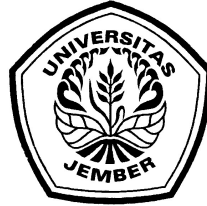


**DAMPAK SOSIAL EKONOMI PENERAPAN *E-COMMERCE*
MELALUI TELECENTER SEMERU
TERHADAP PENGUSAHAAN AGRIBISNIS
DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

**Oleh
Septanty Kurnia Dewi
NIM 061510201045**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**DAMPAK SOSIAL EKONOMI PENERAPAN *E-COMMERCE*
MELALUI TELECENTER SEMERU
TERHADAP PENGUSAHAAN AGRIBISNIS
DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program Strata Satu Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh :

**Septanty Kurnia Dewi
NIM 061510201045**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

1. Ayahanda Ir. H. Sentot Tugiman PriyoraHardjo, dan Ibunda Dra. Hj. Riniati, M.P. tercinta, terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, kesabaran, dukungan moril dan materiil, doa yang selalu dipanjatkan, dan motivasi yang tak henti diberikan selama ini.
2. Kakekku Prof. Ir. H. Toekidjan Prawirosoedirdjo, nenekku Rr. H. Sulastri, terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan doanya.
3. Adikku Hertanto Suryoprayogo, terima kasih atas dukungan dan inspirasinya.
4. Kedua kakak angkatku dan sahabat-sahabatku, terima kasih atas doa, semangat, bantuan dan dukungannya selama ini.
5. Almamaterku Universitas Jember

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al Insiroh ayat 7)

SKRIPSI BERJUDUL

**DAMPAK SOSIAL EKONOMI PENERAPAN *E-COMMERCE*
MELALUI TELECENTER SEMERU
TERHADAP PENGUSAHAAN AGRIBISNIS
DI KABUPATEN LUMAJANG**

Oleh

Septanty Kurnia Dewi
NIM. 061510201045

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Ir. Evita Soliha Hani, M.P.

Dosen Pembimbing Anggota : Djoko Soejono, S.P., M.P.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **Dampak Sosial Ekonomi Penerapan *E-Commerce* melalui Telecenter Semeru terhadap Pengusahaan Agribisnis di Kabupaten Lumajang**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 3 April 2012

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Tim penguji :

Penguji 1,

Dr. Ir. Evita Soliha Hani, M.P.

NIP. 196309031990022001

Penguji 2,

Penguji 3,

Djoko Soejono, S.P., M.P.

NIP. 197001151997021002

Aryo Fajar Sunartomo, S.P., M.Si.

NIP. 197401161999031001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, MP.

NIP. 196111101988021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septanty Kurnia Dewi

NIM : 061510201045

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul : **”Dampak Sosial Ekonomi Penerapan *E-Commerce* melalui Telecenter Semeru terhadap Pengusahaan Agribisnis di Kabupaten Lumajang”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Maret 2012

