

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN USAHATANI TOMAT DI KECAMATAN CURIO, KABUPATEN ENREKANG



SUWARSY

G021 19 1132

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN USAHATANI TOMAT
DI KECAMATAN CURIO, KABUPATEN ENREKANG**

**SUWARSY
G021 19 1132**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN USAHATANI TOMAT DI
KECAMATAN CURIO, KABUPATEN ENREKANG**

**SUWARSY
G021191132**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

pada

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN USAHATANI TOMAT
DI KECAMATAN CURIO, KABUPATEN ENREKANG

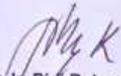
SUWARSY
G021191132

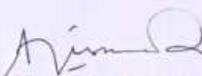
Skripsi

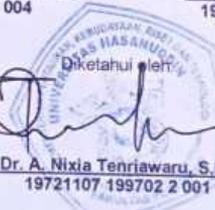
telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi Agribisnis
pada tanggal 15 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan
pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Disetujui Oleh:


Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.
19540815 197803 1 004


Dr. Ir. Idris Summase, M.Si.
19621002 198903 1 001


Diketahui oleh

Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
19721107 199702 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Tomat di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S. sebagai Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Idris Summase, M.Si. sebagai Pembimbing Pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 15 Maret 2024



BIODATA PENULIS



Suwarsy lahir di Parombean, pada tanggal 22 Mei 2001. Penulis merupakan anak kedua dari sembilan bersaudara dari pasangan Bapak **Makkawaru** dan Ibu **Rasmiati**. Penulis telah menempuh pendidikan formal mulai dari SD Negeri 30 Parombean (2007-2013), MTS Al-Hikmah Parombean (2013-2016), dan SMAN 3 Palopo (2016-2019).

Pada tahun yang sama penulis dinyatakan lulus melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) di Universitas Hasanuddin, Fakultas Pertanian pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian. Selama menempuh pendidikan dibangku perkuliahan penulis aktif mengikuti beberapa organisasi Kemahasiswaan baik dalam maupun luar kampus, yaitu sebagai Mantan Demisioner Pengurus pada HPMM KOM UNHAS, MISEKTA UNHAS, dan aktif dalam beberapa kepanitiaan yang diadakan oleh UKM Koperasi Mahasiswa Universitas Hasanuddin. Penulis pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Gelombang 108 tahun 2022 di Kelurahan Leoran, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang dan Magang di PT. Wira Kusuma pada tahun 2023.



UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahil robbil alaamiin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam ajarannya hingga akhir zaman. Semoga kita senantiasa memperoleh syafa'at dari beliau di dunia dan akhirat kelak. Atas dasar rasa syukur ini penullis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Tomat di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang".

Penulis meyakini sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dorongan, bantuan, dan kritik serta saran dari berbagai pihak yang telah memberikan masukan-masukan yang berarti bagi penulis. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan penghargaan yang terkhusus dan istimewa setinggi-tingginya, sebagai rasa cinta serta sembah sujud penulis persembahkan kepada Ayahanda tercinta **Makkawaru** dan Ibunda tersayang **Rasmianti** dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang dengan penuh kasih sayang yang tak terhingga kepada beliau yang tak hentinya memberikan kasih sayangnya hingga kapanpun, sosok yang telah membesarkan, mendidik, dan senantiasa memberikan motivasi serta doa yang tak pernah terputus hingga penulis bisa sampai pada titik ini. Dan tak lupa pula penulis ucapkan terimakasih kepada kakak tercinta **Suwarno**, yang telah menjadi saudara sekaligus sosok pendengar yang baik bagi penulis dan senantiasa selalu memberikan dorongan, motivasi dan perhatiannya dalam menyelesaikan skripsi penulis.

