



**ANALISIS KELEMBAGAAN KELOMPOK TANI TERHADAP
TATANIAGA BUAH NAGA (*Hylocereus Undatus*)
(Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan
Bangorejo Kabupaten Banyuwangi)**

SKRIPSI

Oleh :
Titin Zunia Putri
130810101033

**ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2017



**ANALISIS KELEMBAGAAN KELOMPOK TANI TERHADAP
TATANIAGA BUAH NAGA (*Hylocereus Undatus*)
(Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan
Bangorejo Kabupaten Banyuwangi)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan (S1) dan memperoleh gelas Sarjana Ekonomi

Oleh :
Titin Zunia Putri
130810101033

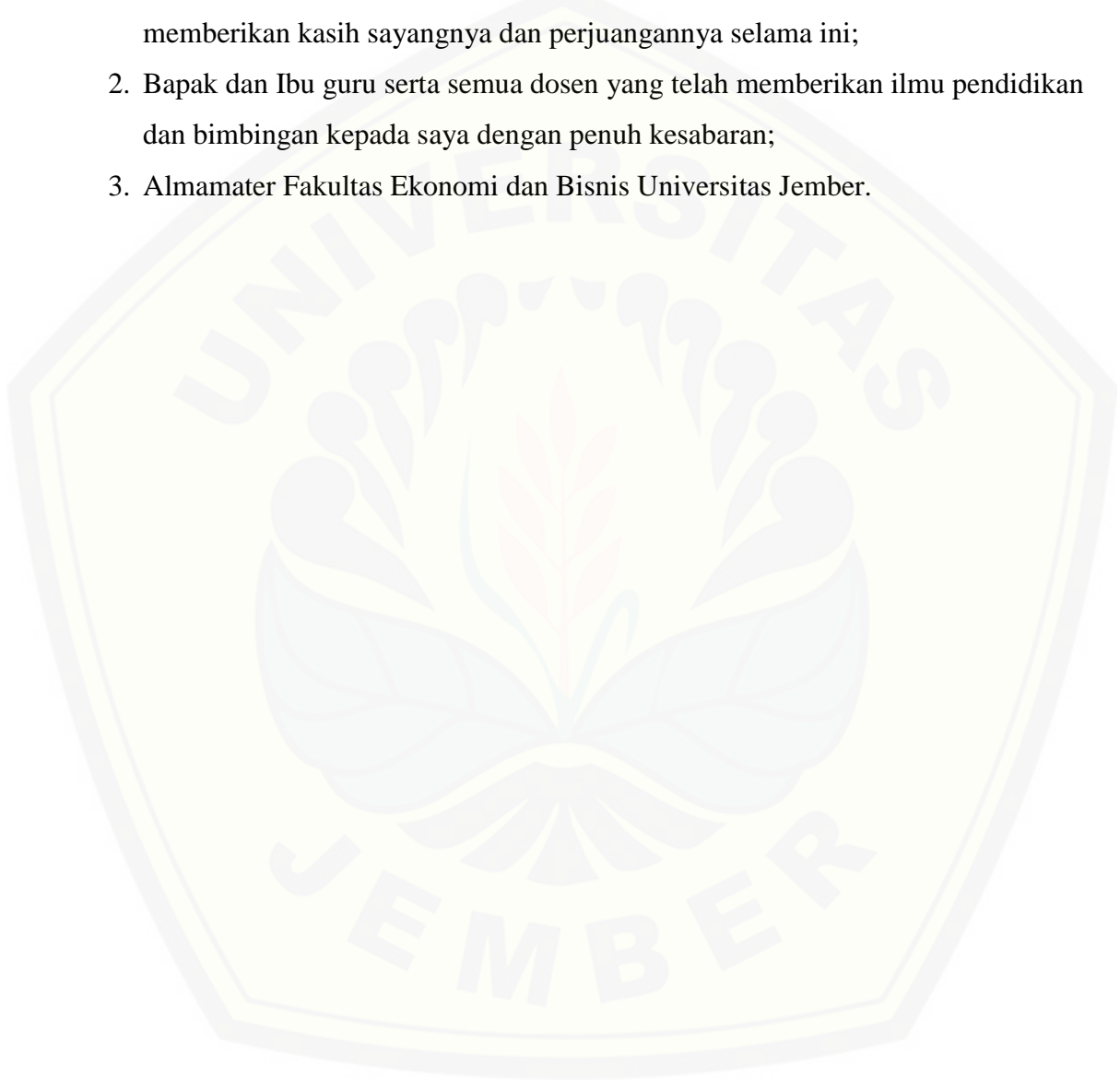
**ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2017

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sahudi dan Ibu Rumini tercinta, yang telah memberikan kasih sayangnya dan perjuangannya selama ini;
2. Bapak dan Ibu guru serta semua dosen yang telah memberikan ilmu pendidikan dan bimbingan kepada saya dengan penuh kesabaran;
3. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.



MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra'd : 11)

Ilmu tanpa agama adalah lumpuh, agama tanpa ilmu adalah buta.

(Albert Einstein)

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah ketakutan dan kebingungan. Teman yang paling setia hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.

(Andrew Jackson)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Titin Zunia Putri

NIM : 130810101033

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: “Analisis Kelembagaan Kelompok Tani Terhadap Tataniaga Buah Naga (*Hylosereus Undatus*) (Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari ada pernyataan yang tidak benar.

Jember, 18 Agustus 2017

Yang menyatakan,

Titin Zunia Putri

130810101033

SKRIPSI

**ANALISIS KELEMBAGAAN KELOMPOK TANI TERHADAP
TATANIAGA BUAH NAGA (*Hylocereus Undatus*)
(Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan
Bangorejo Kabupaten Banyuwangi)**

Oleh:

Titin Zunia Putri

130810101033

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Rafael Purতোমো S, M.Si

Dosen pembimbing pendamping : Dr. Sebastiana Viphindrartin M.Kes

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Kelembagaan Kelompok Tani Terhadap
Tataniaga Buah Naga (*Hylocereus Undatus*)
(Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa
Sambirejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi)

Nama Mahasiswa : Titin Zunia Putri
NIM : 130810101033
Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Konsentrasi : Agribisnis
Tanggal Persetujuan : 18 Agustus 2017

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rafael Purতোমো S, M.Si
NIP. 195810241988031001

Dr. Sebastiana Viphindartin M.Kes
NIP. 196411081989022001

Ketua Jurusan,

Dr. Sebastiana Viphindartin M.Kes
NIP. 196411081989022001

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**ANALISIS KELEMBAGAAN KELOMPOK TANI TERHADAP TATANIAGA
BUAH NAGA (*Hylocereus Undatus*)
(Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan
Bangorejo Kabupaten Banyuwangi)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Titin Zunia Putri
NIM : 130810101033
Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal: 22 September 2017

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Dr. Riniati, M.P (.....)
NIP. 196004301986032001
2. Sekretaris : Drs. Agus Luthfi, M.Si (.....)
NIP. 196505221990021001
3. Anggota : Dr. Siswoyo Hari Santosa, S.E., M.Si (.....)
NIP. 196807151993031001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan,

Foto 4 x 6

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak.
NIP. 197107271995121001

Analisis Kelembagaan Kelompok Tani Terhadap Tataniaga Buah Naga

(Hylocereus Undatus)

(Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan

Bangorejo Kabupaten Banyuwangi)

Titin Zunia Putri

Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Jember

ABSTRAK

Kelembagaan kelompok tani merupakan sebuah wadah komunikasi antar petani yang memiliki tujuan yang sama dan aturan yang disepakati dalam mengelola dan meningkatkan suatu kegiatan di bidang pertanian menjadi lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja dan peran kelembagaan kelompok tani Berkah Naga dalam kegiatan tataniaga buah naga di Desa Sambirejo Kecamatan bangorejo Kabupaten Banyuwangi. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif yang secara umum digunakan untuk mengetahui efektivitas kinerja dan peran kelembagaan dalam sebuah kegiatan tataniaga buah naga. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan perhitungannya melalui Microsoft Excel menunjukkan bahwa kinerja kelompok tani Berkah Naga dalam 6 kategori dan perbandingan antara biaya variabel, biaya tetap, manfaat sosial dan manfaat finansial cukup efektif serta peran kelembagaan kelompok tani Berkah Naga dari sisi kegiatan produksi dan tataniaga memiliki pengaruh yang sangat besar dan menguntungkan bagi para anggota kelompok tani.

Kata Kunci : Kelembagaan, Kelompok Tani, Biaya, Manfaat, Produksi dan
Tataniaga

Analysis Institutional On Farmers Group To Commerce Of Dragon Fruit

(Hylocereus Undatus)

(Case Study of Farmers Group of Berkah Naga in Sambirejo Village, Bangorejo

Subdistrict, Banyuwangi District)

Titin Zunia Putri

*Department of Economics and Development Studies, Faculty of Economics and
Business, University of Jember*

ABSTRACT

The farmer group institution is a communication forum between farmers who have the same goals and agreed rules in managing and improving an activity in the field of agriculture for the better. This study aims to determine the performance and institutional role of farmer groups in the dragon berkah dragons dragon fruit activities in the Village Sambirejo District Bangorejo Banyuwangi. The analytical method used is descriptive qualitative analysis which is generally used to know the effectiveness of performance and institutional role in a dragon fruit trading activities. Based on the results of descriptive analysis and its calculation through Microsoft Excel shows that the performance of farmers group of Berkah Naga in 6 categories and the comparison between variable cost, fixed cost, social benefit and financial benefit is quite effective and institutional role of farmer group of dragon blessing from production and management side have influence which is very large and profitable for the members of farmer groups.

Keywords: *Institutional, Farmer Group, Cost, Benefit, Production and
Commerce*

RINGKASAN

Analisis Kelembagaan Kelompok Tani Terhadap Tataniaga Buah Naga (*Hylocereus Undatus*) Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi; Titin Zunia Putri, 130810101033; 2017: 100 halaman; Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.

Pembangunan sektor pertanian merupakan kegiatan yang dapat mempengaruhi perubahan perkembangan suatu negara. Kawasan pertanian yang memiliki skala sangat luas tidak dapat berkembang hanya dengan satu pengawasan. Oleh karena itu penting adanya suatu kelembagaan yaitu kelembagaan kelompok tani. Kegiatan pertanian dapat menguntungkan apabila memiliki sumber daya manusia yang mampu mengubah perilaku dalam pertanian. Kelompok tani Berkah Naga mampu mengelola lahan pertanian dengan budidaya buah naga. Desa Sambirejo merupakan sebuah Desa yang dapat menjadi pilihan untuk budidaya buah naga.

Budidaya buah naga yang dilakukan oleh kelompok tani Berkah Naga dengan lahan seluas 19,25 ha dan jumlah pohon mencapai 30.800 pohon. Setiap anggota memiliki keuntungan yang berbeda sesuai dengan luas lahan yang dimilikinya. Dalam kegiatan budidaya, kelompok tani Berkah Naga menyediakan benih, tiang panjatan, pupuk organik, dll. Kelompok tani tersebut tidak hanya berhenti dalam kegiatan budidaya tetapi hingga pemasarannya. Pemasaran buah naga yang dilakukan oleh kelompok tani Berkah Naga yaitu di daerah Surabaya dan Jakarta yang masing-masing memiliki perbedaan biaya.

Kegiatan budidaya yang ditekuni kelompok tani tersebut mengeluarkan biaya sebesar Rp.659.672.500,00 dalam 19,25 ha dengan keuntungan finansialnya sebesar Rp.1.303.827.500,00. Bukan hanya biaya dan manfaat finansial saja tetapi terdapat biaya dan manfaat sosial yang diperoleh anggota kelompok dalam mengikuti kelompok tani tersebut, diantaranya seperti informasi, pengetahuan dan pengalaman tentang perilaku yang baik dalam pertanian, manfaat dari sekolah lapang maupun penyuluhan-penyuluhan yang diperoleh dari lembaga pertanian maupun penyuluh-penyuluh lainnya yang dapat memberikan perubahan dalam kegiatan budidaya dan pemasaran buah naga. Dari sisi pemasaran buah naga,

kelompok tani memiliki dua tujuan yaitu tujuan pasar Surabaya yaitu Carefour dan pasara Kramatjati Jakarta. Penjualan buah naga di Surabaya memperoleh margin Rp.2000/Kg, hasil produksi sebesar 42% atau 48125Kg dari keseluruhan produksi yaitu 115.500Kg telah dijual ke Surabaya dengan harga Rp.19.000/Kg, biaya pemasarannya Rp.969/Kg dan keuntungannya Rp.1.031/Kg. Sedangkan 58% dari hasil produksi buah naga dikirim kepasar tujuan Jakarta dengan harga Rp.21.000/Kg, biaya Rp.1.269/Kg dan memperoleh keuntungan Rp.2.731/Kg sehingga margin yang diperoleh lembaga sebesar Rp.4000/Kg dari harga petani Rp.17.000/Kg.

Kinerja kelompok tani sesuai hasil penelitian memberikan gambaran yang cukup efektif dalam melakukan kegiatan budidaya hingga pemasaran sampai saat ini. Dukungan anggota dan kerjasama yang baik dengan pengurus telah menghasilkan usaha yang menguntungkan. Dengan kinerja yang cukup efektif maka peran kelompok tani sangat dibutuhkan dalam pembangunan di sektor pertanian. Sehingga dengan kawasan sektor pertanian yang luas pemerintah tidak dapat maksimal dalam memberikan perhatiannya disetiap kondisi pertanian Indonesia. Sehingga sangat penting adanya sebuah lembaga kelompok tani yang mampu memberikan perhatian terhadap petani dalam skala kecil, artinya peranan kelompok tani Berkah Naga di Desa Sambirejo memberikan perubahan serta menciptakan keuntungan terhadap masyarakat setempat dengan bergabung dalam kegiatan budidaya buah naga.

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas segala rahmat, hidayah dan ridho Allah SWT serta sholawat dan salam yang tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “Analisis Kelembagaan Kelompok Tani Terhadap Tataniaga Buah Naga (*Hylocereus Undatus*) Studi Kasus Kelompok Tani Berkah Naga Di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi” dengan baik. Tidak lupa kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bidikmisi atas kesempatannya sehingga saya biasa memperoleh pendidikan di bangku perkuliahan;
2. Bapak Dr.Rafael Purtomo Somaji, M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan Dr. Sebastiana Viphindrartin, M.Kes selaku pembimbing 2 serta selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan kepada saya selama ini;
3. Bapak Dr.Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
4. Bapak Dr.Siswoyo Hari Santosa, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis;
5. Kedua orang tua saya Bapak Sahudi dan Ibu Rumini atas segala doa, perhatian, kasih sayang dan dukungannya serta perjuangannya maupun kerja kerasnya dalam menaruh harapan dan cita-citanya untuk saya selama ini;
6. Kedua kaka saya Ifanudin dan Hadi Masrukin atas segala kasih sayangnya, doa dan motifasinya untuk saya;
7. M. Aris Syaikhoni yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, waktu, bimbingan dan segalanya kepada saya;

8. Hadonism hado Indah Lailatur Rohmah dan Anindhita RCD atas semuanya keindahan dalam persaudaraan yang hadir untuk saya;
9. Sahabat Riza Khoirum, Rinda Hilda N, S.E, Siti Fatimah atas doa dan dukungannya kepada saya;
10. Semua rekan saya, saudara, sahabat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah mendoakan dan mendukung saya.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PEMBIMBING	vi
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRAK.....	x
RINGKASAN/SAMPUL	xi
PRAKATA.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Kelembagaan.....	9
2.1.2 Teori Tataniaga	15
2.1.3 Teori Pemasaran	17
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	28