Yang Menyatakan

Septanty Kurnia Dewi
NIM. 061510201045

RINGKASAN

Dampak Sosial Ekonomi Penerapan *E-Commerce* melalui Telecenter Semeru terhadap Pengusahaan Agribisnis di Kabupaten Lumajang; Septanty Kurnia Dewi, 061510201045; Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Sektor pertanian dihadapkan pada sejumlah kendala, antara lain kurangnya pemanfaatan teknologi dan sulitnya pemasaran. Dalam rangka mengembalikan kedudukan sektor pertanian ke posisi strategis, maka perlu upaya yang dilakukan melalui pendekatan baru, yaitu pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di berbagai kegiatan pertanian. Salah satu penerapan TIK pada bidang pertanian tampak pada aktifitas *e-commerce* (kegiatan jual beli produk menggunakan internet) melalui Telecenter Semeru di Kabupaten Lumajang. Media yang diberikan pemerintah berupa *Telecenter* dapat mempermudah masyarakat dalam menerapkan *e-commerce*. Penerapan *e-commerce* diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi keberlangsungan usaha agribisnis.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: 1) Karakteristik pengusaha agribisnis pengguna Telecenter Semeru sebagai media *e-commerce*, 2) Mekanisme penerapan *e-commerce* melalui Telecenter Semeru, 3) Dampak ekonomi penerapan *e-commerce* melalui Telecenter Semeru, 4) Dampak sosial penerapan *e-commerce* melalui Telecenter Semeru. Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan metode sengaja di Kabupaten Lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode analitik. Metode pengambilan contoh dilakukan dengan menggunakan metode Total Sampling. Data penelitian yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah uji beda (uji t) dan uji tanda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha agribisnis pengguna Telecenter Semeru sebagai media *e-commerce* adalah sebagai berikut : 1) rata-rata usia 42,5 tahun, 2) sebagian besar pengusaha adalah pria, 3) pendidikan bervariasi mulai tamat SD hingga sarjana, 4) pengalaman usaha bervariasi dari 1 tahun hingga 12 tahun, 2) Mekanisme penerapan *e-commerce* melalui Telecenter Semeru meliputi permohonan ke Telecenter, kesepakatan Telecenter Semeru

dengan pengusaha agribisnis, publikasi, respon konsumen, penyampaian informasi permintaan, negosiasi, transaksi, transfer, pencairan, pembayaran pada pengusaha agribisnis, penyerahan produk pada Telecenter, dan pengiriman produk

Hasil analisis menggunakan uji t menunjukkan bahwa terjadi perluasan pasar setelah menerapkan *e-commerce* melalui Telecenter Semeru. Hasil analisis menggunakan uji t menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan dan pendapatan dari pengusaha agribisnis setelah menerapkan *e-commerce* melalui Telecenter Semeru. Hasil analisis menggunakan uji tanda menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengetahuan tentang internet, pengetahuan tentang *e-commerce*, peran dalam masyarakat, dan penghargaan terhadap pengusaha agribisnis setelah menerapkan *e-commerce* melalui Telecenter Semeru.

Kata kunci : Dampak Sosial, Dampak Ekonomi, *E-Commerce*, Telecenter Semeru, Pengusaha Agribisnis

SUMMARY

Socio-Economic Impact of *E-Commerce* Implementation through Semeru Telecenter for Agribusiness in Lumajang; Septanty Kurnia Dewi, 061510201045; Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

The agricultural sector faced a number obstacles, including lack of technology utilization and marketing difficulties. In order to restore the position of the agricultural sector into a strategic position, it needs efforts through a new approach, that is the utilization of Information and Communications Technology (ICT) in various agricultural activities. One of ICT implementation in agriculture appears on the application of e-commerce (products trading activity using the internet) through the Semeru Telecenter in Lumajang. Implementation of e-commerce is expected to provide positive impacts on the sustainability of agribusiness.

The study was done to find out: 1) Characteristics of agribusinessman of Semeru Telecenter users as e-commerce media, 2) E-commerce implementation mechanisms through Semeru Telecenter, 3) The economic impact of e-commerce through Semeru Telecenter 4) Social impact of e-commerce through Semeru Telecenter. This research's location is Lumajang Regency, that was determined by deliberate method. The method used is descriptive method and analytical methods. The method of sampling is done using the Total Sampling method. The data used in this research are the primary data and secondary data. Data analysis method used are t test and sign test.

The results of this research indicate that the characteristics of agribusinessman of Semeru Telecenter users as e-commerce media are as follows: average age of 42.5 years, most of the entrepreneurs are male, the education varied from primary school to graduate, business experience varied from 1 year to 12 years, 2) Mechanism of e-commerce through the Semeru Telecenter include a request to telecenter, telecenter and agribusinessman agreements, publications, consumer response, request information delivery, negotiation, agreement/

transaction, transfer, disbursement, payment on employers, delivery product to telecenter, and product delivery to consumer.