Tanpa mengurangi rasa empati dan hormat kepada mereka yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.** selaku dosen pembimbing utama, dan Bapak **Dr. Ir. Idris Summase, M.Si.** selaku dosen pembimbing pendamping, terima kasih atas waktu, ilmu, saran serta masukan selama ini mengenai berbagai hal. Meskipun ditengah kesibukan masih senantiasa meluangkan waktunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis dengan sepenuh hati memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang membuat kecewa, baik saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap dan Bapak senantiasa diberkahi dan selalu dalam lindungan



Dr. Ir. Muslim Salam, M.Si. dan **Ibu Dr. Letty Fudjaja, S.P.**, dosen penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna penyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan

selama ini, baik saat perkuliahan maupun pada saat penyusunan skripsi ini. Semoga Prof dan Ibu senantiasa diberkahi dan selalu berada dalam lindungan Allah SWT.

3. Bapak dan Ibu **Dosen Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian**, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
4. Seluruh **Staf dan Pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian dan Akademik Fakultas Pertanian** yang telah membantu penulis dalam proses administrasi dan persuratan untuk penyelesaian tugas akhir ini.
5. Seluruh **Pihak Pemerintah Daerah Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang** yang telah membantu dan memberikan arahan kepada penulis selama proses penelitian hingga selesai.
6. **Asmaul Husnah, Ina Ekasari, Nur Hikma L, dan Nur Azizah**, selaku sahabat sekaligus partner penulis sejak menempuh pendidikan di bangku perkuliahan hingga saat ini. Penulis ucapkan terimakasih telah menjadi rumah kedua yang selalu menemani penulis dalam suka maupun duka, menjadi pendengar yang baik dan selalu memberikan dukungan serta dorongan untuk tetap semangat menjalankan perkuliahan hingga sarjana. Terimakasih atas segala bantuannya selama ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu namun semua hal tersebut sangat berharga bagi penulis dan semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan selama ini Allah SWT balas dengan kebaikan yang setimpal dan semoga kita semua dapat meraih kesuksesan nantinya, aamiin.
7. Ibu **Mader beserta keluarganya** yang telah menjadi keluarga penulis selama berKKN di Kelurahan Leoran, Kabupaten Enrekang dan kepada seluruh masyarakat Kelurahan Leoran yang juga dengan senang hati telah menerima dan membantu kami selama berKKN di sana. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan KKN dengan baik dan mendapatkan pengalaman yang begitu berkesan bagi penulis.
8. Teman-teman **KKNT Perhutanan Sosial Gel. 108, khususnya Posko 9** yang telah memberikan bantuan serta pengalaman berkesan dalam hidup penulis. Mohon maaf apabila penulis ada perkataan ataupun perbuatan baik itu disengaja maupun tidak disengaja yang menyinggung dan melukai hati kalian yang tanpa penulis sadari. Semoga silaturahmi kita semua tetap

emoga kita menjadi orang-orang yang sukses nantinya.

1 seperjuangan **Agribisnis Angkatan 2019 (Adhi9ana)** yang bersamai dan banyak membantu penulis selama perkuliahan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita semua lindungan Allah SWT dan bisa mencapai cita-cita maupun diinginkan dengan sukses, aamiin.



10. **Petani responden** Desa Buntu Barana, Desa Parombean dan Desa Curio, yang telah berbaik hati menerima dan meluangkan waktunya untuk memberikan pengetahuan mengenai usahatani tomat disana sehingga penulis dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kedepannya usahatani yang dilakukan dapat berkembang dan semakin sukses.
11. **Semua pihak** yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
12. Dan yang terakhir, **kepada diri penulis sendiri, Suwarsy**. Terima kasih sudah mampu berjuang dan bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih untuk berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, meskipun terkadang ditengah perjalanan yang dilalui sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan. Namun dirimu tetap menjadi manusia yang selalu mau berdo'a, berusaha dan tidak pernah lelah untuk mencoba. Terima kasih karena sudah memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya dengan sebaik dan semaksimal mungkin, ini adalah salah satu pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Semoga hari-harimu selalu dikelilingi hal baik di manapun kamu berada, Arsy. Apapun kekurangan dan kelebihanmu mari selalu merayakan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dengan segala keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang masih harus penulis tingkatkan lagi agar bisa lebih baik kedepannya. Untuk itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak mana pun. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Terimakasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 15 Maret 2024



Penulis



ABSTRAK

SUWARSY. “**Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Tomat di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang**”. (dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S. dan Dr. Ir. Idris Summase, M.Si.).