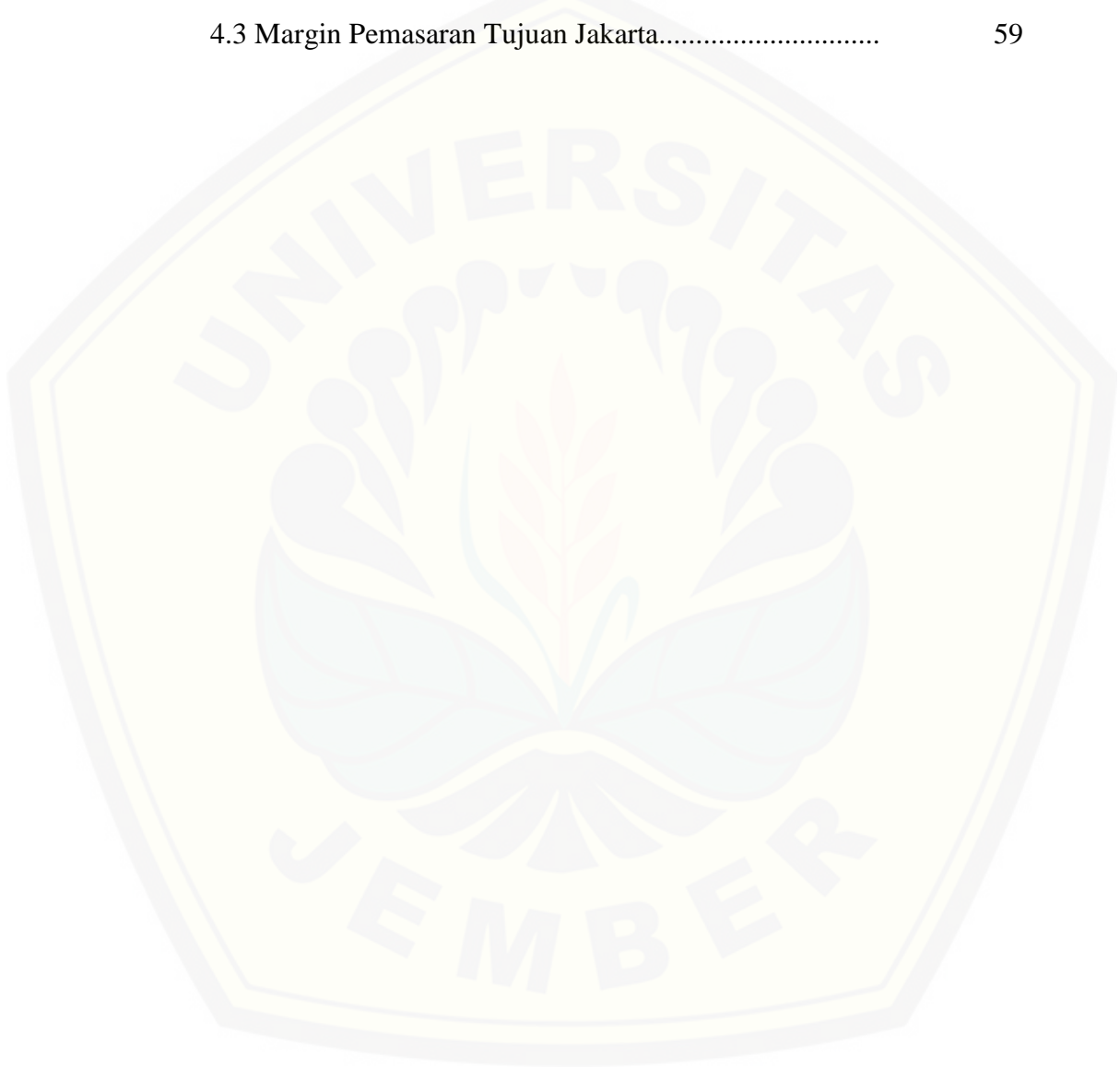
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.1.1 Jenis Penelitian	28
3.1.2 Unit Analisis	28
3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.1.4 Populasi	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Metode Analisis Data	29
3.4.1 Parameter-Parameter <i>Skala Linkert</i>	31
3.4.2 Konsep Biaya Transaksi	34
3.5 Definisi Operasional	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Keadaan Geografis Daerah Penelitian	36
4.1.1 Letak dan Batas Wilayah	36
4.1.2 Kondisi Sosial	37
4.2 Hasil Analisis Data	41
a. Paratameter Pendukung Kinerja	41
b. Analisis Biaya Transaksi	46
4.3 Pembahasan	62
4.3.1 Kinerja Kelembagaan	62
4.3.2 Peran Kelembagaan	64
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Areal Dan Produksi Buah Naga Banyuwangi	5
2.1 Penelitian Terdahulu	21
3.1 Skala Skor Efektivitas Kinerja Kelembagaan	31
4.1 Batas-Batas Wilayah Desa Sambirejo	36
4.2 Luas Wilayah Desa Sambirejo Berdasarkan Penggunaan.....	36
4.3 Jumlah Penduduk Menurut Golongan Umur	37
4.4 Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	38
4.5 Penduduk Menurut Mata Pencarian	38
4.6 Prasarana Irigasi Desa Sambirejo.....	39
4.7 Luas Dan Hasil Produksi Tanaman Holtikultural	40
4.8 Luas Lahan Dan Produksi Tanaman Palawija.....	40
4.9 Syarat Masuk Anggota	41
4.10 Kepastian Jual Hasil Panen	42
4.11 Pendampingan Atau Sekolah Lapang	42
4.12 Penyediaan Pasar Input	44
4.13 Pinjaman Modal Oleh LKT.....	45
4.14 Fasilitas Sarana Pengangkutan Hasil Produksi	46
4.15 Biaya Sosial Anggota Kelompok Tani.....	47
4.16 Biaya Finansial Anggota Kelompok Tani	48
4.17 Manfaat Sosial Informasi Pengobatan.....	50
4.18 Manfaat Sosial Informasi Pemupukan	50
4.19 Manfaat Sosial Informasi Harga Saprodi	51
4.20 Manfaat Sosial Informasi Harga Jual	52
4.21 Perbandingan Total Revenue Dan Biaya	53
4.22 Hasil Produktivitas Dan Produksi Buah Naga	54
4.23 Harga Bahan Baku	55
4.24 Satuan Biaya Pemasaran Buah Naga	60
4.25 Analisis Biaya Pemasaran	60
4.26 Keuntungan Tataniaga.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
4.1 saluran pemasaran buah naga.....	56
4.2 Margin Pemasaran Tujuan Surabaya.....	57
4.3 Margin Pemasaran Tujuan Jakarta.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Skor Efektivitas Kelembagaan	74
B. Demografi Dan Tipe Produksi	76
C. Biaya Bibit	77
D. Biaya Pengairan Ulu-Ulu.....	78
E. Biaya Tetap	79
F. Biaya Tiang	80
G. Biaya Pengolahan, Penanaman Lahan Dan Bibit	81
H. Biaya Pemangkasan, Pengikatan Dan Pemupukan.....	83
I. Biata Tenaga Kerja Pemetikan 5.1 Kesimpulan.....	85
J. Total Biaya Tenaga Kerja	86
K. Biaya Pupuk.....	88
L. Total Biaya Obat-Obatan	90
M. Biaya Variabel.....	92
N. Total Biaya	94
O. Manfaat Sosial	95
P. Hasil Produktivitas Produksi	96
Q. Pendapatan Penjualan Harga Petani	97
R. Biaya Pemasaran	99
S. Keuntungan	100

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian dari mayoritas penduduknya. Sektor pertanian adalah salah satu sektor yang selama ini masih diandalkan oleh negara Indonesia karena sektor ini mampu memberikan pemulihan dalam mengatasi krisis yang sedang terjadi. Selain itu, sektor pertanian sebagai salah satu sektor penting dan mempunyai potensi besar untuk berperan sebagai pemicu pemulihan ekonomi nasional (Dillon, 2004).

Sektor pertanian merupakan sektor yang mempunyai peranan strategis dalam pembangunan perekonomian nasional. Peran pertanian yang merupakan dasar bagi kelangsungan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan diharapkan mampu memberikan pemecahan permasalahan bagi bangsa Indonesia, karena sektor pertanian mempunyai empat fungsi yang sangat fundamental bagi pembangunan suatu bangsa, yaitu mencukupi kebutuhan pangan dalam negeri, penyediaan lapangan kerja dan berusaha, penyediaan bahan baku untuk industri, dan sebagai penghasil devisa bagi negara (Hotmaida, 2010).

Pertanian merupakan sektor primer dalam perekonomian Indonesia. Artinya pertanian merupakan sektor utama yang berperan nyata dalam penyerapan tenaga kerja, penyumbang devisa negara dan Produk Domestik Bruto (PDB), serta sebagai penyedia kebutuhan pokok. Selain itu, kegiatan pertanian memiliki pengaruh dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia sehingga kegiatan pertanian tidak dapat diabaikan karena kegiatan pertanian berpengaruh terhadap tumbuh kembangnya setiap negara. Mengingat negara Indonesia merupakan negara yang subur akan tanah, kaya akan sumber daya alam, sehingga berpotensi tinggi dalam mengembangkan usaha pertanian. Oleh karena itu perlu diadakannya pembangunan di dalam sektor pertanian sehingga dapat bersaing di pasar dalam negeri maupun di luar negeri.

Upaya meningkatkan daya saing petani salah satunya adalah pengembangan kelembagaan pertanian, pemberdayaan, pemantapan dan

peningkatan kemampuan kelompok-kelompok petani kecil (Kartasasmita, 1997 : 31-32).

Kegiatan ekonomi yang berbasis pada tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan yang sangat penting (strategis) di Indonesia. Disamping melibatkan tenaga kerja terbesar dalam kegiatan produksi, produknya juga merupakan bahan pangan pokok dalam konsumsi pangan di Indonesia. Dilihat dari sisi bisnis, kegiatan ekonomi yang berbasis tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan bisnis terbesar dan tersebar luas di Indonesia. Perannya sebagai penghasil bahan pangan dan pokok, menyebabkan setiap orang dari 200 juta penduduk Indonesia terlibat setiap hari dalam kegiatan ekonomi tanaman pangan dan hortikultura (Saragih, 2001).

Komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan memiliki prospek dalam sektor pertanian. Pengembangan buah-buahan berpola agribisnis dan agroindustri sangat cerah karena permintaan terhadap komoditas tersebut cenderung naik, baik di pasar dalam maupun luar negeri. Potensi sumber daya alam di dalam negeri masih memeberikan peluang untuk meningkatkan produksi aneka jenis buah-buahan (Ariyantoro, 2006).

Pengembangan komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan dapat dirancang sebagai salah satu sumber pertumbuhan baru dalam perekonomian nasional. Perkembangan agribisnis buah-buahan akan memberi nilai tambah bagi produsen (petani) dan industri pengguna serta dapat memperbaiki keseimbangan gizi bagi konsumen. Potensi pengembangan tanaman buah-buahan di Indonesia didukung oleh banyak faktor (Rukmana, 2003).

Tanaman buah naga (*dragon fruit*) yang awalnya dikenal sebagai tanaman hias ini sudah cukup lama dikenal masyarakat Taiwan, Vietnam, maupun Thailand. Terlebih saat diketahui bahwa buahnya dapat dikonsumsi, semakin banyak yang mengenalnya. Bagi masyarakat di negara tersebut, usaha budidaya tanaman buah naga terus dilakukan karena sangat menguntungkan (Kristanto, 2008).

Prospek buah naga di pasar domestik cukup baik karena penggemarnya berangsur-angsur meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin

membanjirnya buah naga di supermarket atau pasar swalayan di beberapa kota di Indonesia. Buah naga (*Inggris: Pitaya*) adalah buah dari beberapa jenis kaktus dari marga *Hylocereus* dan *Selenicereus*. Buah ini berasal dari Meksiko, Amerika Tengah dan Amerika Selatan namun sekarang juga dibudidayakan di negara-negara Asia seperti Taiwan, Vietnam, Filipina dan Malaysia. Buah ini juga dapat ditemui di Okinawa, Israel, Australia Utara dan Tiongkok Selatan (Anonim, 2008).

Kelembagaan pemasaran yang berperan dalam memasarkan komoditas pertanian hortikultura dapat mencakup petani, pedagang pengumpul, pedagang perantara/grosir dan pedagang pengecer (Kuma'at,1992). Bahkan menurut Mubyarto (1989), terdapat permasalahan yang timbul dalam sistem pemasaran hortikultura antara lain: kegiatan pemasaran yang belum berjalan efisien, dalam artian belum mampu menyampaikan hasil pertanian dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah dan belum mampu mengadakan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditas pertanian tersebut. Pembagian yang adil dalam konteks tersebut adalah pembagian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai kontribusi masing-masing kelembagaan pemasaran yang berperan.

Pembinaan usahatani melalui kelompok tani tidak lain adalah sebagai upaya percepatan sasaran. Petani yang banyak jumlahnya dan tersebar di pedesaan yang luas, sehingga dalam pembinaan kelompok diharapkan timbulnya cakrawala dan wawasan kebersamaan memecahkan dan merubah citra usahatani sekarang menjadi usahatani masa depan yang cerah dan tetap tegar. Adapun tujuan dibentuknya kelompok tani adalah untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan kemampuan petani dan keluarganya sebagai subjek pembangunan pertanian melalui pendekatan kelompok agar lebih berperan dalam pembangunan. Kelompok tani merupakan suatu bentuk perkumpulan petani yang berfungsi sebagai media penyuluhan yang diharapkan lebih terarah dalam perubahan aktivitas usahatani yang lebih baik lagi. Aktivitas usahatani yang lebih baik dapat dilihat dari adanya peningkatan-peningkatan dalam produktivitas

usahatani yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan petani sehingga akan mendukung terciptanya kesejahteraan yang lebih baik bagi petani dan keluarganya (BPLPP, 1990).

Menurut Saefudin (dalam Nurmalingda, 1997; Thomas, Nurmalingda, dan Adiyono, 1995) yang sangat penting menjadi perhatian ialah sistem tataniaga yang efisien, bagaimana masing-masing lembaga niaga yang terlibat memperoleh imbalan yang adil. Dengan demikian hubungan antara harga, produksi dan tata niaga mempunyai kaitan yang erat, dimana petani sebagai produsen dan lembaga tataniaga dengan fungsi tataniaga yang dilakukannya masing-masing mempunyai peranan yang menentukan dan saling mempengaruhi (Setyawati, 1990).

Salah satu daerah yang memiliki potensi penghasil buah naga di Provinsi Jawa Timur adalah Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi secara geografis memiliki luas wilayah 5.782,50 km² dan menurut data dari dinas pertanian, lahan untuk persawahan atau lahan pertanian menempati area seluas 66.152 ha atau 11,44%, dari seluruh penggunaan jenis tanah di Kabupaten Banyuwangi.

Kabupaten Banyuwangi merupakan daerah yang subur dan memiliki potensi yang besar bagi peningkatan pengembangan produk pertanian, karena hampir semua komoditas pertanian khususnya tanaman pangan dan hortikultura dapat tumbuh dan berkembang. Dukungan kekayaan sumber daya alam yang melimpah serta permintaan pasar yang tinggi menempatkan komoditas hortikultura sebagai produk bernilai ekonomi tinggi, sehingga usaha hortikultura menjadi sumber pendapatan petani dan pelaku usaha lainnya dari skala mikro hingga makro di sebagian besar wilayah Kabupaten Banyuwangi.

Kabupaten Banyuwangi seringkali menjadi barometer perkembangan hortikultura di skala provinsi dan nasional. Tak hanya durian dan manggis bumi Blambangan yang melegenda, buah naga sebagai salah satu komoditas hortikultura unggulan Kabupaten Banyuwangi yang popularitasnya semakin melesat dalam dekade terakhir mengimbangi pamor jeruk yang sudah tidak asing lagi di kalangan pecinta buah.

Buah naga merah atau buah naga putih sama-sama memberikan dampak yang sangat luar biasa untuk kesehatan tubuh kita. Dengan mengkonsumsi buah naga secara rutin akan menambah kekebalan tubuh dan memberikan zat serta vitamin lain yang bermanfaat bagi tubuh kita. Tetapi mayoritas masyarakat Banyuwangi lebih memilih jenis buah naga merah karena buah naga merah lebih banyak diminati dan lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat tidak hanya masyarakat Banyuwangi tetapi secara keseluruhan meliputi masyarakat Indonesia maupun manca negara, selain itu dari sisi rasanya lebih manis dibandingkan dengan buah naga putih.

Jenis buah naga yang banyak dibudidayakan oleh petani di Kabupaten Banyuwangi adalah buah naga daging merah. Buah naga merah merupakan komoditas hortikultura yang prospektif untuk dikembangkan karena usaha tani buah naga telah terbukti memberikan keuntungan yang tinggi secara komersial, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan petani. Permintaan pasar dalam negeri terhadap buah naga dari tahun ke tahun semakin meningkat, seiring pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan/daya beli konsumen serta berkembangnya perspektif mengenai pentingnya pemenuhan gizi masyarakat.

Tabel 1.1 Areal dan Produksi Buah Naga Kabupaten Banyuwangi

Tahun	Luas Lahan	Produksi (Ton)
2013	678 Ha	16.631
2014	1.152 Ha	28.819

Sumber : Antara News 2015

Pada tahun 2013 produksi buah naga di Banyuwangi mencapai 16.631 ton dengan luas lahan 678 ha sedangkan pada tahun 2014 mencapai 28.819 ton dengan luas lahan 1.152 ha dan produksi itu meningkat dibandingkan pada tahun 2013. Akibat dari peningkatan produksi buah naga, Kecamatan Bangorejo menyumbang 39% dari total produksi buah naga di Banyuwangi atau setara 11.000 ton per ha dengan luas lahan mencapai 449 ha.

Salah satu daerah di seluruh Kabupaten Banyuwangi yang berhasil dalam bisnis buah naga dengan pemasaran yang luas mencapai pasar tradisional maupun pasar modern yaitu Desa Sambirejo, Kecamatan Bangorejo. Terpilihnya Desa

Sambirejo karena sistem pertaniannya memiliki peluang dan potensi dalam pengembangan buah naga. Selain itu, antusias petani buah naga di Desa Sambirejo lebih tinggi dibandingkan dengan petani buah naga di beberapa Desa yang juga termasuk dalam Kecamatan Bangorejo.

Kelompok tani buah naga di Kabupaten Banyuwangi yang menjadi pelopor dalam memperkenalkan tanaman buah naga di Kecamatan Bangorejo khususnya kalangan para petani di Desa Sambirejo adalah Kelompok Tani Berkah Naga. Kelompok Tani Berkah Naga merupakan perkumpulan yang dibentuk atas dasar kesamaan sosial dan budaya masyarakat petani setempat, sebagai wadah untuk menampung segala kebutuhan dan keinginan masyarakat. Selama beberapa tahun terakhir petani buah naga di Desa Sambirejo yang tergabung dalam Kelompok Tani Berkah Naga konsisten menanam buah naga menggunakan pupuk kompos dalam budidaya buah naga.

Peran kelompok tani berkah naga memberikan manfaat terhadap para petani khususnya petani buah naga. Dalam bidang budidaya kelompok tani berkah naga tidak hanya menyediakan budidaya bibit, tetapi pupuk dan penyangga. Sehingga produktivitas dari petani yang bergabung dalam kelompok bisa efisien. Sedangkan peran kelompok tani dalam pemasaran buah naga sudah dapat diakui oleh pemerintah karena sudah menembus pasar tradisional maupun pasar modern.

Budidaya buah naga di Desa Sambirejo sangat menguntungkan, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu karena kondisi tanah yang kering sehingga berpengaruh buruk pada tanaman padi hingga petani mengalami gagal panen. Karena tanaman padi sangat membutuhkan irigasi yang lancar untuk hasil panen yang maksimal. Dengan kondisi lahan yang kering akhirnya memutuskan untuk beralih pada tanaman buah naga. Karena dengan kondisi lahan yang kering sangat cocok untuk tanaman buah naga yang tidak membutuhkan banyak air.

