

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS TOMAT
DI DESA BONTONGAN KECAMATAN BARAKA
KABUPATEN ENREKANG**

**INDRI WIDYANINGSI WULANDARI
10596111019**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2023**

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS TOMAT
DI DESA BONTONGAN KECAMATAN BARAKA
KABUPATEN ENREKANG**

**INDRI WIDYANINGSI WULANDARI
105961111019**



SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S1)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang
Nama : Indri Widyarningsi Wulandari
Nim : 105961111019
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Ardi Rumallang S.P.,M.M
NIDN. 0909078903


Hasriani, S.TP.,M.Si
NIDN. 0928078801

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Hj. Andi Khaeriyah, M.Pd.,IPU
NIDN. 0926036803


Nadir, S.P.,M.Si
NIDN. 0909068903

HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat di Desa Bontongan
Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Nama : Indri Widyaningsi Wulandari

Stambuk : 105961111019

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

KOMISI PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. <u>Ardi Rumallang S.P., M.M.</u> Ketua Sidang	
2. <u>Hasriani, S.TP., M.Si</u> Sekertaris	
3. <u>Dr. Mohammad Natsir, S.P., M.P.</u> Anggota	
4. <u>Firmansyah S.P., M.Si</u> Anggota	



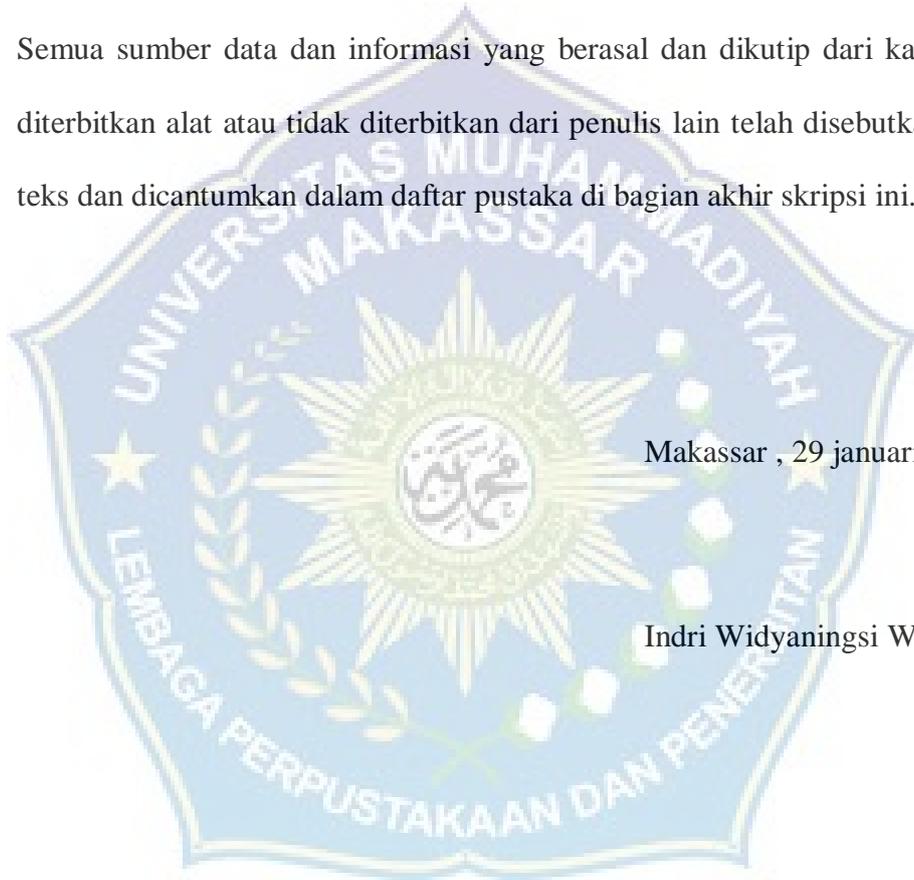
Tanggal Lulus , 31 Juli 2023

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya mengatakan bahwa skripsi yang berjudul **analisis kinerja pemasaran komoditas tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang** adalah benar merupakan karya yang belum di ajukan sama sekali dalam bentuk apapun dan kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal dan dikutip dari karya yang diterbitkan atau tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar , 29 januari 2023

Indri Widyarningsi Wulandari



ABSTRAK

INDRI WIDYANINGSI WULANDARI.105961111019. Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat di Desa Botongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang Dibimbing oleh ARDI RUMALLANG dan HASRIANI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja pemasaran, pola saluran pemasaran dan menganalisis efisiensi dan *Farmer Share* di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang Pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang besar.

Teknik penentuan sampel petani Tomat dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Diperoleh 25 orang petani tomat yang ada di Desa Botongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Teknik penentuan sampel untuk pedagang dilakukan dengan metode *snowball sampling*, yakni diperoleh 7 orang pedagang yang terdiri atas 3 orang pedagang pengumpul, 3 orang pedagang pengecer dan 1 orang pedagang besar. analisis yang digunakan adalah analisis margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran pada saluran I 37,5%, saluran pemasaran II 25 % dan saluranpemasaran III 116,67 %. Margin pemasaran I sebesar Rp. 1.000/Kg, saluran pemasaran II Rp. 3.000/Kg dan saluran pemasaran III Rp. 5.000/Kg. *Farmer's share* pemasaran I 0,83%, pemasaran II 0,33% dan pemasaran III 1,33 %.

Kata Kunci: EfisiensiPemasaran, *Farmer's Share*, Kinerja Pemasaran, Tomat



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat di Desa Botongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang”.

Penulisan Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ardi Rumallang S.P.,M.M selaku pembimbing utama dan Hasriani , S.TP.,M.Si selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., IPU selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Nadir, S.P.,M.P selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar dan Muh Ikmal Saleh,S.P.,M.Si selaku

Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Kedua Orang Tua Saya Ayahanda Ambo Sakka dan Ibunda Sukmawati SP serta saudara – saudara yang tercinta dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moral maupun materi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan segudang ilmu kepada penulis.
6. Terimah kasih untuk semua pihak yang telah membantu.

Makassar , 29 januari 2023

Indri Widyaningsi Wulandari

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	2
1.3 Tujuan penelitian	2
1.4 Kegunaan Penelitian	2
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Komoditas tomat.....	4
2.2 Konsep produksi	6
2.3 Konsep pemasaran	7
2.4 Kinerja pemasaran	8
2.5 Saluran Pemasaran.....	8
2.6 Penelitian terdahulu yang Relevan	10
2.7 Kerangka pikir penelitian	13
III. METODE PENELITIAN	15
3.1 waktu dan lokasi penelitian	15
3.2 Teknik pengumpulan sampel.....	15
3.3 Jenis dan sumber data	15
3.4 Teknik pengumpulan data	16
3.5 Teknik analisis data	16
3.6 Definisi Operasional	16

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	20
4.1 Letak Geografi Lokasi Penelitian	20
4.2 Letak Demografi	21
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
5.1 Identitas Responden Petani.....	26
5.2 Identitas Responden Pedagang	30
5.3 Kinerja Pemasaran	30
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	44
6.1 Kesimpulan	44
6.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	10
2.	Jumlah Penduduk menurut jenis kelamin di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2022.....	18
3.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang Tahun 2022.....	19
4.	Mata Pencarian Penduduk di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang Tahun 2022.....	20
5.	Umur Responden Petani Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang Tahun 2023.....	21
6.	Tingkat Pendidikan Responden Petani Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	21
7.	Pengalaman Responden Petani Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	22
8.	Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	23
9.	Luas Lahan Petani Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	24
10.	Identitas Responden Pedagang Pengumpul di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	25
11.	Identitas Responden Pedagang Pengecer di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	26
12.	Identitas Responden Pedagang Besar di Desa Botongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	27
13.	Tingkat Pendidikan Pedagang di Desa Botongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	28

14. Umur Pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	28
15. Jumlah Tanggungan Keluarga Pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	35
16. Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023....	38
17. Efisiensi Pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	38
18. Farmer 's Share Setiap Saluran Pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang 2023.....	39



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat DiKecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	11



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	44
2.	Identitas Responden Petani Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	51
3.	Identitas Responden Pedagang Pengumpul di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	52
4.	Identitas Responden Pedagang Pengecer di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	52
5.	Identitas Responden Pedagang Besar di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	52
6.	Biaya – Biaya Pemasaran Saluran I, II, dan III Tanaman Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	53
7.	Farmer ‘s Share Saluran Pemasaran di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	53
8.	Efisiensi Setiap Saluran Pemasaran di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.....	55
9.	Dokumentasi.....	61

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris artinya pertanian memegang peranan penting dari seluruh perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan banyaknya penduduk yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian atau dari produk nasional yang berasal dari pertanian, oleh karena itu pembangunan bangsa dititik beratkan pada sektor pertanian (Purnomo, 2014). Keadaan Indonesia yang subur menjadikan Indonesia sebagai negara agraris, dimana sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Hal ini didukung oleh letak geografis yang sangat menguntungkan, selain itu di dukung pula oleh iklim, cuaca serta khatulistiwa yang melintangi negeri ini. Keadaan lingkungan yang menguntungkan seperti mengakibatkan Indonesia mempunyai tanah yang subur, sehingga jika diibaratkan Indonesia merupakan seongkah tanah dari surga sehingga apapun yang diharapkan atau ditanam di tanah Indonesia pasti akan tumbuh dengan subur (Cahrial dkk, 2016).

Rayes dkk (2007) mengatakan Provinsi Sulawesi Selatan banyak menyimpan sumber daya perikanan dan pertanian yang besar, tidak hanya itu beberapa daerah di sini juga menjadi sentra penghasil hortikultura, salah satunya adalah sentra budidaya komoditas tomat di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Tomat telah lama dibudidayakan sehingga tidak sedikit masyarakat setempat menjadikannya sebagai mata pencaharian. Komoditas tomat merupakan sebagian dari beberapa jenis buah yang dihasilkan dari Kabupaten Enrekang.