Latar belakang. Tomat (*Lycopersicum esculentum Mill*) merupakan komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi yang dimanfaatkan untuk berbagai industri. Dalam usahatani, tomat menjadi salah satu sumber untuk meningkatkan pendapatan petani. Pada tahun 2021, Sulawesi Selatan menjadi provinsi yang menempati urutan ke-7 di Indonesia sebagai penghasil tomat tertinggi sebesar 63.373 ton dan Kabupaten Enrekang yang menjadi wilayah penghasil tomat tertinggi di Sulawesi Selatan salah satunya Kecamatan Curio. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan, tingkat efisiensi, dan bentuk saluran pemasaran usahatani tomat ditempat penelitian. **Metode.** Penelitian ini menggunakan metode sensus dengan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* di tiga Desa di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus (sampel diambil 100%) sebanyak 120 petani. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. **Hasil.** Penelitian menunjukkan rata-rata pendapatan usahatani yang diterima petani sebesar Rp. 90.510.695/Ha/MT. Tingkat efisiensi usahatani tomat adalah 5,16 dimana nilai ini diperoleh dari nilai R/C Ratio sebesar 5,16 artinya $R/C > 1$ ($5,16 > 1$) sehingga usahatani tomat layak atau efisien diusahakan. Saluran pemasaran tomat yang digunakan yaitu pola saluran pemasaran I (19,2%), pola saluran pemasaran II (66,7%), dan pola saluran pemasaran III (33,3%).

Kata Kunci : Tomat, Pendapatan, Pemasaran, Efisiensi



ABSTRACT

SUWARSY. *“Analysis of Income and Marketing of Tomato Farming in Curio District, Enrekang Regency”*. (advised by Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S. and Dr. Ir. Idris Summase, M.Si.).

Background. Tomato (*Lycopersicum esculentum* Mill) is a horticultural commodity that has a high economic value and is used for various industries. In farming, tomatoes are a source of increasing farmers' income. In 2021, South Sulawesi will be the 7th province in Indonesia as the highest producer of tomatoes at 63,373 tons and Enrekang Regency will be the highest tomato-producing region in South Sulawesi, one of which is Curio District. **Aim.** This research aims to determine the income, level of efficiency and form marketing channels for tomatoes business at the research site. **Method.** This research uses the census method with a quantitative descriptive analysis approach. The research location was determined using purposive sampling in three villages in Curio District, Enrekang Regency. Sampling was carried out using the census method (100% sample taken) of 120 farmers. The data collected consists of primary data and secondary data. The data analysis methods used are quantitative analysis and descriptive analysis. **Results.** The research show that the average farming income received by farmers is Rp. 90,510,695/Ha/MT. The efficiency level of tomato farming is 5,16 where this value is obtained from the R/C Ratio value of 5.6, meaning R/C Ratio > 1 ($5.6 > 1$) so that tomato farming is worth pursuing or efficient. The tomato marketing channels used are marketing channel pattern I (19.2%), marketing channel pattern II (66.7%), and marketing channel pattern III (33.3%).

Keywords : Tomatoes, Income,, Marketing, Efficiency



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
BIODATA PENULIS.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 <i>Research Gap (Novelty)</i>	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Kerangka Pemikiran.....	6
1.7 Landasan Teori	8
1.7.1 Gambaran umum tomat.....	8
1.7.2 Konsep usahatani.....	9
1.7.3 Produksi dan faktor produksi dalam usahatani.....	9
1.7.4 Biaya produksi usahatani	11
1.7.5 Penerimaan	12
1.7.6 Pendapatan Usahatani	12
1.7.7 Efisiensi Usahatani.....	13
an	13
lembaga pemasaran dan saluran pemasaran.....	14
RESEKSI PENELITIAN.....	16
Waktu Penelitian	16
Penelitian	16