Kelompok tani berkah naga selain berhasil dalam budidaya buah naga juga berhasil mengembangkan pemasaran buah naga mulai dari pasar tradisional hingga berhasil menembus jaringan ritel besar di Jakarta dan membanjiri pasar di Jawa. Pasar modern yang sudah bekerjasama dengan kelompok tani berkah naga meliputi Carrefour Surabaya dan pasar induk Kramatjati Jakarta. Sehingga

keberhasilan kelompok tani berkah naga dalam pemasaran buah naga telah diakui oleh pemerintah daerah sehingga pemerintah kabupaten Banyuwangi telah membangun *packing house* (bangsal kemas) untuk kebutuhan kelompok tani sebagai tempat pengepul buah naga karena selama ini petani tidak memiliki tempat khusus untuk menyimpan hasil panen.

Tataniaga buah naga yang diterapkan di kelompok tani berkah naga tidak terlalu panjang yaitu kelompok tani membeli buah naga dari petani buah naga kemudian dari kelompok tani langsung di proses hingga dikemas dan langsung di distribusikan ke perusahaan yang sudah bekerja sama dengan kelompok tani. Dari penentuan harga buah naga ditetapkan oleh kondisi pasar. Dalam transaksi harga kelompok tani maupun perusahaan tidak dapat menentukan harga karena harga ditentukan oleh pasar.

Keberhasilan Kelompok Tani Berkah Naga dalam memfungsikan dan memanfaatkan sumberdaya diharapkan mampu memberikan perubahan pada masyarakat setempat terutama petani buah naga agar lebih berkembang dan menciptakan kesejahteraan, serta lahan yang berpotensi memiliki kualitas yang bagus untuk buah naga akan disinergikan dengan program ekowisata di Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

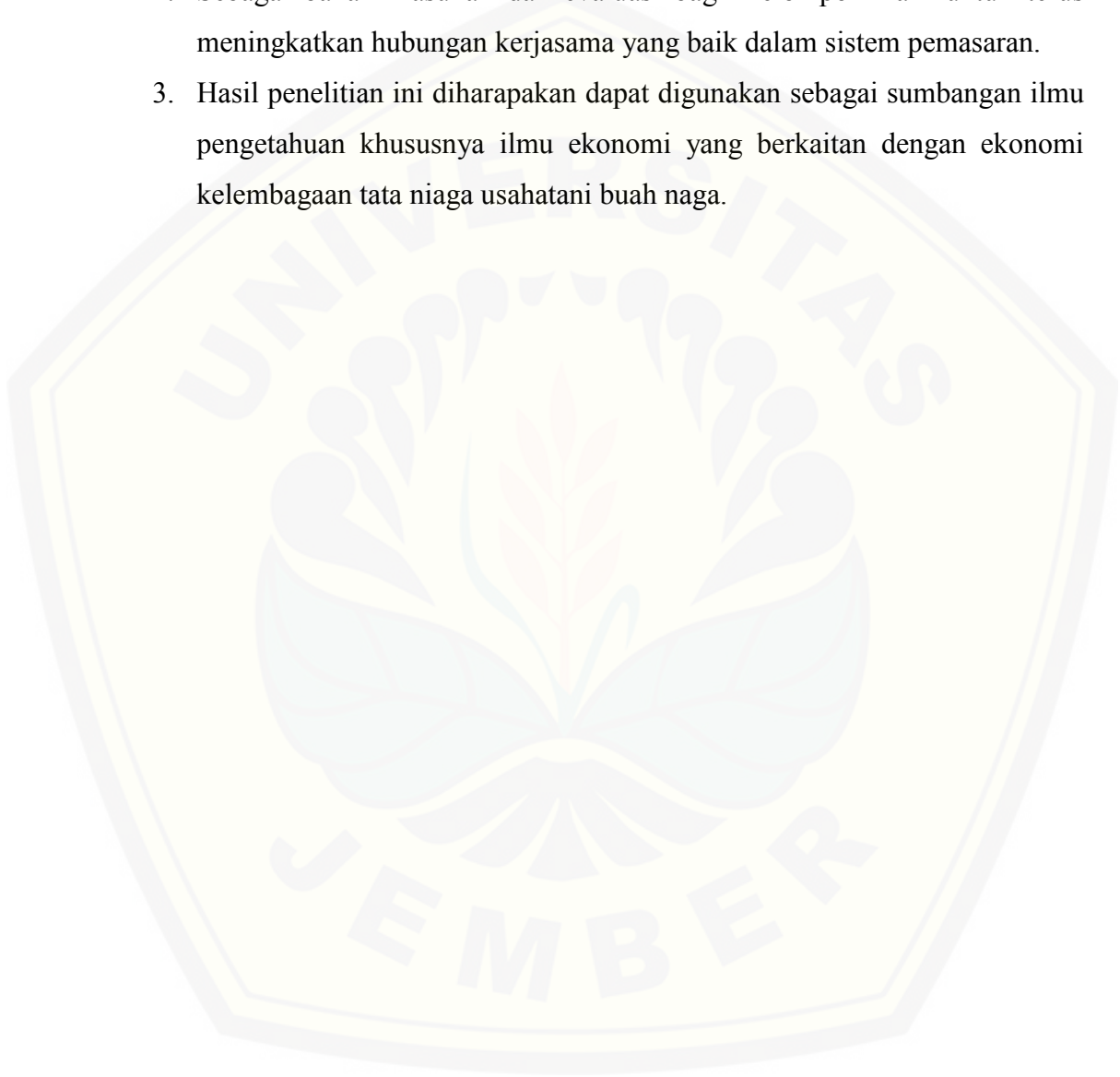
1. Bagaimana kinerja kelompok tani berkah naga sebagai kelompok tani komoditas buah naga di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo?
2. Bagaimana peran kelompok tani berkah naga terhadap tata niaga buah naga di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kinerja kelompok tani berkah naga sebagai kelompok tani komoditas buah naga di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo.
2. Menganalisis peran kelompok tani berkah naga terhadap tata niaga buah naga di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan informasi bagi petani dalam meningkatkan dan mengembangkan usahatani buah naga agar produktivitas buah naga kedepannya memiliki nilai yang lebih tinggi.
2. Sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi Kelompok Tani untuk terus meningkatkan hubungan kerjasama yang baik dalam sistem pemasaran.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu ekonomi yang berkaitan dengan ekonomi kelembagaan tata niaga usahatani buah naga.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Kelembagaan

Dalam perkembangannya, terdapat dua macam Ekonomi Kelembagaan yakni Ekonomi Kelembagaan Lama (*Old Institutional Economics*) dan Ekonomi Kelembagaan Baru (*New Institutional Economics*). Ekonomi kelembagaan lama sebagian besar bersumber dari proyek penelitian, yakni penelitian pertama yang dipelopori oleh Thorstein Veblen yang kemudian dikembangkan dan dimodifikasi oleh Clarence Ayres dan penelitian kedua dipandu oleh John R. Commons (Rutherford, 1994:1-2).

Veblen memusatkan perhatiannya pada dikotomi antara bisnis dan aspek industrial dalam perekonomian, yang selanjutnya fokus kajian ini mengembangkan dikotomi antara kelembagaan dan teknologi. Dalam penjelasan yang lebih mendalam riset ini difokuskan kepada investigasi efek teknologi baru terhadap skema kelembagaan, serta mendeskripsikan bagaimana kesepakatan-kesepakatan sosial (*social conventions*) dan kelompok kepentingan (*vested interest*) dimampukan untuk menolak perubahan. Ide tersebut sering disandingkan dengan pandangan tentang struktur ekonomi modern yang melihat kekuasaan politik dan ekonomi dari kepentingan korporasi besar. Sedangkan Commons lebih berkonsentrasi kepada hukum, hak kepemilikan (*property right*), dan organisasi yang memiliki implikasi terhadap kekuatan ekonomi, transaksi ekonomi, dan distribusi pendapatan.

Secara definitif, kelembagaan bisa pula dimaknai sebagai regulasi perilaku yang secara umum diterima oleh anggota-anggota kelompok sosial, untuk perilaku spesifik dalam situasi yang khusus, baik yang bisa diawasi sendiri maupun dimonitor oleh otoritas luar (*external authority*) [Rutherford, 1994:1].

North (1994:360) memaknai kelembagaan sebagai aturan-aturan yang membatasi perilaku menyimpang manusia (*humanly devised*) untuk membangun struktur interaksi politik, ekonomi, dan sosial. Melalui rentetan sejarah, kelembagaan yang bisa meminimalisasi perilaku manusia yang menyimpang telah

berhasil menciptakan ketertiban dan mengurangi ketidakpastian dalam melakukan pertukaran (*exchange*).

Kelembagaan memiliki tiga komponen yakni, Aturan formal (*formal institutions*), Aturan informal (*informal institutions*), dan Mekanisme penegakkan (*enforcement mechanism*). Aturan formal (*formal institutions*) yang meliputi konstitusi, statuta, hukum dan seluruh regulasi pemerintah lainnya. Aturan formal membentuk sistem politik (struktur pemerintah, hak-hak individu), sistem ekonomi (hak kepemilikan dalam kondisi kelangkaan sumberdaya, kontrak), dan sistem keamanan (peradilan, polisi). Aturan informal (*informal institutions*) meliputi pengalaman, nilai-nilai tradisional, agama, dan seluruh faktor yang mempengaruhi bentuk persepsi subyektif individu tentang dunia dimana mereka hidup. Mekanisme penegakkan (*enforcement mechanism*) yaitu bahwa semua kelembagaan tersebut tidak akan efektif apabila tidak diiringi dengan mekanisme penegakan (Pejevich, 1999).

Yeager (1999:9) secara ringkas menjelaskan kelembagaan sebagai aturan main (*rule of the game*) dalam masyarakat. Aturan main tersebut mencakup regulasi yang memapankan masyarakat untuk melakukan interaksi. Kelembagaan dapat mengurangi ketidakpastian yang inheren dalam interaksi manusia melalui penciptaan pola perilaku (Pejovich, 1995:30)

Termasuk dalam kelembagaan adalah efektivitas penegakan hak kepemilikan (*property rights*), kontrak dan jaminan formal, trademarks, limited liability, regulasi kebangkrutan, organisasi korporasi besar dengan struktur tata kelola yang membatasi persoalan-persoalan agency, dan seperti yang ditentukan oleh Williamson - kontrak yang tidak lengkap dan oportunistik paska-kontrak (*ex-post opportunism*) [Bardhan, 1995].

Sementara itu, Ekonomi Kelembagaan Baru mencoba untuk menawarkan ekonomi lengkap dengan teori dan institusinya (Nabli&Nugent, 1989 dalam Arsyad, 2010). Ekonomi Kelembagaan Baru menekankan pentingnya institusi, tetapi masih menggunakan landasan analisis ekonomi neoklasik. Beberapa asumsi ekonomi neoklasik masih digunakan, tetapi asumsi tentang rasionalitas dan adanya informasi sempurna (sehingga tidak ada biaya transaksi) ditentang oleh

Ekonomi Kelembagaan Baru. Menurut Ekonomi Kelembagaan Baru, institusi digunakan sebagai pendorong bekerjanya sistem pasar.

Arti penting dari Ekonomi Kelembagaan Baru adalah:

1. Ekonomi Kelembagaan Baru merupakan seperangkat teori yang dibangun di atas landasan ekonomi neoklasik, tetapi Ekonomi Kelembagaan Baru mampu menjawab bahkan mengungkapkan permasalahan yang selama ini tidak mampu dijawab oleh ekonomi neoklasik. salah satu permasalahan tersebut adalah eksistensi sebuah perusahaan sebagai sebuah organisasi administratif dan keuangan. Ekonomi Kelembagaan Baru merupakan sebuah paradigma baru di dalam mempelajari, memahami, mengkaji atau bahkan menelaah ilmu ekonomi.
2. Ekonomi Kelembagaan Baru begitu penting dan bermakna di dalam konteks kebijakan ekonomi sejak dekade 1990-an, karena Ekonomi Kelembagaan Baru berhasil mematahkan dominasi superioritas mekanisme pasar. Ekonomi Kelembagaan Baru telah memposisikan dirinya sebagai pembangun teori kelembagaan non-pasar (*non-market institutions*). Ekonomi Kelembagaan Baru telah mengeksplorasi faktor – faktor non-ekonomi, seperti hak kepemilikan, hukum kontrak dan lain sebagainya sebagai satu jalan untuk mengatasi kegagalan pasar (*market failure*). Menurut Ekonomi Kelembagaan Baru, adanya informasi yang tidak sempurna, eksternalitas dan fenomena *free-riders* di dalam barang –barang publik dinilai sebagai sumber utama kegagalan pasar, sehingga kehadiran institusi non-pasar mutlak diperlukan.
3. Ketika studi–studi pembangunan memerlukan satu landasan teoritis, Ekonomi Kelembagaan Baru mampu memberikan solusinya.

a. Tiga Lapisan Kelembagaan

1) Kelembagaan sebagai Norma-Norma dan Konveksi

Menurut Bogason (2000), definisi yang paling umum tentang institusi sebagai norma-norma dan konvensi adalah norma dan konvensi umumnya bersifat informal, ditegakkan oleh keluarga, masyarakat, adat, dan sebagainya. Hampir semua aktivitas manusia memerlukan konvensi-konvensi pengaturan yang

memfasilitasi proses-proses sosial, dan begitu juga dalam setiap pembentukan masyarakat diperlukan seperangkat norma-norma tingkah laku untuk membatasi tindakan-tindakan yang diperbolehkan. Jika aturan diikuti, proses-proses sosial bisa berjalan baik, dan sebaliknya.

Terdapat hubungan yang sangat erat antara norma-norma dengan nilai-nilai, yaitu norma-norma diturunkan dari nilai-nilai dan dapat dijustifikasi atas basis nilai-nilai. Sebagaimana dijelaskan Bogason (2000) bahwa norma-norma terkait dengan nilai-nilai yang dianut suatu kelompok, sedangkan konvensi hanya berlaku di suatu lingkungan masyarakat tertentu. Ini berarti bahwa konvensi yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat bisa saja berbeda dengan konvensi yang dianut kelompok atau masyarakat lain. Yang paling diutamakan dari konvensi adalah aspek keteraturan dan keterprediksiannya,

2) Kelembagaan sebagai Aturan Main

Dalam hal ini, kelembagaan dilihat sebagai aturan main yang memberi naungan dan sanksi terhadap individu-individu dan kelompok-kelompok dalam menentukan pilihannya.

Bogason (2000) menyatakan bahwa ada tiga level aturan, yaitu level aksi, level aksi kolektif, dan level konstitusi. Pada level aksi, aturan secara langsung mempengaruhi aksi nyata. Pada level aksi kolektif, kita mendefinisikan aturan untuk aksi pada masa-masa yang akan datang, atau disebut kebijakan. Terakhir, pada level konstitusi kita mendiskusikan prinsip-prinsip bagi pengambilan keputusan kolektif masa yang akan datang, seperti prinsip-prinsip demokrasi.

Bogason juga mengemukakan beberapa ciri-ciri umum institusi, yaitu adanya sebuah struktur yang didasarkan pada interaksi di antara para aktor, adanya pemahaman bersama tentang nilai-nilai, dan adanya tekanan untuk berperilaku sesuai dengan yang telah disepakati/ditetapkan.

Sebagai aturan main, institusi biasanya lebih formal (ditegakkan oleh aparat pemerintah) dan bersifat tertulis meskipun ada juga kelembagaan yang tidak ditulis secara formal. Yang paling dibutuhkan hanya seperangkat istilah yang membatasi sebuah struktur bagi interaksi manusia, dan pemahaman bersama

tentang alat-alat untuk menyelesaikan konflik di dalam struktur tersebut (Bromley, 1989).

3) Kelembagaan sebagai Pengatur Hubungan Kepemilikan

Sebagai pengatur hubungan kepemilikan, kelembagaan dianggap sebagai aransemen sosial yang mengatur individu atau kelompok pemilik, objek nilai bagi pemilik dan orang lain, serta orang dan pihak lain yang terlibat dalam suatu kepemilikan (Deliarnov, 2006).

b. Konsep Biaya Transaksi

Teori ekonomi kelembagaan merupakan pemekaran dari teori biaya transaksi (*transaction costs*) yang muncul akibat kegagalan pasar (Yeager, 1999). Pandangan neoklasik menganggap pasar berjalan secara sempurna tanpa biaya apapun (*costless*) karena pembeli (*consummers*) memiliki informasi yang sempurna dan penjual (*producers*) saling berkompetisi sehingga menghasilkan harga yang rendah (Stone, *et. al.*, 1996:97). Tetapi dunia nyata faktanya adalah sebaliknya, dimana informasi, kompetisi, sistem kontrak, dan proses jual-beli bisa sangat asimetris.

Furobotn dan Richter (seperti dikutip oleh Benham, 2000:368) menunjukkan bahwa biaya transaksi adalah ongkos untuk menggunakan pasar (*market transaction costs*) dan biaya memakai hak untuk memberikan pesanan (*orders*) di dalam perusahaan (*managerial transaction costs*). Disamping itu, ada juga rangkaian biaya yang diasosiasikan untuk menggerakkan dan menyesuaikan dengan kerangka politik kelembagaan (*political transaction costs*). Untuk masing-masing tiga jenis biaya transaksi tersebut bisa dibedakan menurut dua tipe antara lain, biaya transaksi tetap (*fixed transaction costs*) yaitu investasi spesifik yang dibuat dalam menyusun kesepakatan kelembagaan (*institutional arrangements*) dan biaya transaksi variabel (*variable transaction cost*), yakni biaya yang tergantung pada jumlah dan volume transaksi.

1) Biaya Transaksi Pasar (*Market Transaction Costs*)

Secara spesifik, biaya transaksi pasar (*market transaction costs*) bisa dikelompokkan secara lebih rinci sebagai:

- a) Biaya menyiapkan kontrak (secara sempit bisa diartikan sebagai biaya pencarian/*searching* dan informasi).