Kabupaten Enrekang adalah salah satu wilayah propinsi Sulawesi Selatan yang memiliki potensi dalam pengembangann sektor pertanian dan peternakan. Luas wilayah Kabupaten Enrekang adalah 1.784,93km² yang terdiri dari 12 Kecamatan, 17 Kelurahan dan 112 Desa (Badan Pusat Statistik, 2017). Enrekang merupakan daerah penghasil hortikultura di Sulawesi Selatan salah satunya seperti buah tomat, namun bukan berarti hasil produksi hortikultura dapat terjual dengan baik di Kabupaten ini. Ada banyak hal yang dapat menyebabkan terhambatnya penjualan, selain itu buah tomat merupakan buah yang selalu tersedia sepanjang tahun (Anonimus, 2009).

Kecamatan Baraka sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai petani yang salah satu budidaya produksinya adalah buah tomat sehingga pemasaran komoditas tomat di Kecamatan ini dapat berkembang pesat dan mendukung perekonomian masyarakat di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Buah tomat adalah salah satu komoditas yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Kecamatan Baraka. Pemasaran komoditas tomat yang berkelanjutan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pada petani (Cahyono, 2008).

Pemasaran komoditas tomat yang dilakukan tidak lepas dari berbagai persaingan, ancaman dan kelemahan tetapi juga memiliki peluang dan kekuatan dalam memasarkan produknya, untuk menghadapi persaingan dari berbagai kalangan produksi holtikultura, maka diterapkan strategi-strategi pemasaran dan perhatikan faktor-faktor eksternal dan internal dengan tujuan untuk mengetahui situasi pasar yang selalu berubah-ubah (David, 2011). Pemilihan strategi yang

tepat dalam proses pemasaran akan sangat mempengaruhi terhadap tercapainya tujuan petani maupun pedagang (Deliyanti, 2010). Dalam hal ini harus menerapkan Analisis kinerja pemasaran komoditas Tomat di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas ; Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efisiensi pemasaran komoditas tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana margin pemasaran komoditas tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang?
3. Bagaimana *farmer share* komoditas tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran komoditas tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran komoditas tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.
3. Untuk mengetahui *farmer share* komoditas tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bagi pemerintah, diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagaibahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan dalam rangka pengembangan pemasaran komoditas Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komoditas Tomat

Tomat merupakan salah satu komoditas pertanian yang dekat dengan kehidupan masyarakat terutama untuk bumbu masakan. Tanaman tomat bisa dijumpai di seluruh dunia dimana daerah sebarannya sangat luas, mulai dari daerah tropis hingga sub tropis. Selain itu pertumbuhannya tidak mengenal musim sehingga mudah diperoleh setiap saat. Keanekaragaman varietas atau jenisnya juga cukup banyak, sayangnya varietas lokal kadang-kadang tidak disukai dengan keinginan pasar karena diciptakan varietas unggul seperti tomat apel (Anonim,2021).

Tanaman tomat termasuk tanaman setahun (*annual*) yang berarti umur tanaman ini hanya untuk satu kali periode panen. Setelah berproduksi, kemudian mati. Tanaman ini berbentuk perdu atau semak dengan panjang bisa mencapai 2 m. batang tomat walaupun tidak sekeras tanaman tahunan, tetapi cukup kuat. Warna batang hijau dan berbentuk persegi empat sampai bulat. Pada permukaan batangnya ditumbuhi banyak rambut halus terutama dibagian yang berwarna hijau. Diantara rambut-rambut tersebut biasanya terdapat rambut kelenjar. Pada bagian buku-bukunya terjadi penebalan dan kantung-kantung pada buku bagian bawah terdapat akar-akar pendek. Jika dibiarkan (tidak dipangkas), tanaman tomat akan mempunyai banyak cabang yang menyebar rata.

Tomat selain dikenal sebagai bahan pelengkap masakan (sayur) , juga dikenal sebagai buah. Sebagai sayur, tomat selalu hadir hamper setiap hidangan.Seni menghidangkan masakan juga tidak tidak ketinggalan menampilkan buah tomat sebagai penghias dan penarik selera.

Tomat memiliki ciri-ciri memiliki perakaran yang dangkal yaitu 30 cm - 70 cm dan berakar tunggang ,bau yang khas dan perakarannya berwarna putih. Batangnya bulat, berbulu halus diseluruh permukaannya dan segi empat dengan warna hijau serta bercabang cukup banyak. Daunnya berbentuk,,majemuk,,yang terdiri atas anak daun serta tumbuh berselang seling di setiap batang tanaman dengan tipe helaian daun menyirip, berwarna hijau , ujung berbulu (Bernardinus dan Wiryanta, 2002). Bunganya berkelamin ganda, memiliki mahkota serta memiliki warna: putih, kuning dan orange, posisi perbungaan di ujung kuncup (atas) dan di antara buku (sepanjang sumbu). Posisi buket ini mewakili jenis tomat berdasarkan pola pertumbuhannya (Syukuret al., 2017) sedangkan buah berdaging dan memilikibentuk yang bervariasi, ukuranya 2 dan 3 ruang yang berisi benih pada diameter buah berkisar 2 cm sampai 8 cm serta apabila sudah masak kulit buah akan berwarna merah dan kuning(Pitojo, 2005)

Menurut pola pertumbuhannya, tanaman tomat dibedakan menjadi dua kelompok (Pitojo, 2005). 1. Jenis yang tidak diketahui ini memiliki buah yang relatif lebih besar daripada jenis yang ditentukan. 2. Jenis tanaman tomat tertentu (terbatas) yang pertumbuhannya berakhir dengan bunga.

Tomat jenis ini memiliki batang yang tumbuh cepat yang akan mempercepat musim panen. Jika 7 helai daun minimal memiliki 2 rongga, maka bentuk dan ukuran buah tomat juga berbeda.

Ada beberapa jenis tomat. Ada dua jenis varietas yang beredar di masyarakat: nama tidak resmi dan nama resmi. Nama tidak resmi didasarkan pada nama pohon dan buah-buahan yang ditemui, dan nama resmi adalah yang dikeluarkan oleh pemerintah. Menurut redaksi kelompok PS (1994), beberapa factor dasar yang digunakan sebagai pembeda varietas tomat antara lain ukuran, tandan, kebesaran dinding serta kadar air nya.

Nama dan bentuk buah tomat berdasarkan penggolongan bentuk atau penampilan buah diantaranya adalah :

1. Buahnya kecil atau sebesar kelereng, berwarna merah dan memiliki rasa cukup manis disebut tomat ceri. Menurut ahli botani mengira varietas ini ialah nenek moyangnya dari varietase yang ada sekarang.
2. Memiliki ukuran buah bulat, pipih serta jenis ini cocok ditanam pada daerah dataran rendah disebut tomat biasa.
3. Memiliki bentuk buah bulat, kokoh, serta agak keras. Pada jenis ini lebih cocok ditanam pada daerah dataran tinggi disebut tomat apel
4. Berbentuk bulat, besar-besar, serta teksturnya yang padat disebut tomat kentang
5. Tomat keriting, ditapsirkan tomat keriting karena daunnya keriting kayak terserang penyakit virus keriting, serta sering disebut tomat gondola dan tiperoma.

Tomat memiliki kandungan sodium, lemak jenuh, kolesterol serta kalori yang rendah. Tomat bagi kesehatan manusia sangat bermamfaat karena memiliki kandungan mineral seperti thiamin, niacin, vitamin B6, magnesium, fosfor serta tembaga (CaneneAdam, *et al.*, 2005), dan memiliki 4 jenis karotenoid utama ialah alpha betakaroten, lutein, serta lycopene. Secara khusus, tomat mengandung lycopene yang mempunyai manfaat antioksi serta paling banyak di seluruh karotenoid (Tugiyono, 2005).

2.2 Konsep Produksi

Produksi adalah menciptakan, menghasilkan, dan membuat. Kegiatan produksi tidak akan dapat dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri. Untuk bisa melakukan produksi, orang memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut faktor-faktor produksi (*factors of production*). Jadi, semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang disebut sebagai faktor-faktor produksi.

Teori produksi akan membahas bagaimana penggunaan input untuk menghasilkan sejumlah output tertentu. Hubungan antara input dan output seperti yang diterangkan pada teori produksi akan dibahas lebih lanjut dengan menggunakan fungsi produksi. Dalam hal ini, akan diketahui bagaimana penambahan input sejumlah tertentu secara proporsional akan

dapat dihasilkan sejumlah output tertentu. Teori produksi dapat diterapkan pengertiannya untuk menerangkan sistem produksi yang terdapat pada sektor pertanian. Dalam sistem produksi yang berbasis pada pertanian berlaku pengertian input atau output dan hubungan di antara keduanya sesuai dengan pengertian dan konsep teori produksi.

Adapun rumus dari margin pemasaran adalah sebagai berikut:

$$MT = Pr - Pf$$

Keterangan:

MT = Margin Total

Pr = Harga tomat di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga tomat di tingkat petani (Rp/Kg)

Farmer's share Analisis ini merupakan persentase harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. *Farmer share* dapat dihitung dengan rumus:

$$FS = pr / pf \times 100\%$$

Keterangan:

FS = Persentase yang diterima petani

Pr = Harga tomat di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga tomat di tingkat petani (Rp/Kg)

2.3 Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran ini, akan menempatkan konsumen sebagai fokus utama mereka. Mereka akan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menjalankan strategi pemasaran sesuai dengan riset pasar mulai dari konsepsi produk hingga penjualan. Tidak hanya itu saja, ketika penjualan sudah dimulai, perusahaan akan melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui feedback konsumen. Selain itu perusahaan juga akan mencari tahu apakah perlu dilakukan suatu perbaikan untuk produk tersebut.

