

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN TOMAT DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR
ANALYSIS OF TOMATO MARKETING EFFICIENCY IN LOMBOK TIMUR DISTRICT

Susanti Agustina, H. Rizal Ahmadi, Rini Winarti.
Fakultas Pertanian, Universitas Gunung Rinjani
susanti.agustina1234@gmail.com

ABSTRACT

The tomato plant has a short life cycle, it can grow to one to three in height. This study aims to determine the marketing channels of tomatoes in East Lombok Regency and to determine the efficiency of tomato marketing on farmers' income in East Lombok Regency. For that, we can know how many marketing channels are in East Lombok Regency and whether the marketing channels are efficient. The study uses descriptive methods. The techniques used are survey and interview techniques. The study is conducted in Lombok east district, by taking three subdistricts as sample locations impressively sampling are Suralaga, Aikmel and Wanasaba district with consideration of the subdistrict have the largest harvest and highest production. The number of respondents was conducted quota sampling as is established by as many as 30 farmers. Whereas the approval of the responders was done by the method of snow ball. Data analysis using order line analysis and marketing efficiency analysis. Research shows that the marketing margin on channel I is Rp 3000 and the second marketing channel is 5000 in efficiency on channel I is 12.57 and channel II is 44.31. Farmers share to channel I is 80% and channel II is 66.67%. So every marketing channel is efficient.

Keywords : Marketing Channel, Marketing Efficiency, Tomato

ABSTRAK

Tomat merupakan tumbuhan siklus hidup singkat, dapat tumbuh setinggi 1 sampai 3 meter. Sifat dari tanaman hortikultura yang mudah rusak ini maka dibutuhkan suatu tindakan ataupun perbuatan terhadap tanaman tersebut hingga komoditas ini dapat dinikmati oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Teknik yang digunakan yaitu teknik survey dan wawancara. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lombok Timur dengan mengambil tiga Kecamatan sebagai lokasi sampel secara purposive sampling yaitu Kecamatan Suralaga, Kecamatan Aikmel dan Kecamatan Wanasaba dengan pertimbangan kecamatan tersebut memiliki luas panen terluas dan produksi tertinggi. Penentuan jumlah responden dilakukan secara Quota Sampling, yaitu ditetapkan sebanyak 30 orang petani sebagai responden. Sedangkan penentuan pedagang responden dilakukan dengan metode Snow Ball. Analisis data menggunakan analisis saluran pemasaran dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran dalam penelitian ini yaitu, saluran pemasaran I meliputi : petani – pedagang pengcer – konsumen. Dan pemasaran II meliputi : petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp 3000 dan saluran pemasaran II sebesar Rp 5000. Dengan efisiensi pada saluran I sebesar 12,57 dan saluran pemasaran II sebesar 44,31. Sedangkan farmer's share 80% untuk saluran I dan 66,67% untuk saluran II, Sehingga setiap saluran pemasaran efisien.

Kata kunci: Efisiensi Pemasaran, Saluran Pemasaran, Tomat

PENDAHULUAN

Sektor pertanian perlu mendapat perhatian serius dalam rangka pengembangan ekonomi nasional, ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk dan tenaga yang berkerja pada sektor pertanian atau sektor lainnya yang berkaitan dengan pertanian (Partowijoto, 2003).

Hal ini disebabkan sektor pertanian mempunyai peranan yang penting sebagai berikut : (1) kontribusi yang dominan, kesempatan kerja, dan berusaha, (2) keunggulan komparatif wilayah masih tetap bertumpu kepada pengusahaan sumber daya alam sebagai Negara agraris; (3) pengembangan agribisnis wilayah sejalan dengan upaya membangun ketahanan pangan yang keragaman bahan pangan, budaya; (4) pembangunan pertanian mampu memyelaraskan dimensi pertumbuhan, pemerataan, dan keberlanjutan pembangunan dalam arti luas.

