lama Pend	.038	.076	.107		.504	.618
	U.Umur	-.001	.031	-.007		-.033	.974
	H.Lama Berus	.021	.046	.101		.452	.654
	G.Jenis Kelan	.698	.702	.221		.994	.329

a. Dependent Variable: R.Jml Orang Yang Membantu

b. Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: R.Orang yg membantu



Lanjutan Lampiran 3

3. Model T (Jumlah Pedagang Yang Dikenal Baik)

a. Asumsi Tidak Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	G.Jenis Kelamin, U.Umur, E.Lama Pendidikan, H.Lama ^a Berusaha ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: T.Jml Pedagang Dikenal Baik

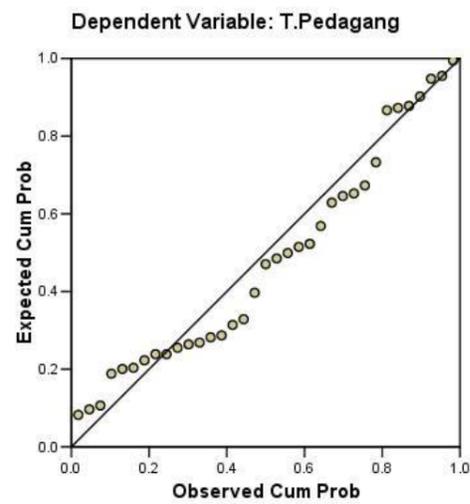
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.396	23.202		.103	.918
	LN(Pendidikan)	.370	1.151	.074	.322	.750
	LN(Umur)	-4.055	6.172	-.150	-.657	.516
	LN(Lama)	4.472	3.179	.305	1.407	.170
	D.Kontinuitas usaha	1.338	1.288	.197	1.038	.307

a. Dependent Variable: Ln(Residual) Model T

b. Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lanjutan Lampiran 3

4. Model C (Jumlah Pelanggan Yang Dikenal Baik)

a. Asumsi Tidak Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	D.Kontinuitas usaha, LN(Umur), LN(Lama), LN(Pendidikan) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Ln(Residual) Model C

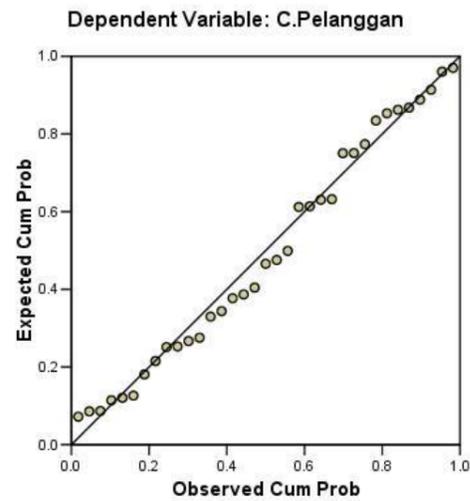
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.506	20.969		.692	.494
	LN(Pendidikan)	-1.121	1.040	-.255	-1.078	.290
	LN(Umur)	-3.825	5.579	-.160	-.686	.498
	LN(Lama)	.560	2.873	.043	.195	.847
	D.Kontinuitas usaha	.624	1.164	.104	.536	.596

a. Dependent Variable: Ln(Residual) Model C

b. Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lanjutan Lampiran 3

5. Model I (Jumlah Supplier Yang Dikenal Baik)

a. Asumsi Tidak Multikolinieritas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	D.Kontinuitas usaha, LN(Umur), LN(Lama), LN(Pendidikan) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Ln(Residual) Model I