Perusahaan yang menggunakan konsep pemasaran ini mempercayai bahwa dengan berfokus pada kebutuhan dan keinginan target market, maka perusahaan dapat memberikan volume yang lebih baik daripada para pesaingnya. Mereka juga berpendapat bahwa perusahaan bisa menjadi sukses dengan kepuasan dari pelanggan mereka. Pemikiran ini didasarkan pada keyakinan bahwa barang dan jasa hanya akan tersedia jika konsumen membutuhkan atau menginginkannya. Jadi, perusahaan tidak akan berusaha untuk menemukan konsumen yang tepat untuk produk mereka, namun perusahaan akan menyediakan produk yang tepat untuk para konsumennya.

Biasanya perusahaan yang secara aktif memegang konsep pemasaran ini akan mendirikan departemen pemasaran di dalam perusahaan mereka. Hal ini dilakukan sebagai salah satu langkah agar perusahaan dapat memahami dan memuaskan kebutuhan pelanggan mereka. Perlu Anda ketahui, meskipun fokus utama pada konsep pemasaran ini adalah untuk

memenuhi kebutuhan konsumen, namun tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk meningkatkan volume laba perusahaan.

Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besarnya, menentukan pasar-pasar target mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut (Kotler, 1990). Strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan hal-hal lain atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut (Kotler, 2005). Hanya dengan kepuasan konsumen perusahaan akan mendapatkan keuntungan, kepuasan konsumen harus menjadi dasar utama bagi strategi produk dengan demikian produsen harus menyediakan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya.

2.4 Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan faktor yang sering digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang ditetapkan perusahaan sebagai prestasi pasar produk, dimana setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya (Ferdinand,2002:3). Pengukuran peningkatan kinerja dengan kriteria tunggal tidak akan mampu memberi pemahaman yang komprehensif tentang kinerja sesungguhnya dari suatu perusahaan (Prasetya,2002:227). Kinerja pemasaran yang baik dinyatakan

dalam tiga besaran utama yaitu nilai penjualan yang ditunjukkan dengan nilai keuntungan uang atau unit, pertumbuhan penjualan yang ditunjukkan dengan kenaikan penjualan produk, dan porsi pasar yang ditunjukkan dengan kontribusi produk dalam menguasai pasar produk dibanding dengan kompetitor yang pada akhirnya bermuara pada keuntungan perusahaan (Ferdinand,2002:3).

Indikator kinerja pemasaran menurut (Ferdinand, 2000) sebagai alat ukur tercapainya hasil dari kinerja pemasaran yaitu:

1. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan yaitu peningkatan yang terjadi akibat banyaknya pembelian oleh konsumen pada suatu produk yang dihasilkan pada suatu perusahaan.

2. Pertumbuhan pelanggan

Pertumbuhan pelanggan akan tergantung kepada berapa jumlah pelanggan yang telah diketahui tingkat konsumsi rata-rata yang besaran volume penjualan dapat ditingkatkan.

3. Pertumbuhan laba

Pertumbuhan laba yaitu besarnya kenaikan keuntungan penjualan produk yang berhasil diperoleh oleh perusahaan.

Pada komoditas tomat di Kabupaten Enrekang ini rantai pasarnya menghubungkan petani dan konsumen dengan melewati pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang luar pulau, pasar induk, pedagang pengecer dan supermarket. Pelaku-pelaku dalam saluran pemasaran

tersebut, kadang kala perannya merangkap, misalnya petani merangkap menjadi pengepul atau pedagang besar merangkap menjadi supplier supermarket. Banyaknya saluran pemasaran yang terjadi dalam proses pemasaran tomat di Kabupaten Enrekang adalah sebagai berikut :

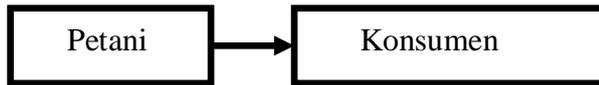
1. Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pasar Induk – Pedagang pengecer – Konsumen
2. Petani – Pedagang besar – Pedagang luar pulau – pedagang pasar induk – pedagang pengecer – konsumen.
3. Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pasar Induk – Pedagang Ecer – Konsumen.
4. Petani – Pedagang Besar – Supplier Supermarket – Supermarket – Konsumen.
5. Petani – Pedagang Besar – Industri Pengolahan.
6. Petani – Pedagang Pasar Induk – Pedagang pengecer

2.5 Saluran Pemasaran

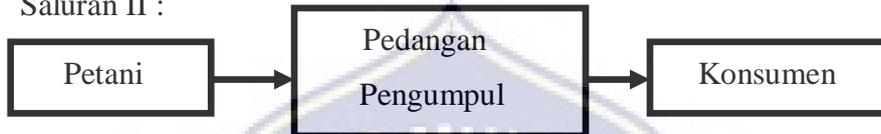
Saluran Pemasaran Saluran pemasaran merupakan suatu proses yang di mulai dari pengumpulan sumber daya yang ada dilanjutkan dengan pengelolaan menjadi produk jadi untuk selanjutnya didistribusikan dan dipasarkan sampai pelanggan akhir dengan memperhatikan biaya,kualitas, ketersediaan dan faktor reputasi. Rantai ini melibatkan supplier, manufacturer, dan retailer yang saling bersinergi

dan bekerja satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung (Tunggal AW, 2009). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah.

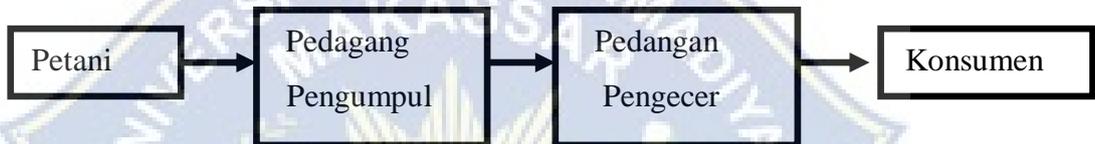
1. Saluran I :



2. Saluran II :



3. Saluran III :



2.6 Penelitian Terdahulu yang Relayan

Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Relayan

N0.	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis structure conduct performance pada pemasaran komoditas tomat di kabupaten garut	analisis kualitatif deskriptif perilaku pasar, serta analisis margin pemasaran dan farmer's share	<p>Hasil analisis didapatkan penjualan tomat 8 pedagang terbesar di Kabupaten Garut mencapai 24.648 ton/tahun dan jumlah produksi tomat di Kabupaten Garut tahun 2018 mencapai 114.426 ton/tahun. Perhitungan hasil penelitian didapatkan konsentrasi rasio delapan (8) pedagang adalah terkonsentrasi lemah dengan nilai 21,54%. Nilai ini berarti delapan(8) pedagang tidak menguasai secara menyeluruh tetapi mengarah pada kondisi pasar persaingan monopolistic. Hal ini disebabkan pasar memiliki banyak pedagang dan memberikan peningkatan persaingan antara produsen untuk menjual kepada konsumen.</p>

No.	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Analisis Struktur dan Kinerja pemasaran komoditas Bawang merah lokal di kelurahan tomenawa kecamatan Baraka kabupaten enrekang	Penelitian ini dengan menggunakan simple random sampling atau secara acak sederhana dan snowball sampling	Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar bawang merah lokal dari hasil analisis yaitu tipe struktur pasar tidak sempurna oligopsoni karena kurang dari 80%, sedangkan untuk kinerja pasar dilihat dari margin pemasaran yang memiliki nilai sebesar Rp 6.500/Kg semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat maka semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen, farmer share sebesar 70,45% apabila nilai margin pemasaran semakin tinggi maka bagian yang diterima petani semakin rendah dan efisiensi pemasaran sebesar 11,81%, dimana pemasaran ini berada pada tingkat efisien karena kurang dari 50%.

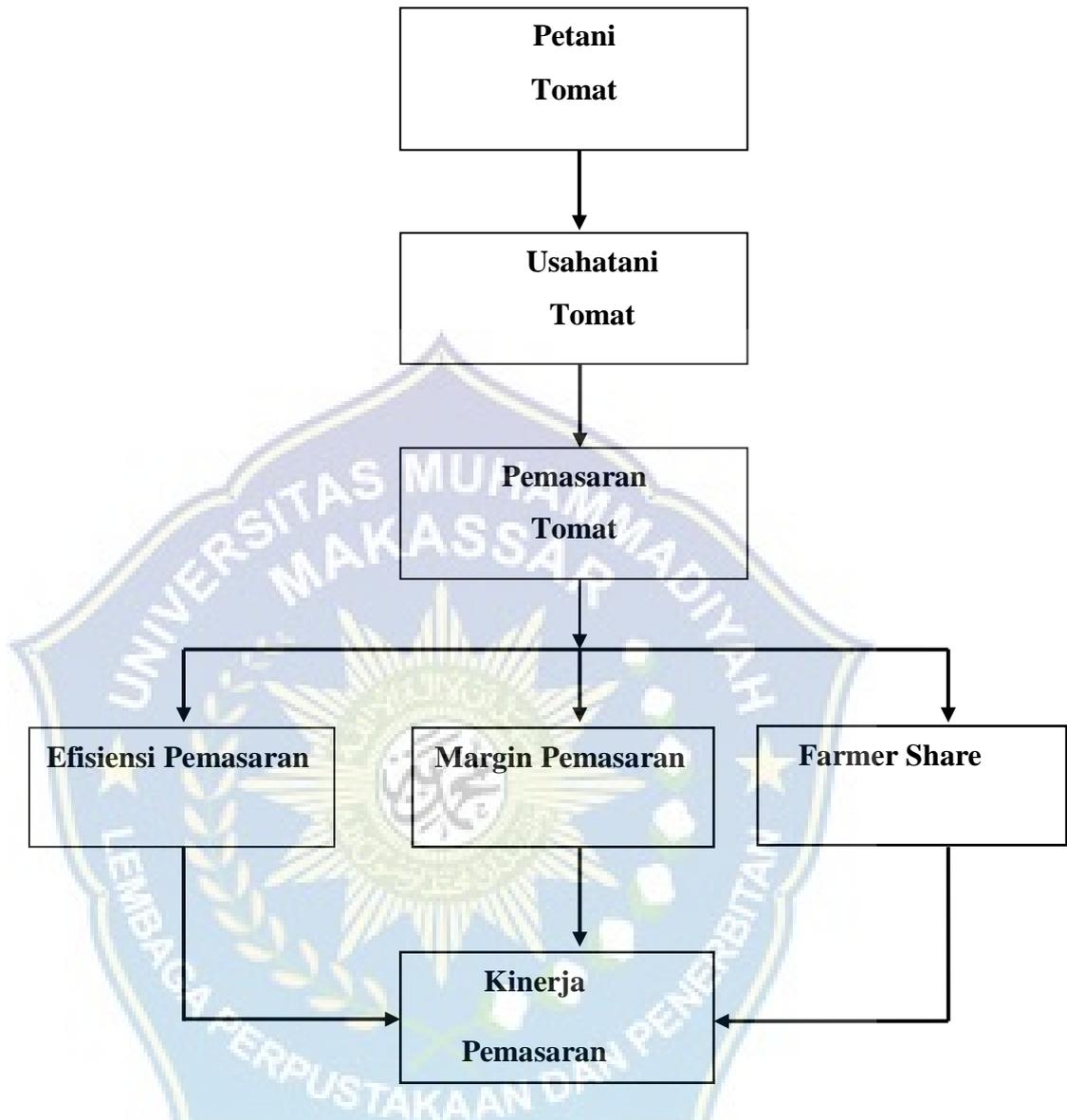
No.	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Analisis Efisiensi Pemasaran tomat di Kabupaten Lombok Timur	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penentuan jumlah responden di lakukan secara Quota Sampling	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran dalam penelitian ini yaitu, saluran pemasaran I meliputi : petani – pedagang pengcer – 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.