The results of analysis using a t test showed that there was expansion of the market after applying e-commerce through the Telecenter Semeru. The results of analysis using t test showed that there is an increase in production and revenues from agribusinessman after applying e-commerce through the Semeru Telecenter. The analysis using the sign test indicates that there are differences in : knowledge about the internet, knowledge about e-commerce, role in society, and the society respect for agribusinessman after applying e-commerce through the Semeru Telecenter.

Key Words : Social Impact, Economic Impact, E-Commerce, Semeru Telecenter, Agribusiness Firms

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Dampak Sosial Ekonomi Penerapan *E-Commerce* melalui Telecenter Semeru terhadap Pengusahaan Agribisnis di Kabupaten Lumajang**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1), pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Evita Soliha Hani, M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama, Djoko Soejono, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing Anggota, dan Aryo Fajar Sunartomo, S.P, M.Si. selaku Penguji yang telah meluangkan waktu, pikiran, serta perhatian dalam penyusunan skripsi ini;
2. Titin Agustina, SP. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa;
3. Bapak Sahlan Basyar selaku Manajer Telecenter Semeru yang telah memberikan banyak bantuan dan informasi,
4. Orang tua, kakek, nenek, dan adikku yang selalu memberikan doa dan dorongan demi terselesaikannya skripsi ini;
5. Kedua kakak angkat serta sahabat-sahabatku atas motivasi dan dukungannya;
6. I-MHERE yang telah memberi bantuan dana demi terselesaikannya skripsi ini;
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada mereka yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN DOSEN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat	6
1.3.1 Tujuan	6
1.3.2 Manfaat	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Konsep Agribisnis	8
2.2 Konsep Pemasaran	10
2.2.1 Konsep Pemasaran Elektronik (<i>E-Marketing</i>)	11
2.2.2 Konsep Perdagangan Elektronik (<i>E-Commerce</i>)	12
2.3 Telecenter sebagai Media <i>E-Commerce</i>	18
2.4 Teori Pendapatan	20
2.5 Kerangka Pemikiran	21

2.6 Hipotesis	28
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Penentuan Daerah Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Metode Pengambilan Contoh	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Metode Analisis Data.....	30
3.6 Definisi Operasional	33
BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	36
4.1 Keadaan Geografis	36
4.2 Keadaan dan Jenis Penggunaan Tanah.....	36
4.3 Potensi Pertanian dan Agroindustri.....	38
4.3.1 Potensi Pertanian	38
4.3.2 Potensi Agroindustri	40
4.4 Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk.....	41
4.4.1 Keadaan Penduduk Menurut Usia	41
4.4.2 Struktur Perekonomian.....	42
4.4.3 Kondisi Penduduk Menurut Pendidikan dan Sarana Pendidikan Formal.....	44
4.5 Profil Telecenter Semeru	45
4.5.1 Sejarah Telecenter Semeru.....	45
4.5.2 Konsep Telecenter.....	47
4.5.3 Maksud dan Tujuan Pendirian Telecenter.....	48
4.5.4 Lokasi Telecenter Semeru.....	49
4.5.5 Pengelola Telecenter.....	49
4.5.6 Layanan yang Tersedia di Telecenter Semeru.....	50
4.5.7 <i>Website</i> Telecenter Semeru.....	52
4.5.8 Kisah Sukses Telecenter Semeru.....	56