Lombok Timur merupakan kabupaten yang memiliki areal panen terluas dan produksi tomat tertinggi dibandingkan kabupaten lain di Nusa Tenggara Barat. Terletak di ujung timur Pulau Lombok dengan luas wilayah Kabupaten Lombok Timur adalah 2.679,88 km² terdiri atas daratan seluas 1.605,55 km² (59,91 persen) dan lautan seluas 1.074,33 km² (40,09 persen) (BPS Kabupaten Lombok Timur, 2019). Data tahun 2019 menunjukkan Kabupaten Lombok Timur merupakan salah satu sentra usaha tomat. Usaha tomat di Kabupaten Lombok Timur menggunakan sistem monokultur yang umumnya berbeda dengan sistem tanam yang digunakan di desa lain. Penurunan produktivitas tomat di Kabupaten Lombok Timur dikarenakan penggunaan benih yang tidak unggul yang diperoleh dari cara menyemaikan dari buah tomat yang diproduksi, keterbatasan akses pendistribusian dan informasi pasar. Hal ini seringkali memaksa petani menjual hasil panen sesegera mungkin dengan harga yang telah ditentukan oleh lembaga saluran pemasaran yang ada ini juga yang membuat petani memiliki posisi tawar yang lebih rendah yang berdampak pula pada petani yang kurang diuntungkan dalam memasarkan hasil produksi serta pendapatan petani tomat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data kemudian menyusun dan menginterpretasikan data, menetapkan hubungan dan kedudukan masing-masing variabel yang diteliti, selanjutnya menganalisis dan menarik kesimpulan (Nazir 2013). Pengumpulan data dilakukan dengan teknik survey yaitu dengan cara pengumpulan data dari jumlah responden tertentu dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang sudah di persiapkan terlebih dahulu (Surakhmad, 1995).

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Lombok Timur dengan mengambil tiga Kecamatan sebagai lokasi sampel secara *purposive sampling* yaitu, Kecamatan Suralaga, Aikmel dan Wanasaba dengan pertimbangan tiga kecamatan tersebut memiliki luas panen terluas dan produksi tertinggi dibandingkan dengan Kecamatan yang lain di Kabupaten Lombok Timur. Petani yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah petani tomat yang ditentukan dengan metode *accidental Random Sampling*. Sedangkan penentuan jumlah responden di lakukan secara "*Quota Sampling*", yaitu di tetapkan sebanyak 30 orang petani sebagai responden. Penentuan responden pada masing masing Kecamatan dilakukan secara *propotional random sampling* sehingga diperoleh jumlah masing masing responden sebanyak 11 orang untuk Kecamatan Suralaga, 9 orang untuk Kecamatan Aikmel dan 10 orang untuk Kecamatan Wanasaba. Sedangkan cara menentukan pedagang pengepul dilakukan dengan metode "*Snow Ball*" yaitu metode yang dilakukan dengan cara menelusuri alur pemasaran komoditi tomat berdasarkan sumber informasi sebelumnya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan kalimat yang menunjukkan perbedaan yang tidak dapat diukur dengan angka, sedangkan data kuantitatif data yang dinyatakan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2009). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi dan literature seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku, jurnal, dan internet mengenai berbagai macam informasi yang relevan. Sedangkan pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung menggunakan kuisioner dengan responden (Riduwan, 2004).

Variabel penelitian; Variabel yang diukur dan metode ukur yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: 1) Farmers share, 2) Marjin, dan 3) Efisiensi.

a. Marjin Pemasaran

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Marjin Pemasaran

Pr = Harga ditingkat pedagang eceran tomat (*retail price*)

Pf = Harga ditingkat petani (*farmer price*)

b. Farmers share

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan :

F_s = Farmer's share

P_f = harga ditingkat produsen

P_r = harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir

c. Efisiensi Pemasaran

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk Yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

$$E_p = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Keterangan:

E_p = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

NP = Nilai Produk yang dipasarkan (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Geografis

Kabupaten Lombok Timur merupakan kabupaten yang terletak di ujung timur pulau Lombok dengan letak astronomis antara 116°-117° Bujur Timur dan 8°-9° Lintang Selatan, dengan batas wilayah:

Sebelah Utara : Laut Jawa

Sebelah Timur : Selat Alas

Sebelah Selatan : Samudera Indonesia

Sebelah Barat : Kabupaten Lombok Utara dan Lombok Tengah

Luas wilayah Kabupaten Lombok Timur adalah 2.679,88 km² yang terdiri dari daratan seluas 1.605,55 km² (59,91 persen) dan lautan seluas 1.074,33 km² (40,09 persen). Luas daratan Kabupaten Lombok Timur mencakup 33,88 persen dari luas Pulau Lombok atau 7,97 persen dari luas daratan Provinsi Nusa Tenggara Barat (Kabupaten Lombok Timur Dalam Angka 2020).

Keadaan Iklim dan Curah Hujan

Suhu udara di wilayah Lombok Timur bervariasi antara 20°–33°C dengan tingkat kelembapan nisbi berkisar antara 70%–82%. Wilayah Kabupaten Lombok Timur sebagian besarnya beriklim tropis basah dan kering (Aw) dengan dua musim, yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Musim kemarau di wilayah Lombok Timur biasanya berlangsung pada periode Mei–Oktober. Sementara itu, musim penghujan berlangsung pada periode bulan-bulan basah November–April dengan bulan terbasah adalah Januari yang curah hujan bulannya lebih dari 200 mm per bulan. Curah hujan tahunan di wilayah Lombok Timur berkisar antara 900–1800 mm per tahun dengan jumlah hari hujan berkisar antara 70–150 hari hujan per tahun (Wikipedia 2021).

Kependudukan

Kabupaten Lombok Timur memiliki jumlah penduduk sebanyak 1,296,765 jiwa sedangkan kepadatan penduduknya tercatat 2,836,49 jiwa/km²

Karakteristik Petani Responden

Karakteristik atau identitas petani yang di bahas dalam penelitian ini adalah menyangkut tentang umur, jumlah tanggungan perkeluarga, luas lahan garapan dan sekolah terakhir. Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman responden berdasarkan umur, pendidikan terakhir, pengalaman dan tanggungan keluarga.

1. Luas Lahan

Luas lahan petani paling banyak sekitar 0,13-0,16 Ha yaitu sebanyak 10 orang petani responden yaitu 33,33%. Luas lahan akan berpengaruh terhadap besar kecilnya jumlah biaya produksi sekaligus akan menentukan tingkat produksi yang dihasilkan, semakin luas lahan garapan maka semakin besar biaya produksinya. Namun dari sisi produksi semakin luas lahan garapan yang dimiliki maka produksi yang akan dihasilkan juga akan semakin banyak.

Tabel 1. Karakteristik Petani Tomat Berdasarkan Luas Lahan di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2021

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0,05-0,08	4	13,33
2	0,09-0,12	9	30
3	0,13-0,16	10	33,33
4	0,17-0,20	4	13,33
5	0,21-0,24	1	3,33
6	0,25-0,28	2	6,67
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2021

2. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi produktifitas petani dalam menghasilkan usahatani

Tabel 2. Karakteristik Petani Tomat Berdasarkan Umur Di kabupaten Lombok Tmur Tahun 2021

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase
1	28-32	8	26,67
2	33-37	5	16,67
3	38-42	6	20
4	43-47	4	13,33
5	48-52	4	13,33
6	53-57	3	10
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Dari sebaran umur responden tersebut dapat dilihat bahwa rata-rata petani yang mengusahakan tomat di Kabupaten Lombok Timur termasuk kategori berusia produktif. Umur seorang adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam mengelola usahanya, disamping itu juga berpengaruh kemampuan fisik dan pola berfikir dalam kaitannya dengan bidang usaha yang digelutinya. Kemampuan kerja seseorang akan bertambah sampai pada tingkat umur tertentu, semakin tua umur responden, kemampuan kerjanya pun semakin menurun.