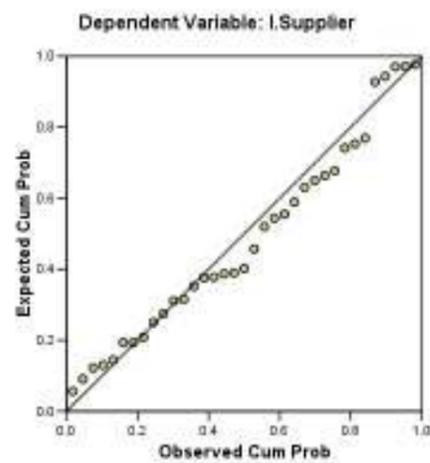
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.426	14.840		-.298	.768
	LN(Pendidikan)	-.766	.736	-.236	-1.041	.306
	LN(Umur)	3.584	3.948	.203	.908	.371
	LN(Lama)	-3.490	2.034	-.365	-1.716	.096
	D.Kontinuitas usaha	.253	.824	.057	.307	.761

a. Dependent Variable: Ln(Residual) Model I

b. Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lanjutan Lampiran 3

6. Model Y (Pendapatan)

a. Asumsi Tidak Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Ln(Supplier), Ln(Keluarga), Ln(Tenaga Kerja), Ln(Orang), Ln(Pedagang), Ln(Pelanggan), Ln(Modal Fisik)		Enter

a. All requested variables entered.

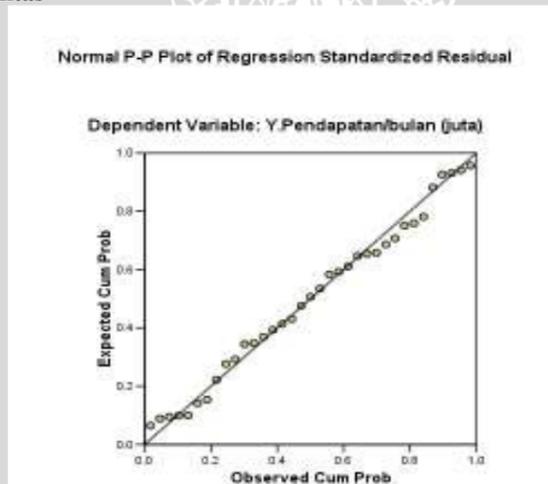
b. Dependent Variable: Ln(Residual) Model Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.062	5.841		.353	.727
	Ln(TenagaKerja)	.595	.790	.163	.753	.458
	Ln(Modal Fisik)	-.277	.827	-.083	-.335	.740
	Ln(Keluarga)	-3.202	3.552	-.187	-.901	.375
	Ln(Orang)	.118	1.059	.025	.112	.912
	Ln(Pedagang)	1.596	1.323	.278	1.206	.238
	Ln(Pelanggan)	-2.001	1.327	-.357	-1.508	.143
	Ln(Supplier)	-.507	1.542	-.083	-.329	.745

a. Dependent Variable: Ln(Residual) Model Y

b. Asumsi Normalitas



Lampiran 4 Hasil Analisis Uji Beda Rata - rata

T-Test

Group Statistics

Petani		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Biaya Tenaga Kerja	Bukan Langganan	23	3,576,130.43	802,669.654	167,368.193
	Langganan	11	3,494,909.09	326,503.738	98,444.581

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Biaya Tenaga Kerja	Equal variances assumed	9.978	.003	.321	32	.750	81,221.34	252,987.576	-434097.48	596,540.172
	Equal variances not assumed			.418	31.548	.679	81,221.34	194,173.756	-314519.84	476,962.527

T-Test

Group Statistics

Petani		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Biaya Pupuk	Bukan Langganan	23	2,215,304.3478	236,556.43854	49,325.42717
	Langganan	11	2,138,909.0909	146,519.93349	44,177.42215

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Biaya Pupuk	Equal variances assumed	3.114	.087	.980	32	.334	76,395.2569	77,921.08326	-82324.796	235,115.30957
	Equal variances not assumed			1.154	29.579	.258	76,395.2569	66,216.63231	-58917.919	211,708.43326