Hal ini dapat muncul karena individu atau perusahaan membuat pengeluaran secara langsung (misalnya untuk iklan, mengunjungi pelanggan yang prospektif, dsb), atau biaya yang muncul secara tidak langsung melalui kreasi pasar yang terkoordinasi. Juga termasuk dalam kategori ini adalah biaya komunikasi diantara pihak-pihak yang dianggap prospektif untuk melakukan pertukaran (Yustika, 2006).

- b) Biaya mengeksekusi kontrak/*concluding contract* (biaya negosiasi dan pengambilan keputusan).

Biaya-biaya yang termasuk dalam kategori ini berhubungan dengan pengeluaran yang harus dibuat ketika kontrak yang ditulis dan pihak-pihak yang berkepentingan harus menawarkan dan bernegosiasi tentang penetapan biaya ini. Biaya keputusan meliputi biaya pengumpulan informasi, kompensasi yang dibayar kepada penasehat (*advisor*), biaya untuk menyepakati keputusan di dalam kelompok dan sebagainya (Yustika, 2006).

- c) Biaya pengawasan (*monitoring*) dan pemaksaan kewajiban yang tertuang dalam kontrak (*enforcing the contractual obligations*).

Biaya-biaya ini muncul karena kebutuhan untuk mengawasi waktu pengiriman yang disetujui, mengukur kualitas dan jumlah produk dan sebagainya (Yustika, 2006).

2) Biaya Transaksi Manajerial (*Managerial Transaction Costs*).

Furubotn & Richter (2000) menyatakan ada dua tipe biaya transaksi manajerial (*managerial transaction costs*) yaitu:

- a) Biaya penyusunan (*setting up*), pemeliharaan, atau perubahan desain organisasi. Ongkos ini juga berhubungan dengan biaya operasional yang lebih luas¹, yang biasanya secara tipikal masuk dalam *fixed transaction costs*.
- b) Biaya menjalankan organisasi, yang kemudian bisa dipilah dalam dua sub kategori, yaitu biaya informasi dan biaya yang diasosiasikan dengan transfer

¹ Yustika (2006) menyatakan bahwa yang termasuk biaya ini adalah biaya manajemen personal, investasi teknologi informasi, mempertahankan terhadap proses pengambil alihan, hubungan masyarakat dan lobi.

fisik barang dan jasa yang divisinya terpisah (*across a separable interface*). Biaya informasi seperti biaya untuk membuat keputusan, pengawasan pelaksanaan pesanan, pengukuran kinerja pekerjaan, biaya agensi, biaya manajemen informasi dan sebagainya (Yustika, 2006).

3) Biaya Transaksi Politik (*Political Transaction Costs*)

Biaya transaksi politik (*Political Transaction Costs*) berhubungan dengan penyediaan organisasi dan barang publik yang diasosiasikan dengan aspek politik. Secara umum, biaya transaksi politik ini tidak lain adalah biaya penawaran barang publik yang dilakukan melalui tindakan kolektif (*collective action*), dan bisa dianggap sebagai analogi dari biaya transaksi manajerial.

Secara khusus, biaya ini meliputi:

- a) Biaya penyusunan, pemeliharaan, dan perubahan organisasi politik formal dan informal. Biaya tersebut termasuk biaya yang berhubungan dengan pengembangan kerangka umum, struktur administrasi, militer, sistem pendidikan dan pengendalian (Yustika, 2006).
- b) Biaya untuk menjalankan politik (*the costs of running polity*). Biaya ini adalah pengeluaran masa sekarang untuk hal-hal yang berkaitan dengan ‘tugas kekuasaan’ (*duties of sovereign*). Termasuk dalam biaya ini adalah pengeluaran sekarang untuk legislasi, pertahanan, administrasi pengadilan dan pendidikan (Yustika, 2006).

2.1.2 Teori Tataniaga

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga (Rahardi, 2000).

Dalam pengertian lain, tataniaga khususnya untuk bidang pertanian merupakan proses aliran komoditas yang disertai pemindahan hak milik dan

penciptaan daya guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga dengan melakukan salah satu atau beberapa fungsi-fungsi tataniaga (Sudiyono, 2001).

Berdasarkan definisi yang diberikan maka dapat disimpulkan bahwa tujuan akhir daripada tataniaga adalah menempatkan barang-barang ke tangan ke tangan konsumen akhir. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilaksanakan kegiatan-kegiatan tataniaga yang dibangun berdasarkan arus barang yang meliputi proses pengumpulan (Konsentrasi), proses pengimbangan (Equalisasi) dan proses penyebaran (Dispersi) (Hanafiah dan Sefuddin, 2006).

Proses konsentrasi merupakan tahap pertama dari arus barang. Barang-barang yang dihasilkan dalam jumlah kecil dikumpulkan menjadi jumlah yang lebih besar agar dapat disalurkan ke pasar-pasar eceran secara lebih efisien. Equalisasi adalah proses tahap kedua dari arus barang yaitu tindakan-tindakan penyesuaian permintaan dan penawaran barang dan jasa berdasarkan tempat, waktu, jumlah, dan kualitas. Dispersi merupakan proses tahapan terakhir dari arus barang dimana barang-barang yang telah terkumpul dan tersebar ke arah konsumen atau pihak lainnya (Hanafiah dan Saefuddin, 2006).

a. Peranan Tataniaga Pertanian

Menurut Peter Drucker (1958) seorang pakar manajemen pemasaran mengemukakan bahwa Tataniaga merupakan kunci bagi pertumbuhan ekonomi Negara –negara berkembang. Tanpa suatu system pemasaran yang efektif, Negara –negara berkembang tidak akan menghindarkan diri dari lingkaran kemiskinan. Tataniaga efektif dibutuhkan untuk menghubungkan produsen dengan konsumen. Pemasaran yang efektif berarti menyerahkan barang – barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan tepat waktu, tepat bentuk, tepat kualitas, yang sesuai dengan selera dan harga yang mereka bayar.

Sistetem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi beberapa syarat yaitu:

- 1) Mampu menyampaikan hasil- hasil dari petani produsen ke petani konsumen dengan biaya semurah–murahnya, dan

- 2) Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu. Yang dimaksud adil didalam hal ini adalah pemberian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai sumbangan masing-masing.

Dengan melihat kedua hal ukuran diatas, jelaslah bahwa kemungkinan peningkatan efisiensi tataniaga dinegara kita masih kurang adil kalau dimisalkan hanya syarat pertama yang dipenuhi, tetapi pembeli dan penjual hasil pertanian hanya satu perusahaan atau satu orang saja (monopsoni dan monopoli), maka perusahaan itu mungkin dapat menekan harga yang relatif rendah (Mubyarto 2002).

Menurut Darius (2001) Tataniaga berperan dalam menciptakan empat macam kegunaan bagi suatu komoditas pertanian yakni:

- 1) Kegunaan kepemilikan (*Prossion utility*) diperoleh melalui prosen jual beli atau pertukaran
- 2) Kegunaan tempat (*Place utility*) melalui kegiatan pengangkutan,
- 3) Kegunaan waktu (*Time utility*) melalui kegiatan penyimpanan,
- 4) Kegunaan bentuk (*Form utility*) melalui tranpomasi perubahan produk menjadi bentuk yang lebih di inginkan konsumen melalui proses pengolahan hasil.

2.1.3 Teori Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran (Radiosunu, 1986). Menurut Kotler (1997) pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan yang bernilai dengan pihak lain. Definisi pemasaran ini pada konsep intinya adalah kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*).

a. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran ditujukan untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen dengan melakukan tindakan atau perlakuan terhadap

barang tersebut. Secara teoritis, fungsi-fungsi pemasaran dapat digolongkan dalam tiga golongan antara lain (Limbong, 1985 dalam Puspitadewi, 2008) :

- 1) Fungsi pertukaran (*Exchange Function*) merupakan kegiatan untuk memperlancar pemindahan hak milik atas barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Adapun fungsi pertukaran itu sendiri terdiri atas fungsi penjualan dan pembelian.
- 2) Fungsi fisik (*physical Function*) adalah semua kegiatan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, kegunaan bentuk dan kegunaan waktu. Adapun fungsi fisik meliputi fungsi penyimpanan, fungsi pengolahan, dan fungsi pengangkutan.
- 3) Fungsi fasilitas (*Facillitating Function*) adalah semua tindakan yang memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen. Fungsi fasilitas terdiri atas empat fungsi yaitu standarisasi dan grading, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi resiko.

b. Saluran Pemasaran

Panjangnya suatu saluran pemasaran akan ditentukan oleh banyaknya tingkat perantara yang dilalui oleh suatu barang dan jasa. Saluran pemasaran langsung adalah saluran pemasaran yang produsen secara langsung menjual produknya kepada konsumen. Pengecer merupakan saluran perantara yang dalam pasar industrial, perantara tersebut adalah agen-agen penjualan atau pialang.

Distributor dan dealer industrial merupakan saluran dua tingkat. Saluran tiga tingkat terdapat tiga perantara yaitu grosir, pengecer, dan pedagang pemborong atau jobber. Pemborong tersebut membeli barang pada pengecer kecil, yang pada umumnya tidak dapat dilayani oleh pedagang grosir (Limbong, 1985 dalam Puspitadewi, 2008).

Dalam rangka kegiatan untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang harus diperhatikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang akan digunakan. Saluran distribusi yang terlalu panjang menyebabkan makin banyak rantai yang ikut dalam kegiatan pemasaran. Hal ini berarti bahwa kemungkinan penyebaran barang produsen secara luas tetapi sebaliknya menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga dapat

menyebabkan harga yang mahal sampai ke tangan konsumen. Sebaliknya saluran distribusi yang terlalu pendek kurang efektif untuk penyebarluasan, tetapi karena mata rantai pemasaran lebih pendek maka biaya produksi dapat ditekan sehingga harga ke konsumen dapat lebih rendah. Oleh karena itu, penetapan saluran pemasaran oleh produsen sangatlah penting sebab dapat mempengaruhi kelancaran penjualan, tingkat keuntungan, modal, resiko, dan sebagainya (Mursid, 1993 dalam Utami, 2004).

c. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer (konsumen) dengan harga yang diterima oleh produsen. Dengan kata lain, margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat konsumen (harga yang terjadi karena perpotongan kurva permintaan primer dengan kurva penawaran turunan) dengan harga di tingkat produsen (harga yang terjadi karena perpotongan kurva penawaran primer dengan permintaan turunan) (Hastuti dan Rahim, 2007).

Marjin Pemasaran merupakan perbedaan harga di antara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran, atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dengan jumlah yang diterima produsen atas suatu produk pertanian yang diperjualbelikan pada waktu, volume, dan kualitas yang sama.

Secara matematis :

$$MP = Pr - Pf$$

MP = Marjin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pedagang eceran

Pf = Harga di tingkat petani

d. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan tolak ukur atas produktivitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran (Downey dan Steven, 1994 dalam Hastuti dan Rahim, 2007). Dari sudut pandang *marketing mix*, efisiensi pemasaran menurut Downey dan Erickson (1992) dalam Hastuti dan Rahim (2007) dapat dilihat dari masing-masing elemen, yaitu :

- 1) Efisiensi produk merupakan usaha untuk menghasilkan suatu produk melalui penghematan harga serta penyederhanaan prosedur teknis produksi guna keuntungan maksimum.
- 2) Efisiensi distribusi dinyatakan sebagai produk dari produsen menuju ke pasar sasaran melalui saluran distribusi yang pendek atau berusaha menghilangkan satu atau lebih mata rantai pemasaran yang panjang di mana distribusi produk berlangsung dengan tindakan penghematan biaya dan waktu.
- 3) Efisiensi harga yang menguntungkan pihak produsen dan konsumen diikuti dengan keuntungan yang layak diambil oleh setiap mata rantai pemasaran sehingga harga yang terjadi di tingkat petani tidak berbeda jauh dengan harga yang terjadi di tingkat konsumen.
- 4) Efisiensi promosi mencerminkan penghematan biaya dalam melaksanakan pemberitahuan di pasar sasaran mengenai produk yang tepat, meliputi penjualan perorangan atau missal dan promosi penjual.

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul penelitian	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Devy Septian (2010)	Peran Kelembagaan Kelompok Tani Terhadap Produksi Dan Pendapatan Petani Ganyong Di Desa Sindanglaya Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis Jawa Barat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis keragaan usahatani ganyong. 2. Menganalisis pengaruh peran kelompok tani terhadap produksi dan pendapatan petani ganyong. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teori Produksi 2. Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi 3. Peningkatan Teknologi dalam Usahatani 4. Sistem Agribisnis 5. Kelembagaan dalam Agribisnis 6. Biaya Usahatani 7. Pendapatan Usahatani 	Data kualitatif dianalisis secara deskriptif Sedangkan untuk analisis data kuantitatif menggunakan analisis pendapatan usahatani dan R/C rasio, fungsi <i>Cobb-Douglas</i> untuk menganalisis fungsi produksi dan <i>Microsoft Excel</i> .	Peran kelompok tani mempengaruhi kenaikan pendapatan petani anggota kelompok dibandingkan dengan petani bukan anggota.
2.	Amelira Haris Nasution (2015)	Peran Kelembagaan Dalam Pengolahan Dan Pemasaran Gambir Di Kabupaten Lima	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis efisiensi operasional dan efisiensi harga dalam pemasaran gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota, 2. Menganalisis peran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanaman gambir 2. Sistem pemasaran 3. kelembagaan 	Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pengolahan data kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota relatif tidak efisien, petani cenderung menjadi <i>price taker</i> akibat adanya kolusi antara

		Puluh Kota Sumatera Barat	kelembagaan (tingkat petani dan pemasaran) dalam pengolahan dan pemasaran gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota. 3. Merumuskan alternatif kebijakan dari implikasi analisis efisiensi pemasaran dan peran kelembagaan dalam pengolahan dan pemasaran gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota.		menggunakan <i>Microsoft Excel</i> dan <i>EvIEWS 7</i> .	pedagang besar dan eksportir sehingga menimbulkan ketidakpuasan petani sebagai produsen gambir yang memiliki <i>bargaining power</i> yang lemah. 2. Peran kelembagaan belum efisien 3. kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah adalah dengan memperkuat intelegen pasar gambir serta perbaikan akses permodalan.
3.	Eni Irawati dan M.R.Yantu (2015)	Kinerja Kelompok Tani Dalam Menunjang Pendapatan Usahatani Padi Sawah Di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupate Sigi	1. Menganalisis kinerja kelompok tani di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi. 2. Menganalisis pendapatan usahatani padi sawah dan bentuk hubungan antara	1. Usaha tani 2. Pendapatan	Analisis deskripsi kualitatif dengan menggunakan konsep rasio yang dikonversi kepersentasi. Analisis pendapatan yang merupakan hasil pengurangan	1. Nilai kinerja kelembagaan adalah tinggi artinya adanya kelompok tani lebih memudahkan anggota kelompok tani dalam melakukan kegiatan usahatani. 2. Kinerja kelompok tani berpengaruh nyata terhadap pendapatan

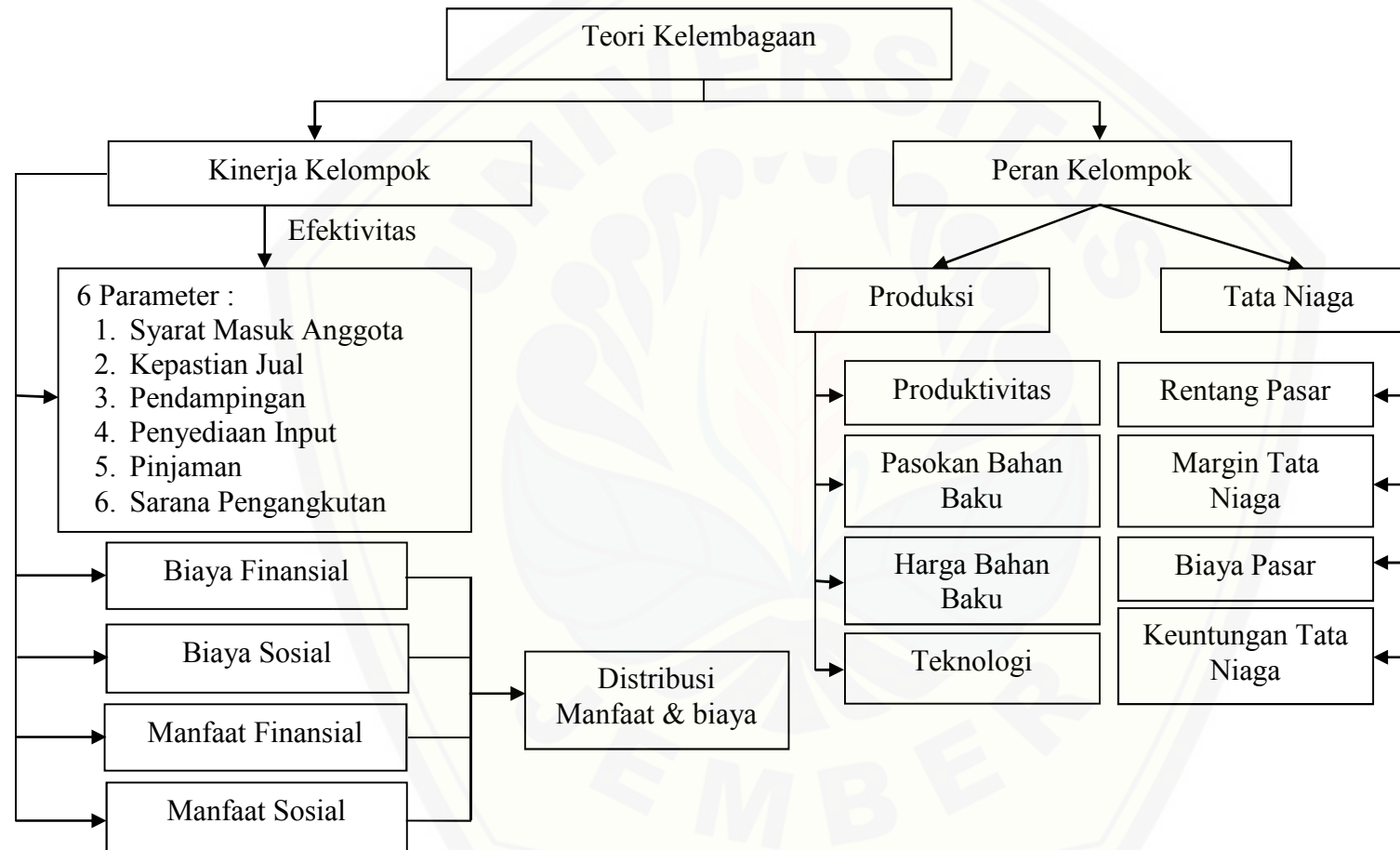
			kinerja kelompok tani dan pendapatan di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi.		antara jumlah penerimaan dan total biaya.	usahatani padi sawah di Desa Sidera.
4.	Handoko Sisiwoyo (2013)	Analisis Kelembagaan Dan Peranannya Terhadap Pendapatan Peternak Di Kelompok Tani Simpay Tampomas Kabupaten Sumedang Propinsi Jawa Barat (Studi Kasus Di Kelompok Peternak Kambing Simpay Tampomas Kecamatan Cimalaka Sumedang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis menganalisis usaha dari anggota kelompok tani ternak Simpay Tampomas di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. 2. Menganalisis kelembagaan dan mempelajari peran kelompok dalam peningkatan pendapatan anggota kelompok tani ternak kambing Simpay Tampomas di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kambing Peranakan Etawah 2. Kelompok Tani 3. Gabungan Kelompok Tani 4. Skala Usaha Tani 	Analisis Deskriptif, Analisis Pendapatan Usaha Tani, Analisis Data, Analisis R/C Rasio, Analisis Korelasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem kelembagaan kelompok Simpay Tampomas sudah memiliki struktur organisasi dan <i>job description</i> pengurus, namun aturan yang ada belum diterapkan secara baik, selain itu belum tersedia AD ART. 2. Peran kelompok tani cukup aktif dalam sebaran informasi berupa, bantuan, pinjaman, penyediaan hijauan makanan ternak, sapronak, dan pemasaran ternak serta susu sudah cukup lancar. 3. Pendapatan bersih peternak kambing