2.2.1	Jenis dan sumber data.....	16
2.2.2	Teknik pengumpulan data	16
2.2.3	Populasi dan Sampel	17
2.3	Metode Analisis	17
2.4	Batasan Operasional	18
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN	20
3.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian	20
3.2	Karakteristik Petani Responden	20
3.2.1	Umur responden	20
3.2.2	Jenis kelamin responden	21
3.2.3	Tingkat pendidikan responden.....	21
3.2.4	Jumlah tanggungan.....	22
3.2.5	Pengalaman berusahatani.....	23
3.3	Gambaran Umum Usahatani Tomat.....	24
3.3.1	Pemilihan benih	24
3.3.2	Pengolahan lahan.....	24
3.3.3	Penyemaian benih.....	25
3.3.4	Penanaman	25
3.3.5	Pemeliharaan	25
3.3.6	Panen dan pasca panen.....	27
3.4	Penggunaan Faktor Produksi	27
3.4.1	Luas dan status kepemilikan lahan	27
3.4.2	Penggunaan modal	28
3.4.3	Penggunaan benih	28
3.4.4	Penggunaan pupuk	29
3.4.5	Penggunaan pestisida.....	31
3.4.6	Penggunaan Tenaga Kerja	32
	Biaya Usahatani Tomat	34
	biaya tetap.....	34
	biaya variabel.....	35
	total biaya (TC) usahatani tomat	35
	Rendemen Usahatani Tomat	36



3.7 Analisis Pendapatan Usahatani.....	37
3.8 Analisis R/C Ratio	37
3.9 Pola Saluran Pemasaran	38
BAB IV PENUTUP	41
4.1 Kesimpulan.....	41
4.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	47



DAFTAR TABEL

No		Hal
Tabel 1.	Luas lahan, jumlah produksi, dan produktivitas tomat di Kabupaten Enrekang pada tahun 2017-2021	2
Tabel 2.	Jarak Desa ke Ibukota Kecamatan dan ke Ibukota Kabupaten/Kota	20
Tabel 3.	Klasifikasi petani responden berdasarkan umur di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	21
Tabel 4.	Jenis kelamin petani responden di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	21
Tabel 5.	Tingkat pendidikan petani responden di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	22
Tabel 6.	Jumlah tanggungan keluarga petani responden di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	23
Tabel 7.	Pengalaman berusahatani tomat petani responden di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	23
Tabel 8.	Luas lahan petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	28
Tabel 9.	Rata-rata penggunaan benih petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	29
Tabel 10.	Rata-rata penggunaan pupuk petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	30
Tabel 11.	Rata-rata penggunaan insektisida petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	31
Tabel 12.	Rata-rata penggunaan herbisida petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	32
Tabel 13.	Rata-rata penggunaan fungisida petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang,	32
	-rata alokasi waktu tenaga kerja petani responden usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	33
	-rata biaya tetap petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	33



	Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	34
Tabel 16.	Rata-rata biaya variabel petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	35
Tabel 17.	Rata-rata total biaya (TC) petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	36
Tabel 18.	Rata-rata produksi dan harga tomat petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	36
Tabel 19.	Rata-rata pendapatan petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	37
Tabel 20.	Analisis R/C Ratio petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	37
Tabel 21.	Rata-rata volume penjualan dan harga pada tiap saluran pemasaran tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	39



DAFTAR GAMBAR

No		Hal
Gambar 1.	Kerangka pemikiran analisis pendapatan dan pemasaran usahatani tomat di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang	7
Gambar 2.	Saluran pemasaran usahatani tomat	38