T-Test

Group Statistics

Petani		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Biaya Pestisida	Bukan Langganan	23	112,826.0870	30,228.90275	6,303.16194
	Langganan	11	141,454.5455	23,273.86361	7,017.33391

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Biaya Pestisida	Equal variances assumed	1.552	.222	-2.765	32	.009	-28,628.4585	10,352.48984	-49715.790	-7541.1268
	Equal variances not assumed			-3.035	25.192	.006	-28,628.4585	9,432.54079	-48047.642	-9209.2754

T-Test

Group Statistics

Petani		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Solar dan Mitani	Bukan Langganan	23	779,521.7391	83,067.26166	17,320.72139
	Langganan	11	697,727.2727	139,127.34520	41,948.47292

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Solar dan Mitani	Equal variances assumed	2.060	.161	2.148	32	.039	81,794.4664	38,084.23242	4,219.42353	159,369.50928
	Equal variances not assumed			1.802	13.522	.094	81,794.4664	45,383.71701	15,867.85559	179,456.78839



Lanjutan Lampiran 4

T-Test

Group Statistics

		Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Biaya Variabel	Bukan Langganan		23	6,683,782.6087	848,265.12561	176,875.50563
	Langganan		11	6,473,000.0000	394,782.21844	119,031.31750

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Biaya Variabel	Equal variances assumed	11.676	.002	-.780	32	.441	210,782.6087	270,232.70902	-339683.41	761,228.62420
	Equal variances not assumed			.989	32.000	.330	210,782.6087	213,198.02775	-223487.61	645,052.82918

T-Test

Group Statistics

		Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Sewa Lahan	Bukan Langganan		23	2,630,000.0000	422,012.27901	87,995.64308
	Langganan		11	2,712,545.4545	442,202.52456	133,329.07776

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Sewa Lahan	Equal variances assumed	.027	.871	-.526	32	.603	-82,545.4545	157,055.42560	-402456.89	237,365.97863
	Equal variances not assumed			-.517	18.973	.611	-82,545.4545	159,749.41683	-416937.31	251,846.39995

T-Test

Group Statistics

		Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Penyusutan Alat	Bukan Langganan		23	103,000.0000	39,927.20649	8,325.39807
	Langganan		11	98,363.6364	30,829.44283	9,295.42676

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Penyusutan Alat	Equal variances assumed	.152	.699	.339	32	.737	4,636.3636	13,682.24659	-23233.461	32,506.18793
	Equal variances not assumed			.372	25.129	.713	4,636.3636	12,478.67027	-21057.276	30,330.00351

T-Test

Group Statistics

		Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Biaya Tetap	Bukan Langganan		23	2,733,000.0000	426,840.18725	89,002.33154
	Langganan		11	2,810,909.0909	440,793.93248	132,904.37126

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Biaya Tetap	Equal variances assumed	.058	.811	-.493	32	.626	-77,909.0909	158,091.14192	-399930.21	244112.0274
	Equal variances not assumed			-.487	19.223	.632	-77,909.0909	159,953.07725	-412431.98	256613.7985

Lanjutan Lampiran 4

T-Test

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Produksi	Equal variances assumed	1.058	.311	-14.015	32	.000	-1,711.0040	122.08334	-1959.6796	-1462.3283
	Equal variances not assumed			-12.882	16.216	.000	-1,711.0040	132.82441	-1992.2743	-1429.7336

T-Test

Group Statistics

	Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Biaya Total	Bukan Langganan	23	9,416,782.6087	968,693.02561	201,986.45864
	Langganan	11	9,283,909.0909	507,971.74223	153,159.24301

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Biaya Total	Equal variances assumed	11.236	.002	4.25	32	.043	132,873.5178	312,303.27799	-503267.44	769,014.47800
	Equal variances not assumed			5.24	31.594	.004	132,873.5178	253,488.23087	-383725.68	649,472.71440

T-Test

Group Statistics

	Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Penerimaan Total	Bukan Langganan	23	30,145,076.0870	4,033,198.80903	840,980.08644
	Langganan	11	24,006,022.7273	1,733,365.31224	522,629.30594