						tujuan produksi susu dan daging relatif lebih tinggi dibandingkan peternak dengan tujuan produksi daging, karena didukung antara lain oleh peran kelompok dalam upaya pemasaran ternak dan susu yang dihasilkan.
5.	Santi Puspita Sari (2015)	Analisis Kelembagaan Dalam Pengelolaan Sumberdaya Perikanan Teluk Blanakan Kabupaten Subang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi <i>stakeholder</i> yang terlibat dalam kelembagaan (<i>existing institution</i>) dan menganalisis tingkat kepentingan serta pengaruhnya dalam pengelolaan sumberdaya perikanan di Teluk Blanakan. 2. Menganalisis relevansi alokasi anggaran dinas terhadap permasalahan pemanfaatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumberdaya Perikanan 2. Perikanan Tangkap 3. Wilayah Pengelolaan Perikanan 4. <i>Overfishing</i> 5. <i>Common Pool Resources: Appropriate and Provision Proble</i> 6. Alat Tangkap 7. Pengelolaan Sumberdaya 8. Kelembagaan 9. Kebijakan 	Metode analisis data menggunakan analisis <i>Stakeholder</i> , Analisis Kesenjangan (<i>Gap Analysis</i>), Analisis Biaya Transaksi, <i>Regulatory Impact Assessment</i> (RIA).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Stakeholder</i> yang terlibat dalam pengelolaan sumberdaya perikanan di Teluk Blanakan sebanyak 21 <i>stakeholder</i> yang terdiri atas <i>Subjects, Players, Bystanders, Actors</i>. 2. Relevansi alokasi anggaran dinas dalam pengelolaan sumberdaya perikanan sudah sesuai dengan visi dan misi tetapi belum signifikan. 3. Kebijakan untuk memperbaiki tata kelola

			<p>berlebih (<i>over-exploiting</i>) sumberdaya perikanan di Teluk Blanakan.</p> <p>3. Merumuskan rekomendasi prioritas kebijakan yang dilakukan untuk memperbaiki tata kelola kelembagaan yang sesuai (<i>hypothetical institution</i>) dalam pengembangan pengelolaan perikanan yang lestari.</p>	Perikanan		kelembagaan sudah direkomendasikan.
6.	Elin Fini Dias (2012)	Peran Lembaga Joglo Tani Dalam Pengembangan Usahatani Padi Organik	<p>1. Mengkaji keorganisasian joglo tani dalam pengembangan usahatani padi organik.</p> <p>2. Mengkaji peran lembaga joglo tani dalam pengembangan</p>	<p>1. Pembangunan pertanian berkelanjutan</p> <p>2. Penyuluhan pertanian</p> <p>3. Kelembagaan pertanian</p> <p>4. Lembaga joglo tani</p> <p>5. Pertanian</p>	Model analisis data interaktif yaitu aktivitas dari ketiga komponen (reduksi data, penyajian data, verifikasi atau kesimpulan).	<p>1. Organisasi lembaga joglo tani terdiri dari ketua dan 3 devisi, pembuatan perencanaan bertujuan pada aspek SAP (<i>Sistem, Actin, Expose</i>, dan evaluasi program dilakukan secara bertahap.</p> <p>2. Peran lembaga joglo</p>

			<p>usahatani padi organik.</p> <p>3. Mengkaji dukungan pihak-pihak lain (PPL, pelaku bisnis, media massa) dalam pengembangan usahatani padi organik.</p>	<p>organik</p> <p>6. Pihak-pihak lain.</p>		<p>tani meliputi penyelenggaraan pelatihan teknis budidaya, penguatan kapasitas petani, pengorganisasian dan pemasaran produk beras organik.</p> <p>3. Dukungan pihak lain meliputi pelaku bisnis sebagai pemasar, PPL berperan memberikan penyuluhan, dan media massa sebagai pusat penyalur dan pemberi informasi.</p>
--	--	--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian (Moleong, 2010).

3.1.2 Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani buah naga yang bergabung dan menjadi anggota kelompok tani Berkah Naga di Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi yang berhubungan dengan kegiatan budidaya dan pemasaran buah naga.

3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyuwangi tepatnya di Desa Sambirejo, Kecamatan Bangorejo. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei – Juli 2017. Pemilihan lokasi ditentukan berdasarkan informasi dan survey bahwa Desa Sambirejo merupakan Desa yang potensial dalam mengembangkan komoditas buah naga di Kabupaten Banyuwangi.

3.1.4 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

Populasi dalam penelitian adalah seluruh anggota kelompok tani Berkah Naga sebanyak 25 petani buah naga. Pemilihan petani responden ini diperoleh dari daftar nama petani yang merupakan anggota kelompok sedangkan informasi petani dapat diperoleh dari kelompok tani maupun instansi terkait.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber utama yang terkait dengan penelitian seperti Balai Penyuluhan Pertanian (BPP), Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi dan berbagai publikasi yang relevan dengan penelitian ini. Sedangkan data primer yang merupakan data utama diperoleh dari wawancara dengan menggunakan kuisisioner (pertanyaan) yang terstruktur.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara :

1. Observasi

Observasi merupakan sebuah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti yang melibatkan seluruh indera guna untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam melanjutkan penelitiannya dan dibantu dengan alat pendukung.

2. Wawancara

Pengambilan data melalui wawancara secara lisan langsung dengan sumberdatanya atau responden, baik melalui tatap muka atau lewat telephone, teleconference. Kemudian jawaban responden direkam dan dirangkum sendiri oleh peneliti.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden.

4. Dokumen

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Menurut Whintney (1960), metode deskriptif adalah

pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis kinerja kelompok tani dan peran kelompok tani dalam tata niaga buah naga. Kinerja kelompok tani diukur dengan parameter-parameter dalam skala likert dan konsep biaya transaksi sedangkan efisiensi peran kelompok tani dalam tata niaga diukur dari sisi produksi dan pemasaran. Pengolahan data dalam bentuk kuantitatif akan dianalisis menggunakan *Microsoft Excel*.

Menurut Hasan (2006:24), pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan caracara atau rumus-rumus tertentu. Pengolahan data bertujuan mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut (Sudjana, 2001:128).

Menurut Notoatmodjo, 2010 proses pengolahan data dapat melalui tahap-tahap sebagai berikut:

a. *Editing*

Editing merupakan kegiatan untuk pengecekan dan perbaikan isian kuisioner tersebut.

b. *Coding*

Setelah semua data diedit atau *disunting*, selanjutnya dilakukan pengkodean atau *coding*, yakni mengubah data berbentuk kalimat atau huruf menjadi data angka atau bilangan.

c. *Skoring*

Salah satu cara peneliti untuk memberi skor dengan menggunakan skala likert. Hal ini digunakan untuk mengukur efektifitas kinerja kelembagaan.

d. *Data Entry*

Kegiatan memasukkan data yang sudah dilakukan pengkodean kedalam program komputer (*Microsoft Excel*).

e. *Tabulating* (Tabulasi)

Kegiatan memasukkan data dari hasil penelitian ke dalam tabel-tabel sesuai kriteria. Menurut Hasan (2006:20), tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan.

Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan. Tabel hasil tabulasi dapat berbentuk:

1. Tabel pemindahan, yaitu tempat memindahkan kode-kode dari kuesioner atau pencatatan pengamatan. Tabel ini berfungsi sebagai arsip.
2. Tabel biasa, adalah tabel yang disusun berdasar sifat responden tertentu dan tujuan tertentu.
3. Tabel analisis, tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisa.

f. *Cleaning*

Merupakan kegiatan pengecekan kembali untuk melihat kemungkinan-kemungkinan adanya kesalahan-kesalahan kode, ketidaklengkapan, kemudian dilakukan pembetulan atau koreksi.

3.4.1 Parameter-Parameter *Skala Linkert*

Mengenai penilaian efektivitas kelembagaan kelompok tani berdasarkan skala *likert* dengan skala skor adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Skor Efektivitas Kinerja Kelembagaan Kelompok Tani

Kategori Penilaian	Rentang Skala
Tidak Efektif	150 – 269
Kurang Efektif	270 – 389
Cukup Efektif	390 – 509
Efektif	510 – 629
Sangat Efektif	630 – 750

Sumber: Lampiran A , halaman 68

Berdasarkan tabel 3.1 penilaian efektivitas kinerja kelembagaan kelompok tani diukur dengan 6 parameter dan nilai tertinggi setiap parameter yaitu 5 sedangkan nilai terendah setiap parameter adalah 1. Dalam menentukan skor terendah diperoleh dari hasil perkalian antara nilai terendah parameter (1), jumlah parameter (6) dan jumlah responden (25) atau $(1 \times 6 \times 25 = 150)$ sehingga skor skala awal dimulai dari nilai 150. Skor skala tertinggi diperoleh dengan cara sama

seperti memperoleh skor skala terendah hanya dibedakan nilai terendah di ubah menjadi nilai tertinggi parameter (5) atau ($5 \times 6 \times 25 = 750$).

Kriteria dari 6 parameter yang digunakan untuk mengukur efektifitas kinerja kelompok tani antara lain:

a. Syarat masuk anggota

Kriteria dalam parameter syarat masuk anggota ada 5 yaitu:

1. Sangat mudah artinya untuk menjadi anggota tidak dibutuhkan syarat masuk apapun baik dalam bentuk biaya, syarat tertulis dan tidak tertulis,
2. Mudah artinya masuk menjadi anggota harus menyerahkan kartu identitas,
3. Cukup artinya masuk menjadi anggota dikenakan biaya, menyerahkan kartu identitas,
4. Sulit artinya masuk menjadi anggota dikenakan biaya, menyerahkan kartu identitas dan bersedia mematuhi persyaratan tertulis maupun tidak tertulis,
5. Sangat sulit artinya masuk menjadi anggota dikenakan biaya, menyerahkan kartu identitas, bersedia mematuhi persyaratan tertulis maupun tidak tertulis, dan kartu tanda kepemilikan lahan.

b. Kepastian Jual Hasil Panen Anggota Pada Kelompok

Kriteria dalam parameter kepastian jual ada 5 yaitu:

1. Sangat pasti artinya keseluruhan dari hasil panen anggota yang dibeli kelompok tanpa kriteria atau golongan (A,B,C),
2. Pasti artinya keseluruhan dari hasil panen anggota yang dibeli kelompok tanpa kriteria apapun tapi dibedakan oleh kepastian waktu pengambilan 1-2 hari,
3. Cukup artinya hasil panen yang dibeli kelompok hanya kriteria A (super dan kulit bagus)
4. Tidak pasti artinya hasil panen yang dibeli kelompok hanya jenis A dan B (sedang)
5. Sangat tidak pasti artinya kelompok tidak membeli hasil panen anggota.

c. Pendampingan atau Sekolah Lapang

Kriteria dalam pendampingan ada 5 yaitu:

1. Sangat sering artinya sekolah lapang dilakukan setiap 1 minggu sekali,

2. Sering artinya sekolah lapang dilakukan setiap 2 minggu sekali,
3. Cukup artinya sekolah lapang dilakukan setiap 3 minggu sekali,
4. Jarang artinya sekolah lapang dilakukan setiap 4 minggu sekali,
5. Sangat jarang artinya sekolah lapang dilakukan lebih dari 6 bulan.

d. penyediaan Input

Kriteria dalam penyediaan input ada 5 yaitu:

1. Sangat tersedia artinya kelompok menyediakan seluruh jenis pasar input dan selalu tersedia kapanpun anggota membutuhkan,
2. Tersedia artinya kelompok menyediakan beberapa input dan selalu tersedia kapanpun anggota membutuhkan,
3. Cukup artinya kelompok menyediakan beberapa input saja dan hanya beberapa diantaranya yang jarang tersedia,
4. Jarang tersedia artinya kelompok jarang menyediakan input yang dibutuhkan anggota pada saat diperlukan,
5. Tidak tersedia artinya kelompok tidak menyediakan pasar input.

e. Pinjaman Modal

Kriteria dalam pinjaman modal ada 5 yaitu:

1. Sangat tersedia artinya dana selalu tersedia setiap anggota membutuhkan pinjaman,
2. Tersedia artinya dana tersedia dengan waktu tempo <1minggu setiap anggota memperoleh pinjaman modal,
3. Cukup artinya anggota memperoleh pinjaman modal dengan waktu tempo >1minggu,
4. Jarang tersedia artinya dana jarang tersedia ketika anggota membutuhkan pinjaman modal,
5. Tidak tersedia artinya kelompok tidak menyediakan pinjaman modal.

f. Sarana Pengangkutan Hasil Panen dari Kelompok

Kriteria dalam sarana pengangkutan ada 5 yaitu:

1. Sangat tersedia artinya sarana pengangkutan berlaku bagi seluruh anggota dengan tepat waktu,

2. Tersedia artinya sarana pengangkutan tersedia hanya berlaku bagi anggota yang memiliki lahan terluas,
3. Cukup artinya sarana pengangkutan tersedia tetapi dengan waktu tempo,
4. Jarang tersedia artinya sarana pengangkutan tersedia apabila tidak melakukan pengiriman,
5. Tidak tersedia artinya kelompok tidak menyediakan sarana pengangkutan.

3.4.2 Konsep Biaya Transaksi

- a. Efektivitas kinerja kelembagaan kelompok tani diukur dengan konsep biaya transaksi. Cara mengukurnya yaitu melalui perbandingan antara biaya sosial dan biaya finansial dengan manfaat sosial dan manfaat finansial.
 1. Biaya sosial meliputi biaya pendaftaran, biaya iuran dan biaya informasi yang dibutuhkan mulai proses budidaya hingga pemanenan hasil.
 2. Biaya finansial meliputi biaya tetap dan biaya variabel, yang termasuk dalam biaya tetap adalah biaya sewa, biaya bibit dan biaya ulu-ulu air sedangkan yang termasuk biaya variabel adalah biaya tiang, biaya pupuk, biaya obat-obatan, biaya pengairan pompa dan biaya tenaga kerja.
 3. Manfaat sosial berupa informasi meliputi informasi pengobatan, informasi pemupukan, informasi harga saprodi dan informasi harga jual.
 4. Manfaat finansial merupakan manfaat berupa nilai keuntungan yang diperoleh anggota setelah dikurangi oleh beban biaya.

3.5 Definisi Operasional

Untuk menghindari meluasnya permasalahan dan terjadinya perbedaan pengertian makna, maka perlu adanya batasan pengertian sebagai berikut:

1. Kelembagaan merupakan suatu sistem badan sosial atau organisasi yang melakukan suatu usaha untuk mencapai tujuan tertentu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997)
2. Kelompok tani adalah kumpulan petani yang dibentuk atas dasar kesamaan kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan (sosial, ekonomi, sumberdaya) dan

keakraban untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggota (Peraturan Menteri Pertanian Nomor:273/Kpts/OT.160/4/2017).

3. Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas (Mulyadi, 2005).
4. Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu (Mulyadi, 2005).
5. Manfaat sosial (*social benefit*) merupakan sebuah manfaat yang berusaha diberikan dalam meningkatkan ikatan sosial dengan cara meneliti kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memberikan pelayanan lebih pribadi (Kotler dan Armstrong, 2001).
6. Manfaat finansial (*financial benefit*) merupakan pendekatan dengan membangun nilai bagi pelanggan terutama mengandalkan manfaat keuangan (Kotler dan Armstrong, 2001)
7. Budidaya merupakan kegiatan terencana pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu areal lahan untuk diambil manfaat atau hasil panennya atau sebuah usaha yang bermanfaat dan memberi hasil (Kamus Besar Bahasa Indonesia).
8. Tataniaga adalah sebagai suatu aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai ke titik konsumen (Khol dan Uhl, 2002).