No.	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Analisis kinerja Pemasaran komoditas kubis di Desa Tongko Kecamatan Baroko Kabupaten Enrekang	Penentuan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling (metode snowball sampling).	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Desa Tongko Kecamatan Baroko Kabupaten Enrekang yaitu margin pemasaran merupakan perbedaan harga tingkat produsen atau merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan pemasaran yang diinginkan masing-masing lembaga pemasaran. Adapun farmer share tertinggi diperoleh saluran pemasaran I yakni sebesar 66,7%.</p> <p>Menggunakan 3 saluran pemasaran yaitu saluran I (Produsen-pedagang Besar-Konsumen), saluran II (Produsen-Pedagang Pengumpul-Pedagang Pengecer-Konsumen), saluran III (Produsen-Pedagang Pengumpul-Pedagang Besar-Konsumen).</p> <p>Adapun lembaga pemasaran yang memiliki nilai tingkat efisiensi paling efisien yaitu saluran I (5,83%)</p>

2.7 Kerangka Pikir Penelitian

Petani merupakan seseorang yang melakukan usahatani untuk memenuhi perekonomian keluarga. Komoditas Tomat adalah sebuah usaha tani yang dilakukan petani di Kecamatan Baraka dari hasil produksi yang dihasilkan oleh petani perlu dipasarkan sehingga muncul sebuah konsep pemasaran yang akan menyalurkan barang dan jasa. Namun dalam pemasaran tersebut akan melalui beberapa saluran pemasaran sebelum sampai kepada konsumen.

Sehingga dalam pemasaran ini ada dua poin yang berperan yaitu pertama struktur pasar yang terbagi atas pangsa pasar, konsentrasi pasar dan hambatan masuk pasar, dan yang kedua yakni kinerja pasar terbagi atas margin pemasaran, farmer share, dan efisiensi yang saling berpengaruh untuk mengetahui layak atau efisien suatu konsep pemasaran bagi petani sayuran agar memperoleh keuntungan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar



Gambar 1. Kerangka Pikir Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat DiKecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November sampai Desember 2022.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh petani tomat yang ada di Desa Bontongan berjumlah 250 orang. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 32 orang dengan mengambil 25 orang petani tomat dari 10 persen dari jumlah populasi petani tomat dengan menggunakan Teknik *Simple random sampling*. Selanjutnya disamping petani tomat yang dijadikan sampel, juga terkait lembagalainnya yaitu diantaranya 3 pedagang pengumpul, 1 pedagang besar, 3 pedagang pengecer yang khusus menjual usahatani tomat.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat data kualitatif dan kuantitatif

1. Data kualitatif merupakan data yang tidak berbentuk angka atau bilangan tetapi berbentuk kata-kata yang diperoleh dengan cara wawancara langsung kepada petani dengan bantuan kuisisioner

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sekunder

1. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara, diperoleh dengan cara wawancara langsung kepada petani menggunakan acuan kuisisioner
2. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung data ini dapat berupa laporan atau catatan misalnya keadaan wilayah di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 tahap yaitu sebagai berikut:

1. Observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan sesuai dengan topik yang dibahas oleh penulis.
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dalam bentuk Tanya jawab atau wawancara oleh narasumber yang bertindak sebagai informan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian.
3. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengandalkan dokumen sebagai salah satu sumber data yang digunakan dapat berupa sumber tertulis, film, dan gambar atau foto.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis struktur pasar (pangsa pasar dan konsentrasi rasio) dan analisis kinerja pasar (margin pemasaran, farmer share dan efisiensi pemasaran). Untuk mengetahui jawaban dari tujuan penelitian struktur dan kinerja adalah :

a. Analisis Kinerja Pasar (Market Performance)

Kinerja pasar menggambarkan gejala pasaryang terlihat akibat interaksistruktur pasar (market structure). Kinerja pasar dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu untuk menggambarkan saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

a. Margin Pemasaran

Margin dapat menunjukkan nilai tambah dari petani hingga ke tangan konsumen. Analisis margin ini dapat digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran dari perspektif makro (pemasaran produk dari petani hingga konsumen). Adapun rumus dari margin pemasaran yaitu :

$$\mathbf{MP = Pr - Pf}$$

Dimana:

MP = Margin pemasaran

Pr = Harga tingkat konsumen

Pf = Harga tingkat petani

b. Farmer Share

Farmer share berhubungan negatif dengan margin pemasaran. Bila margin pemasaran semakin tinggi, maka bagian yang diterima petani semakin rendah. Rumus farmer share yaitu :

$$Fs = PfPrX100 \%$$

Dimana:

Fs = Bagian atau persentasi yang diterima petani (%)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat pedagang (Rp/Kg)

c. Efisiensi Pemasaran

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dilihat dengan, apabila saluran pemasaran 50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

$$EP = BPNPX100 \%$$

Dimana:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

NP = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

3.6 Definisi Operasional

1. Pemasaran adalah suatu proses memindahkan barang atau jasa dari tangan produsen sampai ketangan konsumen akhir.
1. Struktur pasar merupakan saluran yang terbentuk dalam pemasaran Komoditas tomat
2. Kinerja pemasaran adalah ukuran yang diperoleh dari kegiatan proses pemasaran secara menyeluruh dari petani ke konsumen melalui keterlibatan lembaga pemasaran.
3. Petani adalah orang yang melakukan usahatani dari lahan pertaniannya dengan tujuan untuk memperoleh hasil.
4. Komoditas tomat adalah jenis tanaman hortikultura yang dibudidayakan di kecamatan Baraka.
5. Saluran pemasaran adalah orgnisasi yang saling tergantung dalam proses membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk dikonsumsi oleh konsumen.
6. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen.
8. *Farmer's share* adalah salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pemasaran.
9. Efisiensi pemasaran adalah suatu keadaan yang digunakan dalam penelitian prestasi kerja proses pemasaran bagi semua lembaga yang terkait dalam pemasaran.

IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

4.1 Letak Geografis Lokasi Penelitian

Kecamatan Baraka merupakan satu diantara 13 kecamatan yang ada di Kabupaten Enrekang, terletak di ujung utara. Secara administratif Kecamatan Baraka terdiri dari 3 kelurahan dan 12 desa. Secara geografis Desa Bontongan terletak di Kecamatan Baraka yang terletak dibagian ujung utara Kabupaten Enrekang dengan jarak ± 42 km dari pusat kota Enrekang atau ± 6 km dari ibu kota Kecamatan Baraka.

Desa Bontongan secara topografi memiliki luas sekitar 2.274 km² yang sebagian besar terdiri dari daerah pegunungan dengan ketinggian 800-1200 m di atas permukaan laut. Hal ini menyebabkan curah hujan yang relative tinggi. Adapun batas-batas Desa Bontongan sebagai berikut, sebelah utara berbatasan dengan Desa Salukanan, sebelah timur berbatasan dengan Desa Buntu Mondong, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pasui, sebelah barat berbatasan dengan Desa Tirowali.

Letak Geografis Desa Bontongan terletak pada $119^{\circ} - 119^{\circ} 15'$ BT dan $3^{\circ} - 3^{\circ} 15'$ LS dengan batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Salukanan
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Tirowali
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan desa Salukanan
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Lunjen

1.2 Kondisi Demografi

Jumlah Penduduk Desa Bontongan Berdasarkan Jenis Kelamin, Golongan Umur, Tingkat Pendidikan, dan Menurut Tingkat Pekerjaan adalah sebagai berikut:

4.2.1 Penduduk Desa Bontongan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah Penduduk desa Bontongan Berdasarkan Jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang Tahun 2022

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	1.200	50,85
2.	Perempuan	1.160	49,15
	Total	2.360	100

Sumber : Data Monografi Desa Botongan Tahun 2022

Berdasarkan data Desa Bontongan, jumlah rumah tangga tercatat sebanyak 682 KK, dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 1200 jiwa atau 50,85 %, sedangkan jumlah penduduk dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 1160 jiwa atau 49,15 %.

4.2.2 Penduduk Desa Bontongan Berdasarkan Golongan Umur

Penduduk Desa Bontongan berdasarkan golongan umur tahun 2022 dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk berdasarkan Golongan Umur di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang Tahun 2022

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	0-6	124	10,69
2.	7-15	67	5,78
3.	16-21	321	27,67
4.	22-59	603	51,98
5.	60-90	45	3,88
	Jumlah	1.160	100

Sumber : Data Monografi Desa Bontongan Tahun 2022

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa umur dengan jumlah orang paling banyak yaitu pada umur 29-95 tahun dengan persentase 51,98%. Kemudian umur dengan jumlah orang paling sedikit sebesar 67 orang yaitu berada pada umur 7- 15 tahun dengan persentase sebesar 5,78%.