BAB 5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
5.1 Karakteristik Pengusaha Agribisnis Pengguna Telecenter Semeru sebagai Media <i>E-commerce</i>	57
5.2 Mekanisme Penerapan <i>E-commerce</i> melalui Telecenter Semeru	62
5.3 Dampak Ekonomi Penerapan <i>E-commerce</i> melalui Telecenter Semeru.....	68
5.3.1 Dampak Penerapan <i>E-commerce</i> melalui Telecenter Semeru terhadap Perluasan Pasar.....	68
5.3.2 Dampak Penerapan <i>E-commerce</i> melalui Telecenter Semeru terhadap Penjualan Pengusaha Agribisnis....	71
5.3.3 Dampak Penerapan <i>E-commerce</i> melalui Telecenter Semeru terhadap Pendapatan Pengusaha Agribisnis....	75
5.4 Dampak Sosial Penerapan <i>E-commerce</i> terhadap Pengusaha Agribisnis di Kabupaten Lumajang	79
 BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	 84
6.1 Kesimpulan	84
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Telecenter di Jawa Timur.....	4
1.2	Data Pengusaha Agribisnis Pengguna Telecenter Semeru sebagai Media <i>E-Commerce</i>	5
2.1	Perbandingan Media Perdagangan Tradisional dan Perdagangan Elektronik.....	15
4.1	Penggunaan Tanah di Kabupaten Lumajang Tahun 2010.....	37
4.2	Banyaknya Rumah Tangga Pertanian Menurut Jenis Usaha Pertanian Tahun 2003.....	38
4.3	Statistik Tanaman Padi dan Palawija Kab Lumajang.....	39
4.4	Jenis Agroindustri, Jumlah Sentra, dan Volume Produksi di Kabupaten Lumajang Tahun 2010.....	40
4.5	Jumlah Penduduk Kabupaten Lumajang Berdasarkan Pembagian Golongan Usia Tahun 2009.....	41
4.6	PDRB Kabupaten Lumajang Menurut Lapangan Usaha, Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2009.....	43
4.7	Jumlah Siswa Sekolah Menurut Jenjang Pendidikan di Kabupaten Lumajang Tahun 2009.....	44
4.8	Sarana Pendidikan Formal di Kabupaten Lumajang Tahun 2009.....	45
5.1	Usia, Gender, Pendidikan, Pengalaman, Pengusaha Agribisnis Pengguna Telecenter Semeru sebagai Media <i>E-Commerce</i>	57
5.2	Jarak Tempat Tinggal dengan Telecenter Semeru, Pengalaman Kerja dan Pekerjaan, dan Organisasi / Peran dalam Masyarakat Pengusaha Agribisnis Pengguna Telecenter Semeru sebagai Media <i>E-Commerce</i>	59
5.3	Usia, Gender, Pendidikan, Pengurus Telecenter Semeru.....	61

5.4	Daerah Pemasaran Produk Agribisnis Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	69
5.5	Uji Tanda Dampak Penerapan <i>E-Commerce</i> melalui Telecenter Semeru terhadap Perluasan Pasar Produk Agribisnis.....	71
5.6	Jumlah Penjualan Pengusaha Agribisnis Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-commerce</i>	72
5.7	Peningkatan Penjualan dan Proporsi Peningkatan Penjualan Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	73
5.8	Analisis Perbedaan Penjualan Sebelum dan Sesudah Penerapan <i>E-Commerce</i> melalui Telecenter Semeru.....	73
5.9	Penjualan dan Proporsi Nilai Penjualan melalui Telecenter Semeru Setelah Penerapan <i>E-commerce</i>	74
5.10	Pendapatan Pengusaha Agribisnis Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-commerce</i>	76
5.11	Peningkatan Pendapatan dan Proporsi Peningkatan Pendapatan Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	77
5.12	Analisis Perbedaan Pendapatan Sebelum dan Sesudah Penerapan <i>E-Commerce</i> melalui Telecenter Semeru.....	77
5.13	Pendapatan melalui Telecenter Semeru Setelah Penerapan <i>E-commerce</i>	78
5.14	Uji Tanda Dampak Sosial Penerapan <i>E-Commerce</i> melalui Telecenter Semeru terhadap Pengusaha Agribisnis di Kabupaten Lumajang.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Mata Rantai Kegiatan Agribisnis.....	8
2.2	Rangkaian Kesatuan <i>E-Business</i>	13
2.3	Skema Kerangka Pemikiran.....	27
4.1	Struktur Organisasi Telecenter Semeru.....	50
4.2	<i>Website</i> Telecenter Semeru http://semeru.tc.jatimprov.go.id/	53
4.3	<i>Website</i> Jual Beli Telecenter Semeru http://indonetwork.co.id/semerutelecenter	54
4.4	<i>Website</i> Telecenter Semeru http://tcsemeru.wordpress.com/	55
5.1	Mekanisme Penerapan <i>E-Commerce</i> melalui Telecenter Semeru.....	63
5.2	Promosi Produk pada <i>Website</i> Indonetwork.....	64
5.3	Pemesanan Produk melalui <i>Website</i> Indonetwork.....	65
5.4	Berita Mengenai Bapak Sayudi dan Usahnya di <i>Website</i> YPKGM (http://ypkgmlumajang.blogspot.com/).....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Data Pengusaha Agribisnis dan Jenis Usaha Pengguna Telecenter Semeru sebagai Media <i>E-Commerce</i>	90
2	Tahun Penerapan <i>E-Commerce</i> melalui Telecenter Semeru oleh Pengusaha Agribisnis.....	91
3	Daerah Pemasaran Produk Agribisnis Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	92
4	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Keripik Pisang Bapak Sayudi Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	94
5	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Keripik Pisang Bapak Sayudi Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	95
6	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Keripik Pisang Bapak Sayudi Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	96
7	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Keripik Pisang Bapak Sayudi Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	97
8	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Keripik Jahe Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	98
9	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Keripik Jahe Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	99
10	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Keripik Jahe Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	100
11	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Keripik Jahe Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	101
12	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Keripik Pisang Ibu Sujiati Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	102