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kinerja kelembagaan kelompok tani di Desa Sambirejo memperoleh skor penilaian sebesar 483 dimana berada pada rentang skor 390-509 yang merupakan kategori kinerja cukup efisien. Kinerja kelompok tani dalam kegiatan budidaya diukur dengan perbandingan biaya dan manfaat serta 6 parameter yang mendukung. Dimana biaya yang dikeluarkan untuk lahan budidaya buah naga 19,25Ha sebesar Rp.659.672.500,00 dan manfaat keuntungannya yaitu Rp.1.303.827.500. selain itu kinerja kelembagaan kelompok tani berdasarkan 6 parameter yaitu:
 - a. Menjadi anggota kelompok tani Berkah Naga dinilai mudah berdasarkan penilaian 84% responden,
 - b. Kelompok tani memberikan manfaat kepada anggotanya berupa kepastian jual dari seluruh hasil produksi.
 - c. Adanya pendampingan dan penyuluhan yang diberikan kelompok tani terhadap petani anggota mampu mengubah perilaku bertani menjadi lebih baik,
 - d. Kelompok tani memberikan fasilitas berupa pinjaman modal khusus untuk anggota dan penyediaan input berupa pupuk organik, NPK mutiara, tiang panjatan dan bibit buah naga,
 - e. Fasilitas berupa sarana pengangkutan hasil pertanian hanya dirasakan oleh sebagian kecil anggota.
2. Kinerja yang baik didukung oleh adanya suatu peran. Peran kelompok tani sangat dibutuhkan oleh petani. Berdasarkan hasil perhitungan peran kelompok tani Berkah Naga dalam kegiatan tataniaga yang dilakukan oleh kelompok tani Berkah Naga dapat dikatakan menguntungkan. Adanya peran kelompok tani dalam kegiatan produksi memberikan pasokan harga yang lebih murah dibandingkan setiap anggota harus membeli sendiri-sendiri. Selain kegiatan produksi, peran kelompok tani dalam kegiatan tataniaga terdapat 2 tujuan

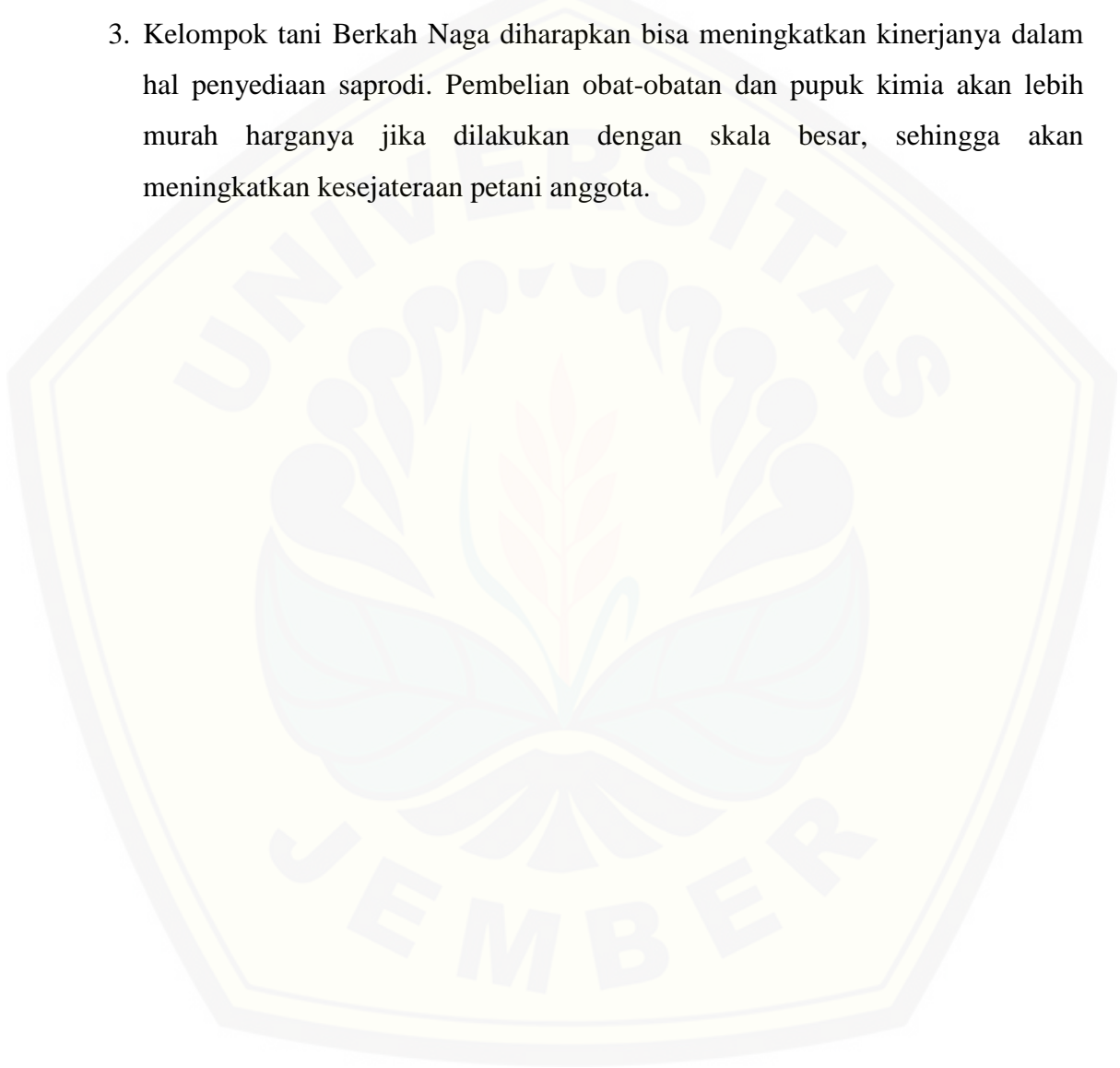
pemasaran buah naga yaitu Surabaya dan Jakarta. Keduanya meliputi Carefour Surabaya dan pasar induk Kramatjati Jakarta. Peran kelompok telah menjadikan rentang pasar pemasaran buah naga menjadi lebih pendek dan jelas tujuannya. Setiap tujuan pemasaran akan memperoleh margin yang berbeda. Penjualan buah naga untuk pasar wilayah Surabaya di harga sebesar Rp.19.000/Kg sedangkan untuk pasar wilayah Jakarta Rp.21.000/Kg. Total hasil produksi yang diperoleh dari luas lahan 19,25Ha adalah sebesar 115,5ton atau 115.500Kg. 42% dari total produksi atau 48125Kg dijual ke Surabaya sedangkan 58% lainnya yaitu 67375Kg dijual ke Jakarta. Total biaya pemasaran ke Surabaya yaitu Rp.46.640.000,00 dan Rp.969,00 merupakan biaya yang dibebankan setiap penjualan perkilogram buah naga sedangkan keuntungannya Rp.1.031/Kg buah naga maka margin pemasaran buah naga tujuan Surabaya yaitu Rp.2000,00. Sedangkan tujuan pemasaran wilayah Jakarta mengeluarkan biaya Rp.85.532.500,00 maka biaya yang dibebankan perkilogram buah naga adalah Rp.1.269,00 dan keuntungannya Rp.2.731/Kg maka margin yang diterima sebesar Rp.4000/Kg. Keuntungan bersih lembaga sebesar Rp.409.343.700,00 yang merupakan hasil setelah dikurangi oleh penerimaan anggota Rp.1.963.500.000,00 dan seluruh biaya pemasaran sebesar Rp.132.172.500,00.

3. Kelompok tani Berkah Naga telah memberikan keuntungan baik dalam bentuk sosial maupun finansial. Lembaga juga bersedia menanggung keseluruhan biaya pemasaran dalam kegiatan tataniaga buah naga. oleh kaeran itu, Peran kelompok tani disini dibutuhkan untuk mengubah kondisi sosial ekonomi petani buah naga dan mampu memberikan bimbingan dan penyuluhan kepada anggota kelompok untuk meningkatkan nilai produktivitas dan kesejahteraan.

5.2 Saran

1. Diharapkan kepada Gapoktan dan ketua kelompok tani agar lebih meningkatkan kinerja kelompok tani agar lebih transparan sehubungan dengan kegiatan kelompok dan bantuan-bantuan yang diperoleh kelompok tani. Meskipun kriteria kinerja efisien, namun belum mencapai 100%.

2. Diharapkan untuk terus mengembagkan budidaya buah naga yang dirasa menguntungkan karena budidaya buah naga memiliki nilai ekonomis, sedangkan untuk petani non anggota agar bergabung dengan kelompok tani agar memperoleh bimbingan dan penyuluhan serta memperoleh informasi yang sempurna terkait budidaya buah naga yang menguntungkan.
3. Kelompok tani Berkah Naga diharapkan bisa meningkatkan kinerjanya dalam hal penyediaan saprodi. Pembelian obat-obatan dan pupuk kimia akan lebih murah harganya jika dilakukan dengan skala besar, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan petani anggota.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ariyantoro, H. 2006. *Budidaya Tanaman Buah-buahan*. Yogyakarta: PT. Citra Aji Parmana.
- Arsyad, Licolin. 2010. *Ekonomi Pembangunan*, edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Anonim. 2008. Buah naga. <http://www.wikipedia.org/buah-naga>.
- BPLPP, 1990. *Dinamika Kelompok Tani*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H (1982), *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku konsumen)*. Yogyakarta : PBF Universitas Gajah Mada.
- Dias, Elin Fini. 2012. *Peran Lembaga Joglo Tani Dalam Pengembangan Usahatani Padi Organik*. Dalam Skripsi: Universitas Sebelas Maret.
- Dillon. 2004. *Pertanian Membangun Bangsa*. Husodo et al. *Pertanian Mandiri*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Hotmaida, U. 2010. *Peranan Kelompok Tani dalam Peningkatan Status Sosial Ekonomi Petani Padi Sawah Kecamatan Sibolangit, Kabupaten Deli Serdan*. Dalam Skripsi: Universitas Sumatra Utara.
- Hernanto, F. 1995. *Ilmu Usahatani*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Hanafiah, H.M. dan A.M. Saefuddin, 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press.
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Irawati, Eni dan M.R.Yantu. 2015. *Kinerja Kelompok Tani Dalam Menunjang Pendapatan Usahatani Padi Sawah Di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi*. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako Palu.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Edisi 9. Jakarta: Prenhallindo.
- Kristanto, D. 2008. *Buah Naga Pembudidayaan di Pot dan di Kebun*. Jakarta: Penebar Swadaya.

- Limbong, W.H. 1985 dalam Puspitadewi W. 2008. *Skripsi. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram di Pulau Lombok*. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.
- Mursid. 1993 dalam Utami F. 2004. *Skripsi. Studi Ekonomi dan Sistem Pemasaran Kentang di Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur*. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.
- Mubyarto. 1989. dalam Puspitadewi W. 2008. *Skripsi. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram di Pulau Lombok*. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.
- Nasution , Amelira Haris. 2015. *Peran Kelembagaan Dalam Pengolahan Dan Pemasaran Gambir Di Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat*. Dalam tesis: Institut Pertanian Bogor.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Rukmana, R. 2003. *Usaha Tani Markisa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rahim. Abd. dan. Hastuti. DRW. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rutherford, Malcolm. 1994. *Institutions in economics: the old and the new institutionalism*. Cambridge university press, cambridge.
- Radiosunu. 1986. *Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan Analisis)*. Yogyakarta: BPFE.
- Saragih, B. 2001. *Agribisnis (Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian)*. Bogor : Yayasan Mulia Persada Indonesia
- Septian, Devi. 2010. *Peran Kelembagaan Kelompok Tani Terhadap Produksi Dan Pendapatan Petani Ganyong Di Desa Sindanglaya Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis Jawa Barat*. Dalam Skripsi: Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi, 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Siswoyo, Hendro. 2013. *Analisis Kelembagaan Dan Peranannya Terhadap Pendapatan Peternak Di Kelompok Tani Simpay Tampomas Kabupaten Sumedang Propinsi Jawa Barat (Studi Kasus Di Kelompok Peternak Kambing Simpay Tampomas Kecamatan Cimalaka Sumedang)*. Dalam skripsi: Institut Pertanian Bogor.

Sugiyono. 2011(a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2012(b). *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan Ke-20. Bandung: CV Alfabeta.

Sudjana, Nana. 2001. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru

Sari, Santi Puspita. 2015. *Analisis Kelembagaan Dalam Pengelolaan Sumberdaya Perikanan Teluk Blanakan Kabupaten Subang*. Dalam skripsi: Institut Pertanian Bogor.

Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.

Yustika, Ahmad Erani. 2006(a). *Ekonomi kelembagaan: Definisi, Teori dan Strategi*. Malang: Bayu Media.

Yustika, Ahmad Erani. 2012(b). *Ekonomi kelembagaan: Paradigma, Teori dan Kebijakan*. Malang: Bayu Media.



LAMPIRAN

Lampiran A. Skor Efektivitas Kelembagaan Kelompok Tani Berkah Naga

No.	Tolak Ukur	Skor	Responden	Total Skor
1.	Syarat Masuk Anggota			
	Sangat Mudah	5	4	20
	Mudah	4	21	84
	Cukup	3	0	0
	Sulit	2	0	0
	Sangat Sulit	1	0	0
	Jumlah		25	104
2.	Kepastian Jual Hasil Panen Anggota Pada Kelompok			
	Sangat Pasti	5	0	0
	Pasti	4	25	100
	Cukup	3	0	0
	Tidak Pasti	2	0	0
	Sangat Tidak Pasti	1	0	0
	Jumlah		25	100
3.	Pendampingan Atau Sekolah Lapang			
	Sangat Sering (1 Minggu)	5	0	0
	Sering (2 Minggu)	4	0	0
	Cukup (3 Minggu)	3	0	0
	Jarang (4 Minggu)	2	25	50
	Tidak ada (>6 Bulan)	1	0	0
	Jumlah		25	50
4.	Penyediaan Input Oleh Kelompok Tani			
	Sangat Tersedia	5	2	10
	Tersedia	4	15	60
	Cukup	3	4	12
	Jarang Tersedia	2	4	8
	Tidak Tersedia	1	0	0
	Jumlah		25	90

5.	Simpan Pinjam			
	Sangat Tersedia	5	1	5
	Tersedia	4	15	60
	Cukup	3	4	12
	Jarang Tersedia	2	5	10
	Tidak Tersedia	1	0	0
	Jumlah	25		87
6.	Sarana Pengangkutan Hasil Panen dari Kelompok			
	Sangat Tersedia	5	0	0
	Tersedia	4	3	12
	Cukup	3	0	0
	Jarang Tersedia	2	18	36
	Tidak Tersedia	1	4	4
	Jumlah	25		52
Total Skor				483 (Cukup Efektif)

Lampiran B. Demografi dan Tipe Produksi Responden

No.	Nama	Usia	Kepemilikan Lahan	Luas Lahan(Ha)	Jumlah Pohon
1	Tarmijan	50	Pribadi	1,75	2.800
2	Susi	41	Pribadi	0,25	400
3	Sunaryo	51	Pribadi	1,00	1.600
4	Masrifah	44	Pribadi	0,50	800
5	Agus	46	Pribadi	0,50	800
6	Ashari	35	Pribadi	2,00	3.200
7	Mujono	42	Pribadi	0,50	800
8	Haryanto	36	Pribadi	3,00	4.800
9	Suratmin	47	Pribadi	0,75	1.200
10	Darmo	46	Pribadi	0,50	800
11	Latif	54	Pribadi	0,25	400
12	Tono	49	Pribadi	0,50	800
13	Guntoro	47	Pribadi	0,25	400
14	Marzuki	53	Pribadi	0,75	1.200
15	Yatiman	56	Pribadi	0,25	400
16	Banuji	41	Pribadi	0,75	1.200
17	Khoiri	48	Pribadi	0,50	800
18	Toha	47	Pribadi	0,75	1.200
19	Surani	40	Pribadi	1,00	1.600
20	Isnandar	59	Pribadi	0,75	1.200
21	Imron	49	Pribadi	0,50	800
22	Sungip	46	Pribadi	0,50	800
23	Sukemi	54	Pribadi	1,00	1.600
24	Samijan	55	Pribadi	0,50	800
25	Samsul	54	Pribadi	0,25	400
Jumlah				19,25	30.800
Rata-rata				0,77	1.232

Lampiran C. Biaya Bibit

No. Responden	Luas Lahan(Ha)	Jumlah Tiang/Pohon	Jumlah Bibit Pertiang	Total Bibit	Harga Bibit	Total Biaya Bibit
1	1,75	2.800	4	11.200	Rp500	Rp5.600.000
2	0,25	400	4	1.600	Rp500	Rp800.000
3	1,00	1.600	4	6.400	Rp500	Rp3.200.000
4	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
5	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
6	2,00	3.200	4	12.800	Rp500	Rp6.400.000
7	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
8	3,00	4.800	4	19.200	Rp500	Rp9.600.000
9	0,75	1.200	4	4.800	Rp500	Rp2.400.000
10	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
11	0,25	400	4	1.600	Rp500	Rp800.000
12	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
13	0,25	400	4	1.600	Rp500	Rp800.000
14	0,75	1.200	4	4.800	Rp500	Rp2.400.000
15	0,25	400	4	1.600	Rp500	Rp800.000
16	0,75	1.200	4	4.800	Rp500	Rp2.400.000
17	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
18	0,75	1.200	4	4.800	Rp500	Rp2.400.000
19	1,00	1.600	4	6.400	Rp500	Rp3.200.000
20	0,75	1.200	4	4.800	Rp500	Rp2.400.000
21	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
22	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
23	1,00	1.600	4	6.400	Rp500	Rp3.200.000
24	0,50	800	4	3.200	Rp500	Rp1.600.000
25	0,25	400	4	1.600	Rp500	Rp800.000
Jumlah						Rp61.600.000