4.2.3 Kepala Keluarga Desa Bontongan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2022

Jumlah Kepala Keluarga Desa Bontongan Tahun 2022 Berdasarkan Tingkat Pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3 Jumlah Kepala Keluarga Berdasarkan Tingkat Pendidikan, Tahun 2022

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	355	19,99
2.	SMP	364	20,44
3.	SMA	206	11,57
4.	Akademi	172	9,66
5.	S1	141	7,92
6.	S2	8	0,45
7.	Tidak Sekolah	535	30,04
	Jumlah	1781	100

Sumber : Data Monografi Desa Bontongan Tahun 2022

Secara umum, responden pada penelitian ini sudah memiliki dasar pengetahuan untuk menerapkan dan menangkap IPTEK dalam mengembangkan usahatani cabai. Sebagian besar diantara mereka telah mengenyam pendidikan pada tingkat Sekolah Dasar, dan sebagian lainnya telah mengenyam pendidikan pada tingkat sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas.

4.2.4 Kepala Keluarga Desa Bontongan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jumlah Kepala Keluarga Desa Bontongan Tahun 2023 Berdasarkan Jenis Pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4 Jumlah Kepala Keluarga Desa Bontongan Tahun 2022 Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Petani	629	57,44
2.	Tukang	9	0,83
3.	Ternak	350	31,96
4.	Pedagang	17	1,55
5.	Wiraswasta	11	1,00
6.	PNS	76	6,94
7.	TNI	0	0,00
8.	polri	0	0,00
9.	Lain-lain	3	0,27
	Jumlah	1.095	100

Sumber : Data Monografi Desa Bontongan Tahun 2022

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian untuk tukang memiliki jumlah paling sedikit sebesar 9 dengan persentase 0,82%. Dan untuk mata pencaharian paling banyak yaitu memiliki jumlah orang sebesar 629 adalah petani dengan persentase 57,44%. Mayoritas penduduk Bontongan berprofesi sebagai petani diantaranya merupakan petani kopi .Desa merupakan suatu aset dalam memperkuat ekonomi wilayah itu

sendiri. Desa Bontongan memiliki potensi dalam memperkuat ekonomi, hal ini ada karena sumber daya alam yang berlimpah.

4.3 Kondisi Pertanian

4.3.1 Pertanian dan Perkebunan

Desa Bontongan memiliki potensi yang cukup produktif pada sumber daya alamnya. Lahan pertanian berupa lahan sawah yang subur seluas 140 Ha yang terbentang luas tersebar di setiap dusun.

Desa Bontongan memiliki area perkebunan kopi seluas 526 Ha, perkebunan cengkeh seluas 53 Ha, dan lada sekitar 20 Ha. Hal ini berpotensi untuk dapat meningkatkan jumlah produksi pertanian dengan cara intensifikasi dengan sentuhan teknologi yang cepat. Berdasarkan hasil pengamatan yang ditunjang dengan profil desa bahwa Desa Bontongan memiliki potensi yang cukup baik. Kebanyakan masyarakat memanfaatkan potensi desa sebagai mata pencaharian utama seperti lahan ditanami tanaman jangka pendek seperti tomat, sayur-sayuran, kol, dan juga tanaman jangka panjang seperti cengkeh, kopi, dan sebagainya.

4.3.2 Peternakan

Jenis ternak yang berpotensi dikembangkan adalah unggas (bebekdanayam) dan ternak besar (sapi, kerbau, dankambing). Sedangkan lahan tambak yang cukup luas disetiap sudut dusun di Desa Bontongan sebagai tempat pemeliharaan ikan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan di lapangan dapat diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh petani tomat berbeda satu sama lainnya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya luas lahan dalam komoditas tomat tersebut. Juga diketahui bagaimana saluran distribusi, dan efisiensi pemasaran komoditas tomat tersebut. kerasteristik responden dan pemasaran komoditas tomat. Dokumentasi digunakan peneliti untuk memperoleh data-data dari Desa Botongan Kecamatan Kabupaten Enrekang.

5.1.1 Umur

Umur sangat berpengaruh terhadap kegiatan usahatani, terutama dalam kemampuan fisik dan pola pikir. Umumnya petani ataupun pedagang yang berusia lebih mudah cenderung lebih berani dalam mengambil resiko jika dibandingkan dengan petani atau pedagang yang berusia tua. Tingkat umur merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi petani atau pedagang mampu mengetahui sistem pemasaran yang bisa diterapkan dalam pengembangan pemasaran buah tomat. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh menunjukkan bahwa umur responden mulai dari 25-62 dapat dilihat pada uraian tabel 8 sebagai berikut.

Tabel 8. Identitas Responden Berdasarkan Umur di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
23-33	2	0,17
34-38	3	0,25
39-43	2	0,17
44-46	2	0,17
47-50	3	0,25
Jumlah	12	1,01

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa jumlah pemasaran usahatani tomat yang terbanyak berada pada kelompok umur 34-38 dan 47-50 tahun atau 0,25 % ini berarti masih dapat dikategorikan sebagai usia produktif yaitu dimana petani masih dapat mengelolah kegiatan usahatani secara maksimal sebab tingkat umur adalah suatu faktor penentuan untuk petani tomat dalam pengolahan usahatannya.

5.1.2 Tingkat Pendidikan

Pendidikan ialah suatu proses pembelajaran, pengetahuan, keterampilan memutuskan terhadap persoalan-persoalan yang menyangkut kegiatan mencapai tujuan menurut. tingkat pendidikan petani dapat dilihat pada Tabel 9 adalah sebagai berikut .

Tabel 9. Tingkat Pendidikan responden di Desa Botongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
SD	7	0,28
SMP	3	0,12
SMA	10	0,4
D3	1	0,04
Sarjana	4	0,16
Jumlah	25	1

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Tabel 9 menunjukkan bahwa jumlah petani dengan tingkat pendidikan SD, SMP, SMA, D3 dengan jumlah terbanyak berada pada tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 10 orang (35,7%) dan tingkat pendidikan paling sedikit yaitu SD dengan 1 orang (3,6%). Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan petani di Desa Botongan Kecamatan Baraka termasuk baik, sehingga kemampuan untuk menerima inovasi dan adopsi teknologi serta sistem pemasaran usahatani tomat dapat dilakukan dengan baik.

5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga dalam satu rumah tangga. Jumlah tanggungan keluarga berhubungan positif dengan besarnya biaya hidup yang dibutuhkan dalam tiap periode waktu, jumlah tanggungan keluarga yang besar seharusnya dapat mendorong petani dalam kegiatan usahatani yang lebih intensif dan menerapkan teknologi baru sehingga pendapatan petani meningkat. Jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada uraian pada tabel 10 sebagai berikut.

Tabel 10. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Tomat Di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
2-3	15	0,63%
4-5	7	0,29%
6-7	2	0,08%
Jumlah	24	1

Sumber : Data primer setelah Diolah Tahun 2023

Tabel 10 dapat dilihat bahwa Jumlah tanggungan keluarga tertinggi berada pada jumlah tanggungan 2-3 dengan jumlah 15 orang dengan persentase 0,63% dan jumlah tanggungan 4-5 dengan Jumlah 7 orang dengan persentase 0,29%. Sedangkan jumlah tanggungan responden terendah berada pada jumlah tanggungan 6 – 7 dengan jumlah 2 orang dengan persentase 0,08%. Hal ini menunjukkan bahwa tanggungan keluarga sangat mempengaruhi petani dalam melakukan Usahatannya, semakin banyaknya tanggungan keluarga maka semakin banyak pula biaya yang akan dikeluarkan petani dalam membiayai kebutuhan hidup keluarganya, keadaan demikian sangat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan keluarga dan untuk meningkatkan produksi dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga petani berusaha untuk menambah pendapatan melalui Usahatani tomat bersama keluarganya.

5.1.4 Pengalaman Berusahatani

Pengalaman petani dalam mengelola pertanian adalah suatu pengetahuan atau pengalaman ekonomi yang diperoleh melalui aktifitas atau rutinitas kegiatan sehari-hari yang diperoleh atau pernah dialami melalui berapa lama pengalamannya ataupun karena adanya tambahan pengetahuan dari penyuluh setempat. Lama berusaha tani akan mempengaruhi pengalaman petani tomat dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Pengalaman Berusahatani Petani Tomat Di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1-9	3	0,3
10-14	2	0,2
15-25	2	0,2
26-30	3	0,3
Jumlah	10	1

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Tabel 11 menunjukkan bahwa pengalaman berusahatani petani tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yang tertinggi berada pada 1-9 tahun sebanyak 3 orang (0,3%) . hal ini menunjukkan bahwa pengalaman petani dalam berusahatani dan tentunya pengalaman dalam proses pemasaran usahatani Tomat.

5.1.5 Luas Lahan

Luas lahan merupakan salah satu faktor pada produksi usahatani yang sangat penting, besar kecilnya luas lahan sangat menentukan hasil yang akan diterima petani dalam usahatannya dapat mempengaruhi tingkat pendapatan petani. Semakin luas lahan yang diolah maka semakin besar pula kemungkinan produksi yang dihasilkan tinggi. Luas lahan yang dimiliki petani tomat dapat dilihat pada tabel 12 sebagai berikut :

Tabel 12. Luas Lahan Petani Tomat Di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
0,20-0,29	6	0,35
0,30-0,49	3	0,18
0,50-0,69	5	0,29
0,70-0,89	3	0,18
Jumlah	17	1

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2023

Tabel 12. Menunjukkan bahwa luas lahan yang dimiliki petani tomat di Desa Botongan, dimana luas lahan 0,20 – 0,29 Ha terbanyak yaitu 4 orang 0,35% sedangkan yang terendah luasan 0,30 – 0,49 Ha sebanyak 3 orang 0,18 %. Hal ini menunjukkan rata-rata luas lahan yang dimiliki petani tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang memiliki luas lahan dengan skala tinggi.