13	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Keripik Pisang Ibu Sujiati Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	103
14	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Keripik Pisang Ibu Sujiati Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	104
15	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Keripik Pisang Ibu Sujiati Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	105
16	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Usahatani Pisang Mas Kirana Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	106
17	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Usahatani Pisang Mas Kirana Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	107
18	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Usahatani Pisang Mas Kirana Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	108
19	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Usahatani Pisang Mas Kirana Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	109
20	Biaya Produksi Agroindustri Madu Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	110
21	Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Madu Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2004).....	111
22	Biaya Produksi Agroindustri Madu Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	112
23	Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Madu Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	113
24	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Gula Merah Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	114
25	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Gula Merah Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2006).....	115

26	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri Gula Merah Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2008).....	116
27	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri Gula Merah Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2008).....	117
28	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri VCO Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2005).....	118
29	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri VCO Sebelum Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2005).....	119
30	Biaya Variabel dan Biaya Tetap Agroindustri VCO Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2007).....	120
31	Biaya Produksi, Penjualan dan Pendapatan Agroindustri VCO Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i> (Tahun 2007).....	121
32	Hasil Penjualan Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	122
33	Pendapatan Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	123
34	Penjualan melalui Telecenter Semeru Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	124
35	Pendapatan melalui Telecenter Semeru Setelah Penerapan <i>E-Commerce</i>	125
36	Uji Statistik (Uji t) Perbedaan Penjualan Antara Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-commerce</i>	126
37	Uji Statistik (Uji t) Perbedaan Pendapatan Antara Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-commerce</i>	128
38	Uji Tanda Perbedaan Pengetahuan Pengusaha Agribisnis tentang Internet Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-commerce</i> melalui Telecenter Semeru.....	130
39	Uji Tanda Perbedaan Pengetahuan Pengusaha Agribisnis tentang <i>E-commerce</i> Sebelum dan Setelah Penerapan <i>E-commerce</i> melalui Telecenter Semeru.....	132

40	Uji Tanda Perbedaan Peran Pengusaha Agribisnis di Masyarakat Sebelum dan Sesudah Penerapan <i>E-Commerce</i>	134
41	Uji Tanda Perbedaan Penghargaan terhadap Pengusaha Agribisnis Sebelum dan Setelah Pelaksanaan <i>E-commerce</i>	136
42	Dokumentasi.....	138