Lampiran D. Biaya Pengairan Ulu-Ulu

No. Responden	Luas Lahan(Ha)	Biaya Pengairan Ulu-Ulu
1	1,75	275.000
2	0,25	50.000
3	1,00	200.000
4	0,50	100.000
5	0,50	100.000
6	2,00	400.000
7	0,50	100.000
8	3,00	600.000
9	0,75	150.000
10	0,50	100.000
11	0,25	50.000
12	0,50	100.000
13	0,25	50.000
14	0,75	150.000
15	0,25	50.000
16	0,75	150.000
17	0,50	100.000
18	0,75	150.000
19	1,00	200.000
20	0,75	150.000
21	0,50	100.000
22	0,50	100.000
23	1,00	200.000
24	0,50	100.000
25	0,25	50.000
Jumlah	19,25	3.775.000
Rata-rata	0,77	151000

Lampiran E. Biaya Tetap

No. Responden	Luas Lahan(Ha)	Biaya Bibit	Biaya Ulu-ulu Air	Biaya Sewa (1Tahun)	Total Biaya Tetap
1	1,75	5.600.000	275.000	21.000.000	26.875.000
2	0,25	800.000	50.000	3.000.000	3.850.000
3	1,00	3.200.000	200.000	12.000.000	15.400.000
4	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
5	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
6	2,00	6.400.000	400.000	24.000.000	30.800.000
7	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
8	3,00	9.600.000	600.000	36.000.000	46.200.000
9	0,75	2.400.000	150.000	9.000.000	11.550.000
10	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
11	0,25	800.000	50.000	3.000.000	3.850.000
12	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
13	0,25	800.000	50.000	3.000.000	3.850.000
14	0,75	2.400.000	150.000	9.000.000	11.550.000
15	0,25	800.000	50.000	3.000.000	3.850.000
16	0,75	2.400.000	150.000	9.000.000	11.550.000
17	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
18	0,75	2.400.000	150.000	9.000.000	11.550.000
19	1,00	3.200.000	200.000	12.000.000	15.400.000
20	0,75	2.400.000	150.000	9.000.000	11.550.000
21	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
22	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
23	1,00	3.200.000	200.000	12.000.000	15.400.000
24	0,50	1.600.000	100.000	6.000.000	7.700.000
25	0,25	800.000	50.000	3.000.000	3.850.000
Jumlah	19,25	61.600.000	3.775.000	231.000.000	296.375.000
Rata-rata	0,77	2.464.000	151.000	9.240.000	11.855.000

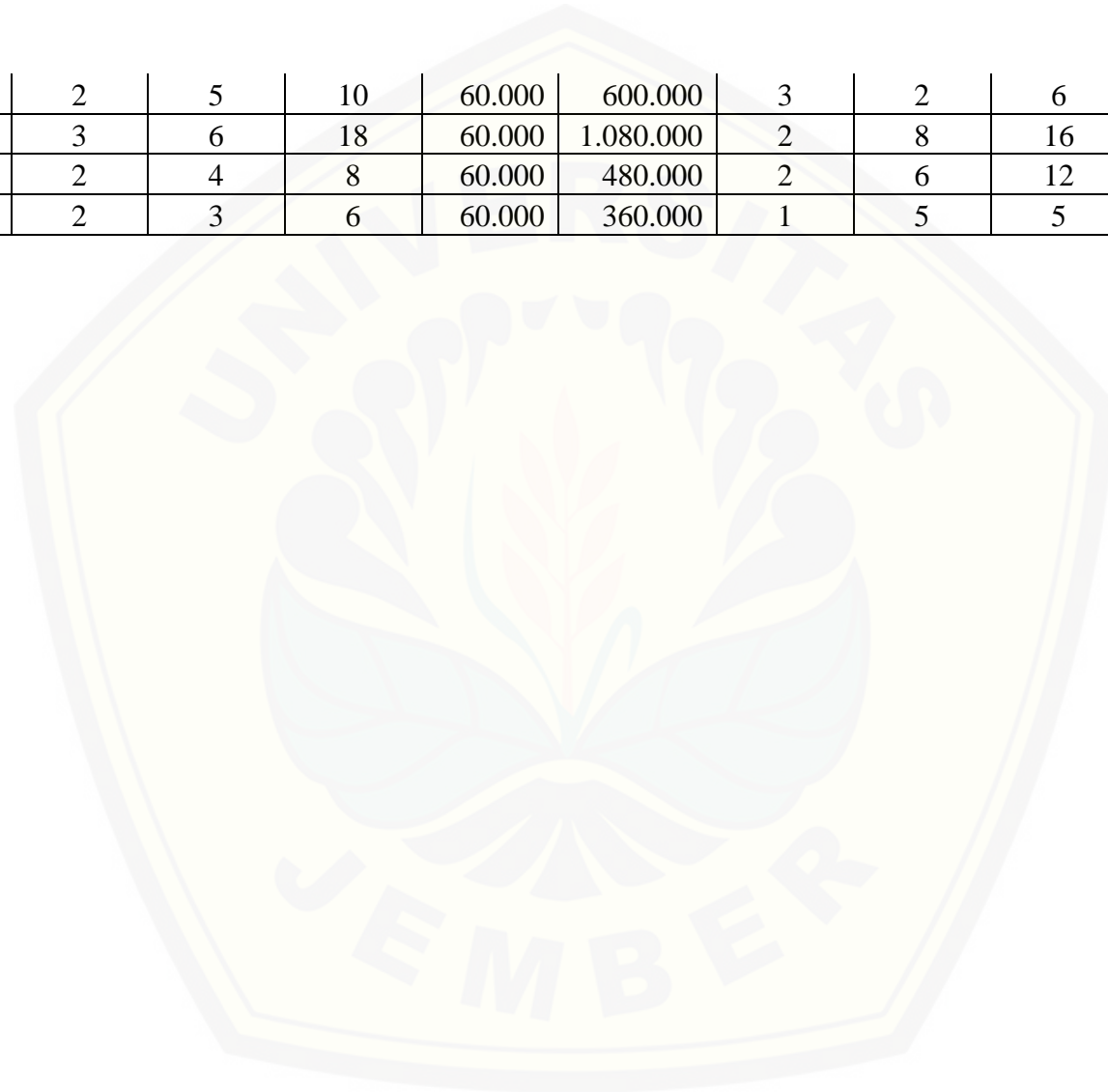
Lampiran F. Biaya Tiang Panjatan Buah Naga

No. Responden	Luas Lahan(Ha)	Jumlah Tiang	Harga (Rp)	Biaya Tiang
1	1,75	2.800	7000	19.600.000
2	0,25	400	7000	2.800.000
3	1,00	1.600	7000	11.200.000
4	0,50	800	7000	5.600.000
5	0,50	800	7000	5.600.000
6	2,00	3.200	7000	22.400.000
7	0,50	800	7000	5.600.000
8	3,00	4.800	7000	33.600.000
9	0,75	1.200	7000	8.400.000
10	0,50	800	7000	5.600.000
11	0,25	400	7000	2.800.000
12	0,50	800	7000	5.600.000
13	0,25	400	7000	2.800.000
14	0,75	1.200	7000	8.400.000
15	0,25	400	7000	2.800.000
16	0,75	1.200	7000	8.400.000
17	0,50	800	7000	5.600.000
18	0,75	1.200	7000	8.400.000
19	1,00	1.600	7000	11.200.000
20	0,75	1.200	7000	8.400.000
21	0,50	800	7000	5.600.000
22	0,50	800	7000	5.600.000
23	1,00	1.600	7000	11.200.000
24	0,50	800	7000	5.600.000
25	0,25	400	7000	2.800.000
Jumlah	30.800,00	30.800	175.000	215.600.000
Rata-rata	123.200	1.232	7.000	8.624.000

Lampiran G. Biaya Pengolahan Lahan, Penanaman Panjatan dan Penanaman Bibit

No. Responden	Luas Lahan (Ha)	Pengolahan Lahan Dan Penanaman Panjatan					Penanaman Bibit				
		Waktu (Hari)	Jumlah TK	HOK	Upah	Biaya TK 1	Waktu (Hari)	Jumlah TK	HOK	Upah	Biaya TK 2
1	1,75	6	5	30	60.000	1.800.000	3	10	30	60.000	1.800.000
2	0,25	1	2	2	60.000	120.000	1	3	3	60.000	180.000
3	1,00	4	5	20	60.000	1.200.000	2	8	16	60.000	960.000
4	0,50	3	3	9	60.000	540.000	2	5	10	60.000	600.000
5	0,50	2	2	4	60.000	240.000	3	3	9	60.000	540.000
6	2,00	6	5	30	60.000	1.800.000	4	10	40	60.000	2.400.000
7	0,50	3	3	9	60.000	540.000	3	3	9	60.000	540.000
8	3,00	7	10	70	60.000	4.200.000	6	10	60	60.000	3.600.000
9	0,75	4	2	8	60.000	480.000	3	5	15	60.000	900.000
10	0,50	3	2	6	60.000	360.000	2	3	6	60.000	360.000
11	0,25	3	2	6	60.000	360.000	2	3	6	60.000	360.000
12	0,50	4	2	8	60.000	480.000	3	3	9	60.000	540.000
13	0,25	2	4	8	60.000	480.000	2	2	4	60.000	240.000
14	0,75	5	4	20	60.000	1.200.000	3	4	12	60.000	720.000
15	0,25	3	2	6	60.000	360.000	1	4	4	60.000	240.000
16	0,75	4	5	20	60.000	1.200.000	1	8	8	60.000	480.000
17	0,50	4	3	12	60.000	720.000	2	4	8	60.000	480.000
18	0,75	5	5	25	60.000	1.500.000	2	6	12	60.000	720.000
19	1,00	5	7	35	60.000	2.100.000	2	8	16	60.000	960.000
20	0,75	4	4	16	60.000	960.000	3	4	12	60.000	720.000
21	0,50	3	4	12	60.000	720.000	3	2	6	60.000	360.000

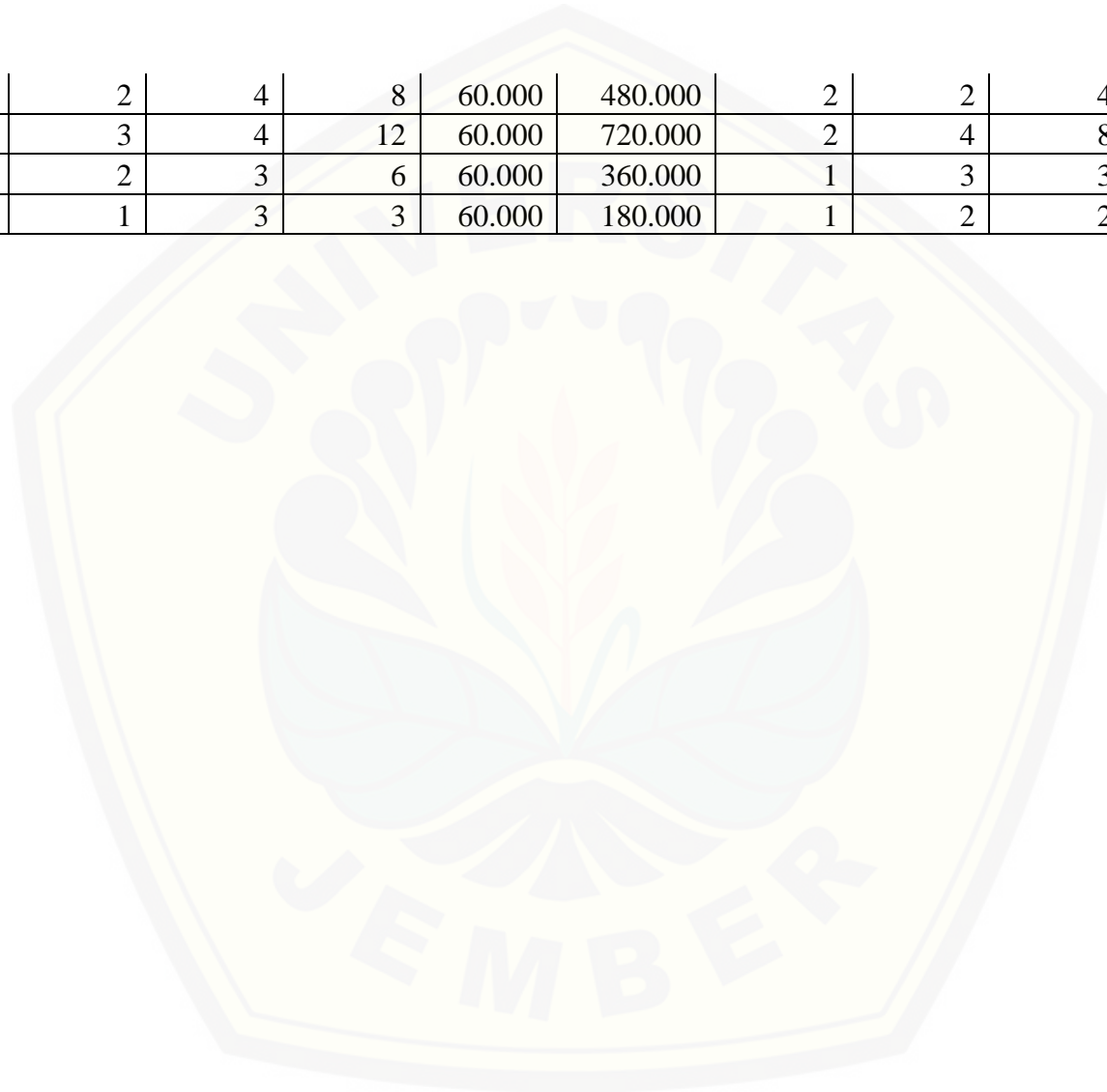
22	0,50	2	5	10	60.000	600.000	3	2	6	60.000	360.000
23	1,00	3	6	18	60.000	1.080.000	2	8	16	60.000	960.000
24	0,50	2	4	8	60.000	480.000	2	6	12	60.000	720.000
25	0,25	2	3	6	60.000	360.000	1	5	5	60.000	300.000



Lampiran H. Biaya Pemangkasan dan Pengikatan, Biaya Pemupukan

No. Responden	Luas Lahan (Ha)	Pemangkasan Dan Pengikatan					Pemupukan				
		Waktu (Hari)	Jumlah TK	HOK	Upah	Biaya TK 3	Waktu (Hari)	Jumlah TK	HOK	Upah	Biaya TK 4
1	1,75	2	6	12	60.000	720.000	2	5	10	60.000	600.000
2	0,25	3	1	3	60.000	180.000	1	1	1	60.000	60.000
3	1,00	2	4	8	60.000	480.000	2	4	8	60.000	480.000
4	0,50	2	3	6	60.000	360.000	1	3	3	60.000	180.000
5	0,50	1	4	4	60.000	240.000	1	3	3	60.000	180.000
6	2,00	2	6	12	60.000	720.000	2	7	14	60.000	840.000
7	0,50	2	3	6	60.000	360.000	2	2	4	60.000	240.000
8	3,00	3	8	24	60.000	1.440.000	4	6	24	60.000	1.440.000
9	0,75	2	5	10	60.000	600.000	2	3	6	60.000	360.000
10	0,50	3	3	9	60.000	540.000	2	2	4	60.000	240.000
11	0,25	1	3	3	60.000	180.000	2	1	2	60.000	120.000
12	0,50	2	2	4	60.000	240.000	1	3	3	60.000	180.000
13	0,25	2	2	4	60.000	240.000	1	2	2	60.000	120.000
14	0,75	2	4	8	60.000	480.000	2	3	6	60.000	360.000
15	0,25	1	2	2	60.000	120.000	2	1	2	60.000	120.000
16	0,75	2	5	10	60.000	600.000	3	2	6	60.000	360.000
17	0,50	2	3	6	60.000	360.000	2	2	4	60.000	240.000
18	0,75	2	5	10	60.000	600.000	3	2	6	60.000	360.000
19	1,00	2	6	12	60.000	720.000	2	4	8	60.000	480.000
20	0,75	2	4	8	60.000	480.000	2	3	6	60.000	360.000
21	0,50	3	3	9	60.000	540.000	2	2	4	60.000	240.000

22	0,50	2	4	8	60.000	480.000	2	2	4	60.000	240.000
23	1,00	3	4	12	60.000	720.000	2	4	8	60.000	480.000
24	0,50	2	3	6	60.000	360.000	1	3	3	60.000	180.000
25	0,25	1	3	3	60.000	180.000	1	2	2	60.000	120.000



Lampiran I. Biaya Tenaga Kerja Pemetikan Hasil Panen

No. Responden	Luas Lahan (Ha)	Pemetikan Hasil Panen				
		Waktu (Hari)	Jumlah TK	HOK	Upah	Biaya TK 5
1	1,75	1	10	10	60.000	600.000
2	0,25	1	5	5	60.000	300.000
3	1,00	1	8	8	60.000	480.000
4	0,50	1	6	6	60.000	360.000
5	0,50	1	6	6	60.000	360.000
6	2,00	2	8	16	60.000	960.000
7	0,50	1	6	6	60.000	360.000
8	3,00	2	10	20	60.000	1.200.000
9	0,75	1	7	7	60.000	420.000
10	0,50	1	6	6	60.000	360.000
11	0,25	1	5	5	60.000	300.000
12	0,50	1	6	6	60.000	360.000
13	0,25	1	5	5	60.000	300.000
14	0,75	1	7	7	60.000	420.000
15	0,25	1	5	5	60.000	300.000
16	0,75	1	7	7	60.000	420.000
17	0,50	1	6	6	60.000	360.000
18	0,75	1	7	7	60.000	420.000
19	1,00	1	8	8	60.000	480.000
20	0,75	1	7	7	60.000	420.000
21	0,50	1	6	6	60.000	360.000
22	0,50	1	6	6	60.000	360.000
23	1,00	1	9	9	60.000	540.000
24	0,50	1	6	6	60.000	360.000
25	0,25	1	5	5	60.000	300.000