3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu komponen yang dapat memberikan pengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh oleh petani. Pada umumnya tingkat pendidikan berpengaruh terhadap daya saing dan kinerja petani dan cukup lama untuk mengadopsi teknologi pertanian, petani yang memiliki pengetahuan yang luas akan cenderung merencanakan kegiatan usahatannya terlebih dahulu. Berikut karakteristik pendidikan petani dapat dilihat pada Tabel berikut

Tabel 3. Karakteristik Petani Tomat Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2021

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	10	33,33
2	SLTP	7	23,33
3	SLTA	12	40
4	S1	1	3,33
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani tomat paling tinggi yaitu pada tingkat SLTA sebanyak 12 orang, yaitu 40% dari jumlah petani sebanyak 30 orang, dan terendah pada tingkat pendidikan S1 sebanyak 1 orang, yaitu 3,3% dari jumlah petani sebanyak 30 orang. Tingkat pendidikan sangat berperan dalam menerima dan melaksanakan teknologi baru yang dianjurkan. Petani dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih cepat menyerap informasi dan perkembangan teknologi. Sedangkan petani yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah cenderung lebih lambat menerima informasi dan perkembangan teknologi baru yang dianjurkan, yang menyebabkan petani menjalankan usahatannya dengan mengikuti apa yang dilakukan oleh petani lain.

4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga dapat di klasifikasikan menjadi tiga yaitu sedikit, sedang dan banyak. Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga terbanyak yang memiliki tanggungan 1-2 orang yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase tertinggi 50%. dengan demikian keluarga responden termasuk dalam kategori keluarga kecil, dimana jumlah biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan hidup keluarganya terbilang sedang. Besar kecilnya rumah tangga petani ditentukan oleh jumlah anggota keluarga yang ditanggung keluarga, keluarga tergolong kecil apabila memiliki tanggungan keluarga 1-2 orang, keluarga menengah memiliki tanggungan keluarga 3-4 orang dan yang termasuk keluarga besar apabila memiliki tanggungan keluarga lebih besar atau sama dengan 5 orang (Ilyas, 2006)

Tabel 4. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Tomat di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2021.

No	Jumlah tanggungan keluarga	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-2	15	50
2	3-4	14	46,67
3	> 5	1	3,33
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2021

5. Analisis Efisiensi Pemasaran Tomat

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam proses pemasaran. Efisiensi pemasaran tomat di Kabupaten Lombok Timur dianalisis berdasarkan dengan melihat margin pemasaran dan farmer's share, dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 5. Nilai Efisiensi Pemasaran Tomat di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2021

LEMBAGA PEMASARAN	SALURAN PEMASARAN	
	I	II
PETANI		
Harga Jual	12.000	10.000
Biaya Pemasaran	1238	-
PEDAGANG PENGEPUL		
Harga Beli	-	10.000
Harga Jual	-	13.000
Biaya Pemasaran	-	6.000
Marjin Pemasaran	-	3.000
PEDAGANG PENGECEK		
Harga Beli	12.000	13.000
Harga Jual	15.000	15.000
Biaya Pemasaran	647,42	647,42
Marjin Pemasaran	3.000	2.000
KONSUMEN		
Harga Beli	15.000	15.000
Total Marjin Pemasaran	3.000	5.000
<i>Farmer's Share (%)</i>	80	66,67

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dimana marjin pemasaran yang dihasilkan lebih kecil, marjin yang dihasilkan pada saluran ini sebesar Rp. 2.000 per Kg, dibandingkan dengan saluran pemasaran II marjin yang dihasilkan sebesar Rp. 5.000 per Kg.

5.1 Analisis Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran tomat pada penelitian ini. Marjin pemasaran digunakan untuk melihat perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan jumlah yang diterima oleh produsen. Besarnya marjin pemasaran pada saluran pemasaran dapat berbeda tergantung dengan panjang pendeknya saluran pemasaran dan banyaknya lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar marjin yang dihasilkan dan banyak melibatkan lembaga pemasaran,

semakin pendek saluran pemasaran maka marjin pemasaran yang dihasilkan akan sedikit dan sedikit melibatkan lembaga pemasaran.

Tabel 6. Marjin Pada Saluran Pemasaran Tomat di Kabupaten Lombok timur Tahun 2021.