5.2 Identitas Responden Pedagang

pedagang adalah seseorang yang terlibat dalam pemasaran komoditas Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yang terdiri atas pedagang pengumpul, pedagang pengecer. Adapun identitas responden yaitu menggambarkan secara umum dari suatu keadaan atau status dari pedagang tersebut. Identitas responden pedagang pengumpul, pedagang pengecer dalam penelitian ini meliputi : umur, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan terakhir, dan lama berdagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sebagai berikut.

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli tomat secara langsung dari petani, di tempat pembelian terdapat 2 orang pedagang pengumpul yang ada di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu Suherni (40 Tahun), Kamariah (39 tahun) dan Hengky (65 Tahun) dengan setiap pembelian berkisar 4.000, sampai dengan 5.000 kg sekali pembelian.

Dimana pembelian dilakukan dirumah petani, kemudian tomat hasil pembelian pedagang pengumpul ini di pasarakan dengan menggunakan satu alternatif yaitu ke pedagang pengecer di sekitar pasar terdekat. Dalam hal ini petani tidak mengeluarkan biaya pengangkutan karena ditanggung oleh pedagang pengumpul, dengan pembayaran dilakukan secara tunai kepada petani setelah menerima hasil panen tomat. Adapun Identitas Responden

Pedagang Pengumpul di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sebagai berikut.

Tabel 13 .Identitas Responden Pedagang Pengumpul di Desa Bontongaon Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

No .	Nama	Umur (tahun)	Tingkat pendidikan	Jumlah tanggungan keluarga
1.	Suherni	40	SMP	4
2.	Kamariah	39	SMP	2
3.	Hengky	65	SMA	6

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2023

2. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli tomat dari pedagang pengumpul. Adapun tiga orang pedagang pengecer yang ada di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu: Diana (55 tahun), Darmawati (32 tahun) dan fatwa (54 tahun) dengan pembelian berkisar 400 sampai dengan 500 kg sekali pembelian.

Dimana pedagang pengecer ini melakukan pembelian tomat ke pedagang pengumpul terlebih dahulu setelah itu pedagang pengumpul langsung mendistribusikannya ke pedagang pengecer setelah itu pedagang pengecer memasarkan tomat dengan menggunakan satu alternatif dengan memasarkan langsung ke masyarakat . Adapun identitas responden pedagang pengecer di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sebagai berikut.

Tabel 14. Identitas Responden Pedagang Pengecer di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

No.	Nama	Umur (tahun)	Tingkat pendidikan	Jumlah tanggungan keluarga
1.	Diana	55	S1	5
2.	Darma	32	S1	1
3.	Fatwa	54	SMA	8

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2023

Dari beberapa Tabel diatas menjelaskan bahwa terdapat 2 jenis pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang terdiri dari Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer. Beberapa jenis pedagang yang menjadi pemasok dalam pemasaran tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang hingga dapat sampai di konsumen akhir.

3. Pedagang Besar

Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli barang dalam jumlah besar langsung dari petani untuk dijual kembali, terdapat 1 orang pedagang besar yang ada di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu: Halim (45 tahun) dengan pembelian berkisar 5.000 kg pembelian.

Dimana pedagang besar melakukan pembelian Tomat langsung di rumah petani setelah itu pedagang besar kemudian memasarkan hasil pembelian Tomat dari petani dengan menggunakan dua alternatif yaitu langsung memasarkan ke konsumen akhir ataupun ke pedagang pengecer.

Adapun dalam hal ini petani tidak mengeluarkan biaya pengangkutan karena ditanggung oleh pedagang besar dengan pembayaran dilakukan secara tunai kepada petani setelah menerima hasil panen Tomat.

Adapun identitas responden pedagang besar di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang sebagai berikut.

Tabel 15. Identitas Responden Pedagang Besar di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

No.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga
1.	Halim	45	SMA	7

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2023

Dari beberapa Tabel diatas menjelaskan bahwa terdapat 3 jenis pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang terdiri dari Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer dan Pedagang Besar. Beberapa jenis pedagang yang menjadi pemasok dalam saluran pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang hingga dapat sampai di konsumen akhir.

1. Tingkat Pendidikan Pedagang

Tabel 16. Tingkat Pendidikan Pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMP	2	0,29
SMA	3	0,43
Sarjana	2	0,29
Jumlah	7	1,01

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2023

Tabel 16. Menjelaskan bahwa tingkat pendidikan pedagang yang ada di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang di bagi menjadi 3 kelompok yaitu : tingkat pendidikan SMP , SMA dan Sarjana. Dimana tingkat pendidikan pedagang tertinggi yaitu pada tingkat pendidikan SMA yang berjumlah 3 orang dengan persentase 0,43 % dan pada tingkat pendidikan SMP berjumlah 2 orang dengan persentase 0,29 %. Hal ini menunjukkan

bahwa masyarakat sudah menyadari pentingnya pendidikan bagi mereka dalam menjalankan usahanya.

2. Umur pedagang Pedagang

Tabel 17. Umur Pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Umur pedagang	Jumlah pedangan (orang)	Persentase (%)
32-39	2	0,33
40-54	2	0,33
55-65	2	0,33
Jumlah	6	0,99

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2023

Tabel 17. Menjelaskan bahwa umur pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yang terbesar adalah masih produktif, ini terlihat antara kelompok umur 32 – 39 tahun sebanyak 2 orang pedagang dengan rata – rata persentase 0,33 %, Hal ini menunjukkan bahwa dapat dilihat tingginya umur produktif pada Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

3. Jumlah Tanggungan Keluarga

Tabel 18. Jumlah Tanggungan Keluarga Pedagang di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Tanggungan keluarga	Jumlah pedangan (orang)	Persentase (%)
1-4	2	0,33
5-6	2	0,33
7-8	2	0,33
Jumlah	6	0,99

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2023

Tabel 18. Menjelaskan bahwa jumlah tanggungan keluarga pada pedagang cukup bervariasi yaitu yang berada pada jumlah tanggungan 1 – 4 dengan jumlah 2 orang dengan persentase 0,33 %, jumlah tanggungan 5 – 6 dengan jumlah 2 orang dengan persentase 0,33 % dan jumlah tanggungan 7-8

dengan jumlah 2 orang dengan persentase 0,33 % . Hal ini menunjukkan bahwa pedagang sama-sama juga mempunyai tanggungan keluarga yang sama pula, dan masing – masing memiliki motivasi dan kemauan yang lebih dalam mendapatkan atau memperoleh suatu penghasilan.

5.3 Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan efektivitas usahatani, dan keadaan sebagai akibat dari struktur dan perilaku pemasaran yang ditunjukkan dengan harga, biaya, keuntungan dan volume produksi yang pada akhirnya dapat memberikan penilaian baik atau tidaknya suatu sistem kinerja pemasaran. Analisis kinerja pemasaran dapat dilihat dengan menghitung margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan *farmer share*. Panjangnya saluran pemasaran yang ada belum tentu menunjukkan bahwa kinerja pemasaran tersebut tidak efisien. Jika saluran pemasaran panjang dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen maka dapat dikatakan bahwa sistem pemasaran tersebut efisien.

a. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi adalah suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi biaya yang mencapai hasil kegiatan yang dijalankan. Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen. Untuk menentukan efisiensi pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan Tomat dan beberapa harga di tingkat konsumen akhir dari tiap saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang pendek lebih efisien dibandingkan

dengan saluran yang panjang melibatkan banyak lembaga pemasaran, Hal ini disebabkan karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran yang panjang lebih banyak dibandingkan yang pendek. Efisiensi pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yang diperoleh pada setiap lembaga pemasaran telah diuraikan pada Tabel berikut.

Tabel 20. Efisiensi Pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

No.	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1.	Total Biaya (Rp/Kg)	225.000	200.000	350.000
2.	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	6.000	8.000	3.000
Efisiensi Pemasaran (%)		37.5	25.00	116.67

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2023

Tabel 20. menjelaskan bahwa saluran pemasaran Tomat yang paling memiliki nilai efisiensi yang sangat bervariasi yaitu saluran pemasaran I dengan nilai efisiensi 37,5%, saluran II memiliki nilai efisiensi sebesar 16,67% dan saluran pemasaran yang ke III memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 116,67%. Jadi, saluran pemasaran yang paling efektif adalah saluran I yang nilai efisiensi pemasarannya 16,67% dan saluran pemasaran III yang memiliki nilai efisiensi sebesar 116,67%.

b. Margin Pemasaran Tomat

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga tingkat produsen dengan keuntungan yang diinginkan oleh masing-masing lembaga pemasaran, analisis margin pemasaran yang dapat mengefektifkan saluran – saluran pemasaran, namun hanya dengan melihat besarnya margin pemasaran saja belum cukup untuk menyimpulkan bahwa pemasaran itu sudah tepat, oleh sebab itu harus

dilihat distribusi keuntungan maupun biaya-biaya yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak pedagang perantara yang ikut dalam saluran pemasaran maka semakin besar margin pemasaran yang terbentuk.