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Penerimaan Total	Equal variances assumed	5.994	.020	4.810	32	.000	139,053.3597	1,276,354.33831	539204.64991	738,902.06946
	Equal variances not assumed			6.200	31.830	.000	139,053.3597	990,145.89693	121769.10560	156,337.61377

T-Test

Group Statistics

	Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pendapatan	Bukan Langganan	23	20,728,293.4783	4,160,438.50989	867,511.39811
	Langganan	11	14,722,113.6364	1,862,667.42658	561,615.36029

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					% Confidence Interval of Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Pendapatan	Equal variances assumed	6.260	.018	4.547	32	.000	5,179.8419	958.21241	476.01371	5,883.67008
	Equal variances not assumed			5.812	31.956	.000	5,179.8419	434.97075	028.43718	1,331.24662



Lanjutan Lampiran 4

T-Test

Group Statistics

	Petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
R/C Rasio	Bukan Langganan	23	3.2344	.55313	.11534
	Langganan	11	2.5936	.24836	.07488

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
R/C Rasio	Equal variances assumed	8.122	.008	3.648	32	.001	.6408	.17566	.28297	.99860
	Equal variances not assumed			4.660	31.962	.000	.6408	.13751	.36067	.92090



Lampiran 5. Kegiatan Penjualan Apel Poncokusumo Kepada Pedagang Berdasarkan Hasil Panen Petani

No.	Nama Petani	Luas Lahan (m ²)	Waktu Panen	Jumlah Panen (kg)	Dijual Kepada:
1.	Sugeng Wahyudi	2000	Jan '08	2800	Murdoyo
		3500	Feb '08	4900	
		5000	Maret '08	7000	
2.	Suroso Budi	1000	Mei '08	1400	Sulistiowati
		1000	April '08	1400	
		3000	Mei '08	4200	
		3000	Maret '08	4200	
3.	Subi	150	April '08	210	Mujeki
4.	Karto Yuwono	9000	Jan '08	12600	Murdoyo
		600	Maret '08	840	
		500	Mei '08	700	
5.	Ketut Saeko M.	900	Mei '08	1260	Puriami
		3500	April '08	4900	
		2000	Jan '08	2800	
6.	Huda	900	Feb '08	1260	Riyani
		600	Feb '08	840	
		1000	Jan '08	1400	
7.	M. Irwan	8000	Maret '08	11200	Warno
		180000	April '08	151460	Atik Amrona
				50000	Sulistiowati
				50000	Sunariyah
		3500	Mei '08	4900	Warno
8.	Pur Edi	2500	April '08	3500	Suparti
		5000	Mei '08	7000	
		300	Maret '08	420	
		1000	Jan '08	1400	



Lampiran 5. Kegiatan Penjualan Apel Poncokusumo Kepada Pedagang Berdasarkan Hasil Panen Petani (Lanjutan)

No.	Nama Petani	Luas Lahan (m ²)	Waktu Panen	Jumlah Panen (kg)	Dijual Kepada:
9.	Ardi Yanto	5000	Mei '08	7000	Warno
		2500	Jan '08	3500	
10.	Mudiharto	6000	Feb '08	8400	Puriami
		4000	Maret '08	5600	
11.	Supardi	2500	April '08	3500	Murdoyo
		5000	Mei '08	7000	
12.	Hartono	10000	Maret '08	14000	Mujeki
		5000	Jan '08	7000	
		5000	Feb '08	7000	
13.	Timbul	7000	April '08	9800	Siti Asri
		7500	Mei '08	10500	
		1000	Jan '08	14000	
14.	Solikhin	450	Mei '08	630	Suparti
		200	Mei '08	280	
15.	Suwoku	500	Mei '08	700	Warno
		2500	Mei '08	3500	
		5000	Maret '08	7000	