Saluran Pemasaran	Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Harga ditingkat Petani/Produsen (Rp/Kg)	Marjin (Rp/Kg)
Saluran Pemasaran I	15.000	12.000	3000
Saluran Pemasaran II	15.000	10.000	5000

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 6, marjin tertinggi terdapat pada saluran pemasaran II yaitu Rp. 5.000 per Kg. Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang paling banyak melibatkan lembaga pemasaran.

5.2 Analisis *Farmers Share*

Farmer's share merupakan salah satu pendekatan untuk melihat berapa besar petani memperoleh imbalan dari produk yang dihasilkan, yang diukur dengan cara membandingkan harga yang diterima petani dengan harga di tingkat konsumen. *Farmer's share* mempunyai hubungan negatif dengan marjin pemasaran, semakin tinggi marjin pemasaran maka tingkat efisiensi suatu saluran pemasaran akan semakin rendah, sedang semakin tinggi *farmer's share* maka tingkat efisiensi suatu saluran pemasaran akan semakin tinggi, begitupun juga dengan sebaliknya.

Tabel 7. *Farmer's Share* Pada Saluran Pemasaran Tomat di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2021.

Saluran Pemasaran	Harga ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer' Share (%)
Saluran Pemasaran I	12.000	15.000	80
Saluran Pemasaran II	10.000	15.000	66,67

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Hasil analisis *farmer's share* tomat di Kabupaten Lombok timur menunjukkan bahwa *farmer's share* tertinggi yang di terima petani terdapat pada saluran pemasaran I yaitu 80%, sedangkan *farmer's share* terkecil yang diterima petani terdapat pada saluran pemasara II yaitu 66,67% dengan harga di tingkat konsumen akhir yaitu Rp. 15.000 per Kg.

5.3 Efisiensi Pemasaran

Nilai efisiensi pemasaran pada penelitian ini diukur dengan melihat marjin pemasaran dan *farmer's share*, marjin pemasaran yang rendah dan *farmer's share* yang tinggi menunjukkan bahwa saluran pemasaran efisien.

Tabel 8. Tingkat Efisiensi Pemasaran Tomat di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2021

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
Saluran Pemasaran I	1885,42	15.000	12,57,
Saluran Pemasaran II	6647,42	15.000	44,31

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Nilai efisiensi pemasaran tomat pada saluran pemasaran I yaitu 12.57% artinya persentase biaya dengan nilai produk adalah 12.57%. Sedangkan nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran II yaitu 44.31% artinya persentase total biaya pemasaran tomat dengan nilai produk yang dihasilkan sebesar 44.31%. Kedua saluran pemasaran tomat di Kabupaten Lombok Timur dinyatakan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat dua saluran pemasaran Tomat di Kabupaten Lombok Timur, yaitu saluran pemasaran I meliputi : petani → pedagang pengecer → Konsumen akhir. Dan saluran pemasaran II meliputi : petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer ke → konsumen akhir.
2. Kedua saluran pemasaran tersebut efisien. Dimana, di lihat dari indikator pada kedua saluran tersebut memiliki nilai efisiensi < 50%.

Saran

Perlu dilakukan pembinaan yang terus menerus kepada Petani mengenai teknik budidaya dan teknik pemasaran agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas buah tomat. Dengan adanya pembinaan secara terus menerus petani juga bias memilih saluran pemasaran yang paling tepat, sehingga memperoleh hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik kabupaten Lombok Timur,” Lombok Timur dalam angka 2020,”
Badan Pusat Statistik, 2019. Lombok Timur Dalam Angka.
- Ilyas, 2006 Jumlah tanggungan keluarga dapat di klasifikasikan menjadi tiga yaitu sedikit, sedang dan banyak.
- Peningkatan Produksi Sebagai Salah Satu Faktor Ketahanan Pangan oleh A Partowijoto - Majalah Dunia Insinyur, (Jakarta, 2003)
- Surakhmad, 1995 *dalam* Hamzan Wadi 2019. “Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur” Fakultas Pertanian, Universitas Gunung Rinjani.
- Sugiyono. 2009. *Tanaman Tomat*. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Wikipedia 2021 Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.