Lampiran J. Total Biaya Tenaga Kerja

No. Responden	Luas Lahan (Ha)	Biaya TK 1	Biaya TK 2	Biaya TK 3	Biaya TK 4	Biaya TK 5	Total Biaya TK
1	1,75	1.800.000	1.800.000	720.000	600.000	600.000	4.920.000
2	0,25	120.000	180.000	180.000	60.000	300.000	540.000
3	1,00	1.200.000	960.000	480.000	480.000	480.000	3.120.000
4	0,50	540.000	600.000	360.000	180.000	360.000	1.680.000
5	0,50	240.000	540.000	240.000	180.000	360.000	1.200.000
6	2,00	1.800.000	2.400.000	720.000	840.000	960.000	5.760.000
7	0,50	540.000	540.000	360.000	240.000	360.000	1.680.000
8	3,00	4.200.000	3.600.000	1.440.000	1.440.000	1.200.000	10.680.000
9	0,75	480.000	900.000	600.000	360.000	420.000	2.340.000
10	0,50	360.000	360.000	540.000	240.000	360.000	1.500.000
11	0,25	360.000	360.000	180.000	120.000	300.000	1.020.000
12	0,50	480.000	540.000	240.000	180.000	360.000	1.440.000
13	0,25	480.000	240.000	240.000	120.000	300.000	1.080.000
14	0,75	1.200.000	7.200.000	480.000	360.000	420.000	9.240.000
15	0,25	360.000	240.000	120.000	120.000	300.000	840.000
16	0,75	1.200.000	480.000	600.000	360.000	420.000	2.640.000
17	0,50	720.000	480.000	360.000	240.000	360.000	1.800.000
18	0,75	1.500.000	720.000	600.000	360.000	420.000	3.180.000
19	1,00	2.100.000	960.000	720.000	480.000	480.000	4.260.000
20	0,75	960.000	720.000	480.000	360.000	420.000	2.520.000
21	0,50	720.000	360.000	540.000	240.000	360.000	1.860.000
22	0,50	600.000	360.000	480.000	240.000	360.000	1.680.000

23	1,00	1.080.000	960.000	720.000	480.000	540.000	3.240.000
24	0,50	480.000	720.000	360.000	180.000	360.000	1.740.000
25	0,25	360.000	300.000	180.000	120.000	300.000	960.000
Jumlah	19,25	23.880.000	26.520.000	11.940.000	8.580.000	11.100.000	70.920.000
Rata-rata	0,77	955.200	1.060.800	477.600	343.200	444.000	2.836.800

Lampiran K. Biaya Pupuk

No Responden	Luas Lahan(Ha)	Pupuk Organik			NPK Mutiara			Total Biaya Pupuk
		Jumlah (kw)	Harga	Total	Jumlah (Kw)	Harga	Total	
1	1,75	14	60.000	840.000	5,25	950.000	4.987.500	5.827.500
2	0,25	2	60.000	120.000	0,75	950.000	712.500	832.500
3	1,00	8	60.000	480.000	3	950.000	2.850.000	3.330.000
4	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
5	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
6	2,00	16	60.000	960.000	6	950.000	5.700.000	6.660.000
7	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
8	3,00	24	60.000	1.440.000	9	950.000	8.550.000	9.990.000
9	0,75	6	60.000	360.000	2,25	950.000	2.137.500	2.497.500
10	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
11	0,25	2	60.000	120.000	0,75	950.000	712.500	832.500
12	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
13	0,25	2	60.000	120.000	0,75	950.000	712.500	832.500
14	0,75	6	60.000	360.000	2,25	950.000	2.137.500	2.497.500
15	0,25	2	60.000	120.000	0,75	950.000	712.500	832.500
16	0,75	6	60.000	360.000	2,25	950.000	2.137.500	2.497.500
17	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
18	0,75	6	60.000	360.000	2,25	950.000	2.137.500	2.497.500
19	1,00	8	60.000	480.000	3	950.000	2.850.000	3.330.000
20	0,75	6	60.000	360.000	2,25	950.000	2.137.500	2.497.500
21	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000

22	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
23	1,00	8	60.000	480.000	3	950.000	2.850.000	3.330.000
24	0,50	4	60.000	240.000	1,5	950.000	1.425.000	1.665.000
25	0,25	2	60.000	120.000	0,75	950.000	712.500	832.500
Total		154	1.500.000	9.240.000	57,75	23.750.000	54.862.500	64.102.500
Rata-rata		6,16	60.000	369.600	2,31	950.000	2.194.500	2.564.100

Lampiran L. Total Biaya Obat-obatan

No Responden	Luas Lahan(Ha)	Obat-Obatan				Total Biaya Obat-obatan
		Pupuk Daun (ℓ)	Biaya Pupuk Daun	Atonik (ℓ)	Biaya Atonik	
1	1,75	5	25.000	2	20.000	45.000
2	0,25	5	25.000	2	20.000	45.000
3	1,00	5	25.000	2	20.000	45.000
4	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
5	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
6	2,00	5	25.000	2	20.000	45.000
7	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
8	3,00	5	25.000	2	20.000	45.000
9	0,75	5	25.000	2	20.000	45.000
10	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
11	0,25	5	25.000	2	20.000	45.000
12	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
13	0,25	5	25.000	2	20.000	45.000
14	0,75	5	25.000	2	20.000	45.000
15	0,25	5	25.000	2	20.000	45.000
16	0,75	5	25.000	2	20.000	45.000
17	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
18	0,75	5	25.000	2	20.000	45.000
19	1,00	5	25.000	2	20.000	45.000
20	0,75	5	25.000	2	20.000	45.000
21	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000

22	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
23	1,00	5	25.000	2	20.000	45.000
24	0,50	5	25.000	2	20.000	45.000
25	0,25	5	25.000	2	20.000	45.000
Total	19,25	125	625.000	50	500.000	1.125.000
Rata-rata	0,77	5	25000	2	20000	45000

Lampiran M. Biaya Variabel

No Responden	Luas Lahan(Ha)	Biaya Tiang	Biaya Pupuk	Biaya Obat-obatan	Pengairan Pompa	Biaya TK	Total Biaya Variabel
1	1,75	19.600.000	5.827.500	45.000	1.050.000	4.920.000	31.442.500
2	0,25	2.800.000	832.500	45.000	150.000	540.000	4.367.500
3	1,00	11.200.000	3.330.000	45.000	600.000	3.120.000	18.295.000
4	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.680.000	9.290.000
5	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.200.000	8.810.000
6	2,00	22.400.000	6.660.000	45.000	1.200.000	5.760.000	36.065.000
7	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.680.000	9.290.000
8	3,00	33.600.000	9.990.000	45.000	1.800.000	10.680.000	56.115.000
9	0,75	8.400.000	2.497.500	45.000	450.000	2.340.000	13.732.500
10	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.500.000	9.110.000
11	0,25	2.800.000	832.500	45.000	150.000	1.020.000	4.847.500
12	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.440.000	9.050.000
13	0,25	2.800.000	832.500	45.000	150.000	1.080.000	4.907.500
14	0,75	8.400.000	2.497.500	45.000	450.000	9.240.000	20.632.500
15	0,25	2.800.000	832.500	45.000	150.000	840.000	4.667.500
16	0,75	8.400.000	2.497.500	45.000	450.000	2.640.000	14.032.500
17	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.800.000	9.410.000
18	0,75	8.400.000	2.497.500	45.000	450.000	3.180.000	14.572.500
19	1,00	11.200.000	3.330.000	45.000	600.000	4.260.000	19.435.000
20	0,75	8.400.000	2.497.500	45.000	450.000	2.520.000	13.912.500
21	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.860.000	9.470.000
22	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.680.000	9.290.000

23	1,00	11.200.000	3.330.000	45.000	600.000	3.240.000	18.415.000
24	0,50	5.600.000	1.665.000	45.000	300.000	1.740.000	9.350.000
25	0,25	2.800.000	832.500	45.000	150.000	960.000	4.787.500
Total	19,25	215.600.000	64.102.500	1.125.000	11.550.000	70.920.000	363.297.500
Rata-rata	0,77	8.624.000	2.564.100	45.000	462.000	2.836.800	14.531.900

Lampiran N. Total Biaya

No. Responden	Luas Lahan(Ha)	Total Biaya Tetap (Rp)	Total Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	1,75	26.875.000	31.442.500	58.317.500
2	0,25	3.850.000	4.367.500	8.217.500
3	1,00	15.400.000	18.295.000	33.695.000
4	0,50	7.700.000	9.290.000	16.990.000
5	0,50	7.700.000	8.810.000	16.510.000
6	2,00	30.800.000	36.065.000	66.865.000
7	0,50	7.700.000	9.290.000	16.990.000
8	3,00	46.200.000	56.115.000	102.315.000
9	0,75	11.550.000	13.732.500	25.282.500
10	0,50	7.700.000	9.110.000	16.810.000
11	0,25	3.850.000	4.847.500	8.697.500
12	0,50	7.700.000	9.050.000	16.750.000
13	0,25	3.850.000	4.907.500	8.757.500
14	0,75	11.550.000	20.632.500	32.182.500
15	0,25	3.850.000	4.667.500	8.517.500
16	0,75	11.550.000	14.032.500	25.582.500
17	0,50	7.700.000	9.410.000	17.110.000
18	0,75	11.550.000	14.572.500	26.122.500
19	1,00	15.400.000	19.435.000	34.835.000
20	0,75	11.550.000	13.912.500	25.462.500
21	0,50	7.700.000	9.470.000	17.170.000
22	0,50	7.700.000	9.290.000	16.990.000
23	1,00	15.400.000	18.415.000	33.815.000
24	0,50	7.700.000	9.350.000	17.050.000
25	0,25	3.850.000	4.787.500	8.637.500
Jumlah	19,25	296.375.000	363.297.500	659.672.500
Rata-rata	0,77	11.855.000	14.531.900	26.386.900

Lampiran O. Manfaat Sosial Anggota Kelompok Tani

No.	kategori	Sumber	
		Kelompok Tani	Luar Kelompok
1.	Kepastian Informasi		
	- Benih yang baik	√	
	- Pengobatan yang benar	√	√
	- Pemupukan yang benar	√	√
	- Pengolahan lahan	√	
	- Cara pemetikan	√	
	- Harga saprodi	√	√
	- Harga jual	√	√
2.	Kepastian Saprodi		
	- Benih/bibit	√	
	- Pupuk organik	√	
	- Obat daun, Atonik		√
	- Tiang Panjatan	√	
3.	Pembayaran hasil		
	- Sistem kredit	√	
4.	Kredit Pembelian Saprodi	√	
5.	Kegagalan Produksi		
	- Ditanggung sendiri	√	
	- Ditanggung bersama		
	- Ditanggung kelompok		
6.	Kegagalan Tataniaga		
	- Ditanggung sendiri		
	- Ditanggung bersama	√	
	- Ditanggung kelompok		

Lampiran P. Hasil Produktivitas Produksi

No. Responden	Luas Lahan(Ha)	Jumlah Pohon	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/Ha)
1	1,75	2.800	10,5	6
2	0,25	400	1,5	6
3	1,00	1.600	6	6
4	0,50	800	3	6
5	0,50	800	3	6
6	2,00	3.200	12	6
7	0,50	800	3	6
8	3,00	4.800	18	6
9	0,75	1.200	4,5	6
10	0,50	800	3	6
11	0,25	400	1,5	6
12	0,50	800	3	6
13	0,25	400	1,5	6
14	0,75	1.200	4,5	6
15	0,25	400	1,5	6
16	0,75	1.200	4,5	6
17	0,50	800	3	6
18	0,75	1.200	4,5	6
19	1,00	1.600	6	6
20	0,75	1.200	4,5	6
21	0,50	800	3	6
22	0,50	800	3	6
23	1,00	1.600	6	6
24	0,50	800	3	6
25	0,25	400	1,5	6
Jumlah	19,25	30.800	115,5	150
Rata-rata	0,77	1232	4,62	6

Lampiran Q. Pendapatan dari Penjualan Harga Petani

No. Responden	Luas Lahan(Ha)	Jumlah Produksi (Kg)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan Anggota
1	1,75	10500	17.000	178.500.000	58.317.500	120.182.500
2	0,25	1500	17.000	25.500.000	8.217.500	17.282.500
3	1,00	6000	17.000	102.000.000	33.695.000	68.305.000
4	0,50	3000	17.000	51.000.000	16.990.000	34.010.000
5	0,50	3000	17.000	51.000.000	16.510.000	34.490.000
6	2,00	12000	17.000	204.000.000	66.865.000	137.135.000
7	0,50	3000	17.000	51.000.000	16.990.000	34.010.000
8	3,00	18000	17.000	306.000.000	102.315.000	203.685.000
9	0,75	4500	17.000	76.500.000	25.282.500	51.217.500
10	0,50	3000	17.000	51.000.000	16.810.000	34.190.000
11	0,25	1500	17.000	25.500.000	8.697.500	16.802.500
12	0,50	3000	17.000	51.000.000	16.750.000	34.250.000
13	0,25	1500	17.000	25.500.000	8.757.500	16.742.500
14	0,75	4500	17.000	76.500.000	32.182.500	44.317.500
15	0,25	1500	17.000	25.500.000	8.517.500	16.982.500
16	0,75	4500	17.000	76.500.000	25.582.500	50.917.500
17	0,50	3000	17.000	51.000.000	17.110.000	33.890.000
18	0,75	4500	17.000	76.500.000	26.122.500	50.377.500
19	1,00	6.000	17.000	102.000.000	34.835.000	67.165.000
20	0,75	4500	17.000	76.500.000	25.462.500	51.037.500
21	0,50	3000	17.000	51.000.000	17.170.000	33.830.000
22	0,50	3000	17.000	51.000.000	16.990.000	34.010.000

23	1,00	6.000	17.000	102.000.000	33.815.000	68.185.000
24	0,50	3000	17.000	51.000.000	17.050.000	33.950.000
25	0,25	1500	17.000	25.500.000	8.637.500	16.862.500
Jumlah	19,25	115.500	425.000	1.963.500.000	659.672.500	1.303.827.500
Rata-rata	0,77	4.620	17.000	78.540.000	26.386.900	52.153.100

Lampiran R. Biaya Pemasaran Tujuan Surabaya dan Jakarta**Biaya Pengepakan, Biaya Penggudangan dan Biaya Pemasaran Tujuan Surabaya**

Produksi (Kg)	Biaya Pengepakan Dan Penggudangan				Total Biaya Penegapakan & Penggudangan
	Jumlah Peti	Harga Perpeti	Jumlah Biaya Pengepakan	Biaya Tk Gudang	
48.125	1.925	4.000	7.700.000	140000	7.840.000

Biaya Pemasaran Untuk Surabaya

Produksi (Kg)	Total Biaya Penegapakan & Penggudangan	Biaya 2 TK Pengirim	Biaya Transportasi (@Kg)	Total Biaya Transportasi	Biaya Bongkar (@Kg)	Total Biaya Bongkar	Total Biaya Pasar (Rp)	Biaya perKg
48.125	7.840.000	300.000	700	33.687.500	100	4.812.500	46.640.000	969

Biaya Pengepakan, Biaya Penggudangan dan Biaya Pemasaran Tujuan Jakarta

Produksi (Kg)	Biaya Pengepakan Dan Penggudangan				Total Biaya Penegapakan & Penggudangan
	Jumlah Peti	Harga Perpeti	Jumlah Biaya Pengepakan	Biaya Tk Gudang	
67375	2695	4.000	10.780.000	140000	10.920.000

Biaya Pemasaran Untuk Jakarta

Produksi (Kg)	Total Biaya Penegapakan & Penggudangan	Biaya 2 TK Pengirim	Biaya Transportasi (@Kg)	Total Biaya Transportasi	Biaya Bongkar (@Kg)	Total Biaya Bongkar	Total Biaya Pasar (Rp)	Biaya perKg
67.375	10.920.000	500.000	1000	67.375.000	100	6.737.500	85.532.500	1.269

Lampiran S. Keuntungan Lembaga Kelompok Tani**Hasil Penjualan Ke Surabaya**

Produksi (Kg)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)	Hasil Penjualan Kotor (Rp)	Pendapatan Petani (Rp)	Keuntungan Penjualan (Rp)	Laba Perkg (Rp)
48125	19000	914375000	46.640.000	867.735.000	818.125.000	49.610.000	1.031

Hasil Penjualan Ke Jakarta

Produksi (Kg)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)	Hasil Penjualan Kotor (Rp)	Pendapatan Petani (Rp)	Keuntungan Penjualan (Rp)	Laba Perkg (Rp)
67375	21000	1414875000	85.532.500	1.329.342.500	1.145.375.000	183.967.500	2.731

Keuntungan Bersih Lembaga Tujuan Surabaya

Produksi (Kg)	Penjualan Bersih Ke Surabaya (Rp)	Komisi 8% Dari Sisa Hasil Penjualan (Rp)	Keuntungan Penjualan (Rp)	Laba Bersih Lkt (Rp)
48125	867.735.000	69.418.800	49.610.000	119.028.800

Keuntungan Bersih Lembaga Tujuan Jakarta

Produksi (Kg)	Penjualan Bersih Ke Jakarta (Rp)	Komisi 8% Dari Sisa Hasil Penjualan (Rp)	Keuntungan Penjualan (Rp)	Laba Bersih Lkt (Rp)
67375	1.329.342.500	106.347.400	183.967.500	290.314.900