Margin pemasaran sangat penting untuk para petani sebab dengan mengetahui margin pemasaran maka petani dapat memilih saluran pemasaran mana yang lebih menguntungkan untuk petani Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Hasil analisis margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 19. Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Saluran	Status	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
I	Petani	5.000	0	0
	Konsumen	6.000	5.000	1.000
TOTAL				1.000
II	Petani	5.000	0	0
	Pedangan Pengumpul	6.000	5.000	1.000
	Konsumen	8.000	6.000	2.000
TOTAL				3.000
III	Petani	5.000	0	0
	Pedagang Pengumpul	6.000	5.000	1.000
	Pedagang pengecer	12.000	10.000	2.000
	Konsumen	8.000	6.000	2.000
TOTAL				5.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2023

Pada saluran pemasaran I. Menjelaskan bahwa petani menjual Tomat mereka ke pedagang pengumpul yang ada di lokasi penelitian dengan harga rata-rata Rp. 6.000/kg. Dalam saluran pemasarannya, Tomat kemudian dijual ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 12.000/kg sehingga dari penjualan tersebut masing-masing pedagang pengumpul menghasilkan margin pemasaran sebanyak Rp.2.000/kg, selanjutnya pedagang pengecer menjualnya ke konsumen akhir dengan harga Rp.8.000 /kg. sehingga margin pemasaran yang diperoleh sebanyak Rp.2.000/kg.

c. Farmer's Share

Farmer's share adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran selain margin pemasaran indikator ini juga mengukur seberapa besar bagian yang didapat oleh petani Tomat sebagai balas jasa atau kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual. Semakin besar *farmer's share* dan semakin kecil suatu margin maka dapat dikatakan suatu pemasaran berjalan lancar dan efisien.

Adapun *farmer's share* pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Tabel 21. *Farmer's share* Setiap Saluran Pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Produsen (Rp/Kg)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
Saluran I	5.000	6.000	0,83
Saluran II	4.000	12.000	0,33
Saluran III	4.000	3.000	1,33

Sumber :Data Primer Setelah Diolah 2023

Pada Tabel 21. Menjelaskan bahwa pada saluran I memiliki *farmer's share* tertinggi sebesar 0,83%, saluran pemasaran yang ke II sebesar 0,33% dan saluran yang ke III sebesar 1,33%.

Adapun patokan untuk mengukur seberapa efisiensi pemasaran dengan cara *farmer's share*, apabila bagian yang diterima oleh produsen lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien, hal ini membuat produsen mendapat bagian yang lebih besar dibandingkan yang diterima oleh konsumen.



VI. KESIMPULANDAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan beberapa kesimpulan yaitu :

1. Efisiensi pemasaran Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang pada saluran pemasaran yang ke III memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 116.67%.
2. Margin pemasaran Tomat pada setiap saluran pemasaran dapat dilihat pada saluran ke III Tomat kemudian dijual ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 12.000/kg.
3. *Farmer's share* petani Tomat pada saluran I memiliki *farmer's share* tertinggi sebesar 0,83%.

6.2 Saran

Berdasarkan dengan hasil penelitian, adapun saran yang ingin disampaikan oleh penulis yaitu, disarankan pada petani untuk memilih saluran pemasaran yang paling menguntungkan bagi mereka dan memberikan dampak yang baik kedepannya, sehingga ketika dalam usaha taninya mereka dapat menutupi semua biaya - biaya yang dikeluarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Yanti, 2019. Strategi Pemasaran Buah Tomat di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Skripsi, Makassar
- Nyoto, 2016. Analisis pendapatan dan pemasaran usahatani tomat di desa Babulu kabupaten penajam paser utara. Universitas Mulawarman.
- Tim penulis PS. Jakarta 1995. Pembudidayaan Secara Komersial. PT Penebar Swadaya, Anggota IKAPI. Jakarta
- Lane, Keller, 2014. Analisis Margin Pemasaran Para Ahli Pemasaran. Jakarta: Press.
- Widia, 2015. Analisis Margin Pemasaran Agroindustri Beras di Kecamatan Kabupaten Siak. Universitas Riau.
- Elisa dan Handayani. 2016. Analisis pemasaran usahatani tomat kelurahan Boyage kecamatan tatanga kota palu. Universitas Tadulako.
- Widia. 2016. Analisis pendapatan usahatani tomat di desa tonsewer kecamatan tomposo kabupaten minabahasa. Universitas minabahasa.
- Marina, Ida, Dety Sumawati. 2017. Model Produksi Tomat di Sentra Produksi Kabupaten Garut. Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan. Asmarantaka, 2012. Pemasaran Agribisnis. Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor
- Andi, sridianto. 2016. Analisis pemasaran petani tomat di desa kanreapia Kecamatan tombolo pao kabupaten gowa. [Skripsi]. Fakultas ekonomi dan bisnis islam negeri (UIN) Alauddin makassar
- Cahyono. 2008. *Tomat Usaha Tani dan Penanganan Pasca Panen*. Edisi revisi. Yogyakarta: Kanisius
- Karlina, 2018. Analisis efisiensi dan faktor yang mempengaruhi pilihan saluran pemasaran. Insitut Pertanian Bogor
- Elisa, Hadayani, & Effendy. 2016. Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Kelurahan Boyage Kecamatan Tatanga Kota Palu. J. Agroland

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUISSIONER PENELITIAN

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS TOMAT DI
DESA BONTONGAN KECAMATAN BARAKA
KABUPATEN ENREKANG**

1. Identitas Responden

- a. Nama Responden :
- b. Umur :
- c. Pendidikan Terakhir :
- d. Jumlah Tanggungan :
- e. Luas Lahan :

2. Daftar Pertanyaan Responden

1. Berapa hasil produksi tomat bapak/ibu sekali panen (Kg) ?
2. Berapa harga tomat yang bapak/ibu jual sekali panen (Kg) ?
3. Apakah bapak/ibu langsung memasarkan tomat ke pasar atau ada melalui pedagang pengumpul ?
4. Apakah bapak/ibu langsung mendapatkan keuntungan apabila menjual langsung ke pedagang pengumpul ?
5. Apakah bapak/ibu mendatkan keuntungan apabila menjual langsung ke pedagang pengecer ?

6. Dari dua pedagang itu, berapa harga perKg tomat yang harus dibayarkan oleh setiap pedagang ?
 1. Pedagang pengumpul ?
 2. Pedagang pengecer ?
7. Apakah tomat yang dipasarkan di pasar menggunakan kemasan apa ?
8. Biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan dalam pemasaran tomat

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1.	Transportasi	
2	Karung	

Lampiran Kuesiner Penelitian

1. Identitas Responden

- a. Nama Responden :
- b. Umur
- c. Pendidikan terakhir
- d. Jumlah tanggungan

2. Daftar Prtanyaan Untuk Pedagang Pengumpul

1. Berapa harga beli tomat bapak/ibu ?
.....
2. Berapa harga jual tomat bapak/ibu ?
.....
3. Apakah bapak/ibu menggunakan fasilitas transportasi ?
.....
4. Biaya-biaya pemasaran

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		
4.		

5. Bagaimana pola penyaluran tomat yang bapak/ibu lakukan ?

.....

6. Apakah bapak menggunakan kemasan ?

(Ya)

(Tidak)

7. Apakah bapak/ibu menggunakan tenaga kerja ?

(Ya)

(Tidak)

Lampiran Kuesioner Penelitian

1. Identitas Responden

- a. Nama Responden
- b. Umur
- c. Pendidikan terakhir
- d. Jumlah tanggungan

2. Daftar Pertanyaan Untuk Pedagang Pengecer Responden

1. Berapa harga beli tomat bapak/ibu ?

.....

2. Berapa harga jual tomat bapak/ibu ?

.....

3. Biaya-biaya pemasaran

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		
4.		

4. Bagaimana pola penyaluran tomat yang bapak/ibu lakukan ?

.....

5. Apakah bapak/ibu menggunakan kemasan ?

.....

Lampiran Kuesioner penelitian

I. Identitas Responden

a. Nama Responden :

b. Umur :.....

c. Pendidikan terakhir :

d. Jumlah tanggungan :.....

II. Daftar pertanyaan untuk pedagang besar responden

1. Berapa harga beli Tomat bapak / ibu ?

.....

2. Berapa harga jual Tomat bapak / ibu ?

.....

3. Apakah bapak / ibu dalam memasarkan Tomat menggunakan fasilitas gudang ?

.....

4. Apakah bapak / ibu menggunakan transportasi untuk mengangkut Tomat?

a. Mobil

b. Motor

5. Biaya – biaya pemasaran

No.	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		
4.		

Lampiran 2. Identitas Responden Petani Tomat Di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

No.	Nama	Umur	Luas lahan (Ha)	Jumlah Tanggungan	Pengalaman Bertani	Tingkat pendidikan
1.	Wardani	32	0,20	2	3	D3
2.	M.Syarif	53	0,29	7	14	SD
3.	Risal	25	0,3	2	4	SMA
4.	Fajri	24	0,5	5	1	S1
5.	Nasrun	26	0,3	2	5	SMA
6.	Hasmidar	26	0,5	3	2	S1
7.	Hasia	50	0,69	6	1	SMP
8.	Iswandi	27	0,50	3	8	SMA
9.	Amrul	25	0,3	2	3	SMA
10.	Siani	62	0,89	2	2	SD
11.	Suhardi	43	0,70	3	20	S1
12.	Asma	38	0,20	4	16	SMU
13.	Armi	35	1	3	5	SMA
14.	Hasni	34	0,50	5	6	SMA
15.	Silfa	47	0,30	3	15	SMA
16.	Nurlia	44	0,30	4	9	SD
17.	Wardi	39	0,20	2	2	SD
18.	Kamaruddin	46	0,20	4	5	SMP
19.	Halimah	30	0,49	3	4	SMP
20.	Fitriah	38	0,50	33	26	SMA
21.	Muh rais	24	1,83	3	6	SMA
22.	Abd.marjid	59	0,89	2	30	SD
23.	Ade zainuddin	22	1	3	4	SMA
24.	Muhammadog	50	1	3	25	S1
25.	Basri sita	59	0,50	4	30	SD
Jumlah		967	12,54	85	250	-
Rata – rata		38,68	11,58	3,4	10	-

Lampiran 3. Identitas Responden Pedagang Pengumpul di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

No.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Pembelian (Kg)	Total Biaya (Rp)
1	Suherni	40	SMP	4	13.000	4.000	17.000
2	Kamariah	39	SMA	7	12.000	3.500	15.500
3	Hengky	65	SMA	6	12.000	5.000	17.000
Jumlah		144	-	17	37.000	12.500	49.500
Rata – rata		48	-	5.67	12.33	4.167	16.500

Lampiran 4. Identitas Responden Pedagang Pengecer di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

No.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Pembelian (Kg)	Total Biaya (Rp)
1.	Diana	55	S1	5	14.000	400	414.000
2.	Darma	32	S1	1	13.000	300	313.000
3.	Fatwa	54	SMA	8	13.000	500	513.000
Jumlah		141	-	14	40.000	1.200.000	1.240.000
Rata –rata		47.00	-	4.67	13.333	400	413.333

Lampiran 5. Identitas Responden Pedagang Besar di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

NO.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Pembelian (Kg)	Total Biaya (Rp)
1.	Halim	45	SMA	7	6.000	5.000	11.000
Jumlah		45		7	6.000	5.000	11.000
Rata – rata		45		7	6.000	5.000	11.000

Lampiran 6. Biaya-Biaya Pemasaran Saluran I, II, dan III Tanaman Tomat di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Nama	Status	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran		Total Biaya (Rp/Kg)
					Transportasi (Rp/Kg)	Tenaga Kerja (Rp/Kg)	
SALURAN I							
Halim	Pedagang Besar	5.000	6.000	1.000	125.000	100.000	225.000
Jumlah		5.000	6.000	1.000	125.000	100.000	225.000
Rata – Rata		5.000	6.000	1.000	125.000	100.000	225.000
SALURAN II							
Suherni	Pedagang Pengumpul	4.000	3.000	1.000	200.000	200.000	400.000
Kamariah	Pedagang Pengumpul	4.000	3.000	1.000	100.000	100.000	200.000
Jumlah		8.000	6.000	2.000	300.000	300.000	600.000
Rata – Rata		5.333	4.000	1.333	200.000	200.000	400.000
Diana	Pedagang Pengecer	10.000	12.000	2.000	150.000	100.000	250.000
Darma	Pegangan Pengecer	10.000	12.000	2.000	150.000	100.000	250.000
Fatwa	Pedagang Pengecer	10.000	12.000	2.000	200.000	150.000	350.000
Jumlah		30.000	36.000	6.000	500.000	350.000	850.000
Rata – Rata		15.000	18.000	3.000	250.000	175.000	425.000
SALURAN III							
Hengky	Pedagang Pengumpul	4.000	3.000	1.000	100.000	100.000	200.000
Jumlah		4.000	3.000	1.000	100.000	100.000	200.000
Rata – Rata		4.000	3.000	1.000	100.000	100.000	200.000

a. Margin pemasaran

$$M_p = P_r - P_f$$

Dimana :

M_p = Margin Pemasaran

P_r = Harga ditingkat konsumen

P_f = Harga ditingkat produsen

Margin Pemasaran Saluran I yaitu :

$$\text{Pedagang Besar } (6.000 - 5.000 = 1.000 \text{ Rp/Kg})$$

Margin Pemasaran Saluran II yaitu :

$$\text{Pedangan Pengumpul } (6.000 - 4.000 = 2.000 \text{ Rp/Kg})$$

$$\text{Pedagang Pengecer } (12.000 - 10.000 = 2.000 \text{ Rp/Kg})$$

Margin Pemasaran Saluran III yaitu :

$$\text{Pedagang Pengumpul } (6.000 - 4.000 = 2.000 \text{ Rp/Kg})$$

Lampiran 7. Farmer's Share Saluran Pemasaran di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Produsen	Harga Tingkat Konsumen	Persentase (%)	Farmer's Share
Saluran I	5.000	6.000	100	0,83
Saluran II	4.000	12.000	100	0,33
Saluran III	4.000	3.000	100	1,33

c. Farmer's share

$$Fs = Pr/Pf \times 100\%$$

Diketahui :

Fs = Farmer's share

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat konsumen akhir

$$\text{Farmer's share Saluran I} = \frac{5.000}{6.000} \times 100\%$$

$$= 0,83\%$$

$$\text{Farmer's share Saluran II} = \frac{4.000}{12.000} \times 100\%$$

$$= 0,33\%$$

$$\text{Farmer's share Saluran III} = \frac{4.000}{3.000} \times 100\%$$

$$= 1,33\%$$

Lampiran 8. Efisiensi Setiap Saluran Pemasaran di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.

No.	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1.	Total biaya (Rp/Kg)	225.000	200.000	350.000
2.	Harga Tingkat Konsumen	6.000	8.000	3.000
Efisiensi Pemasaran (%)		37,5	25,00	116,67

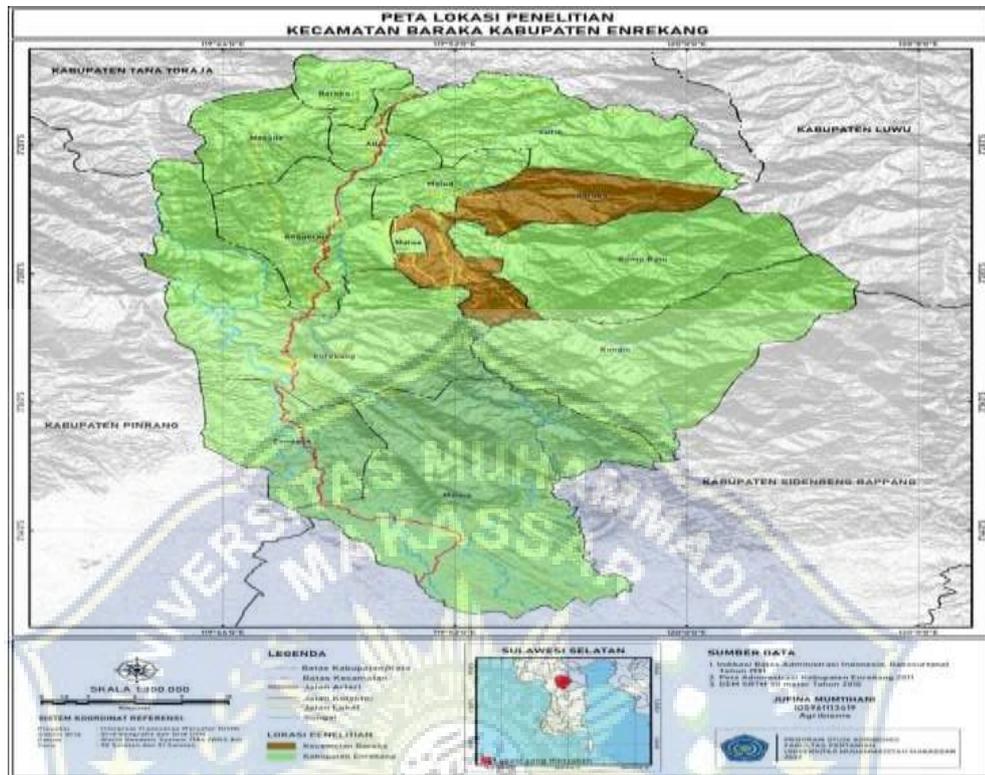
$$\text{Efisiensi saluran} = \frac{\text{biayapemasaran}}{\text{nilaijual}} \times 100\%$$

$$\text{Efisiensi saluran I} = \frac{225.000}{6.000} \times 100\% = 37,5\%$$

$$\text{Efisiensi saluran II} = \frac{200.000}{8.000} \times 100\% = 25,00\%$$

$$\text{Efisiensi saluran III} = \frac{350.000}{3.000} \times 100\% = 116,67\%$$

Lampiran .Dokumentasi



Gambar 1 :Peta Lokasi Penelitian



Gambar 2 : Wawancara dengan Responden Petani



Gambar 3 : Wawancara dengan Pedagang Pengumpul



Gambar 4 : Wawancara dengan Pedagang Pengecer



Gambar 5 : Wawancara dengan Pedagang pengecer

Lampiran 13. Surat Izin Penelitian



Gambar 6. Surat Izin Penelitian DPMPTSP Kabupaten Enrekang

 **MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 8665721 Fps. 09113903188 Makassar 90231 Email: lp3m@umhikpksa.com



Nomor : 2849/05/C 4-VIII/IX/1443/2022
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

10 Safir 1444 H
06 September 2022 M

Kepada Yth,
Bapak / Ibu Bupati Enrekang
Cq. Ka. Kantor Penanaman Modal & Pelayanan Terpadu Satu
di -
Enrekang

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 017/PPA-G-4/IX/1444/2022 tanggal 5 September 2022, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **INDRI WIDYANINGSI WULANDARI**
No. Stambuk : **10596 111019**
Fakultas : **Fakultas Pertanian**
Jurusan : **Agribisnis**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 9 September 2022 s/d 9 Nopember 2022.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katizara.

Ketua LP3M,

Dr. H. Abubakar Idris, MP.
NPM 1017716

00-22

Lampiran 15. Surat Keterangan Bebas Plagiat

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**
Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 860972, 881383, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama: Indri Widyaningsih Wulandari
Nim: 105961111049
Program Studi: Agribisnis
Dengan nilai:

No.	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	19 %	25 %
3	Bab 3	6 %	10 %
4	Bab 4	6 %	10 %
5	Bab 5	10 %	10 %
6	Bab 6	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang dilakukan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Dengan surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 27 Juli 2023
Mengetahui
Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,


M.P.P
964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)860972,881383, fax (0411)865588
Website: www.library.umuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@umuh.ac.id

RIWAYAT HIDUP



Indri Widyarningsi Wulandari lahir di Bulukumba tanggal 20 Agustus 2001 dari pasangan ayah Ambo Sakka dan Ibu Sukmawati SP. Penulis merupakan anak pertama . Pendidikan formal yang dilalui penulis yaitu Sekolah Dasar (SD) Negeri 12 Babana lulus pada tahun 2013, dilanjutkan ke Sekolah Penengah Pertama (SMP) Negeri 10 Bulukumba dan lulus pada tahun 2016 dan dilanjutkan ke (SMA) Negeri 9 Bulukumba dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis lulus seleksi masuk perguruan tinggi dengan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan penulis pernah magang di PT. Surya Pangan Indonesia (SPI).Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kel. Mataran Kec. Anggeraja Kabupaten Enrekang selama 4 bulan.