DAFTAR LAMPIRAN

No		Hal
Lampiran 1.	Kuesioner penelitian	47
Lampiran 2.	Identitas pribadi petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	55
Lampiran 3.	Penggunaan modal petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	57
Lampiran 4.	Nilai penyusutan alat dan mesin, biaya pajak lahan, dan total biaya tetap pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	59
Lampiran 5.	Penggunaan dan biaya variabel benih tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	68
Lampiran 6.	Total penggunaan dan biaya variabel benih tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	72
Lampiran 7.	Penggunaan dan biaya variabel pupuk pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	74
Lampiran 8.	Total penggunaan dan biaya variabel pupuk pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	90
Lampiran 9.	Penggunaan dan biaya variabel insektisida pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	92
Lampiran 10.	Penggunaan dan biaya variabel herbisida pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	97
Lampiran 11.	Penggunaan dan biaya variabel fungisida pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	101
	Total Penggunaan dan biaya variabel pestisida pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	108
	Total penggunaan dan biaya variabel tenaga kerja pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	112



Lampiran 14.	Produksi, harga, total biaya, penerimaan, dan pendapatan petani responden pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	128
Lampiran 15.	Volume penjualan dan harga jual tomat saluran I pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	132
Lampiran 16.	Volume penjualan dan harga jual tomat saluran II pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	133
Lampiran 17.	Volume penjualan dan harga jual tomat saluran III pada usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, 2023	135
Lampiran 18.	Dokumentasi	136



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang dikenal sebagai negara agraris dimana mayoritas penduduknya menjadikan sektor pertanian sebagai sumber mata pencahariannya. Pertanian memiliki arti penting dan peran strategis dalam pembangunan nasional (Berliantara, Zakaria, & Lestari, 2016). Sektor pertanian mencakup subsektor tanaman bahan makanan, perkebunan, pertanian, perikanan dan kehutanan, dimana sektor ini menyumbang penyerapan tenaga kerja baru setiap tahunnya (40%) dan masih menjadi tumpuan hidup bagi sebagian besar angkatan kerja di Indonesia, bahkan kebutuhan akan pangan nasional masih menumpukan harapan pada sektor pertanian (Sita, Syamsul, & Sutiarso, 2018). Peranan sektor pertanian sangat penting bagi bangsa Indonesia karena sektor ini mampu menyediakan lapangan pekerjaan, memasok pangan dan menjadi penyumbang devisa negara terbesar. Dibuktikan dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Triwulan II tahun 2018 sektor pertanian sebagai penyumbang tertinggi sebesar 9,93% terutama pada tanaman hortikultura, khususnya buah dan sayur (Badan Pusat Statistik, 2018).

Hortikultura merupakan salah satu subsektor penting dalam pembangunan pertanian (Siskawati, 2021) yang memiliki peranan cukup berarti bagi pemenuhan gizi masyarakat Indonesia (Tobing, 2023) dengan budidaya tanaman yang diusahakan dalam bentuk ladang atau biasa disebut "*field crops*" namun dalam perkembangannya, budidaya juga dilakukan di lahan yang lebih luas atau disebut "*orchard*" dengan teknologi mekanisasi modern. Menurut Siskawati, (2021), secara garis besar komoditas hortikultura terdiri dari kelompok tanaman sayur (*vegetables*), buah (*fruits*), tanaman obat/toga (*medicinal plants*), tanaman hias (*ornamental plants*) termasuk di dalamnya tanaman air, lumut, dan jamur yang dapat berfungsi sebagai sayuran, tanaman obat ataupun tanaman hias.

Di Indonesia penggunaan tanaman hortikultura sudah dilakukan sejak dahulu. Namun, usaha pembudidayaannya berawal dari masuk dan menetapnya bangsa Eropa di Indonesia yang membawa budaya pengembangan hortikultura lalu dimulailah dikembangkan tanaman dataran tinggi seperti kentang, tomat, kubis, wortel, dan lain-lain serta bunga-bunga khas Eropa seperti mawar, glidol, anyelir, dan garbera. Pengembangan tanaman tersebut terutama di Bandung (Pangalengan dan Lembang), Wonosobo (Dieng), Yogyakarta (Kaliurang), Semarang (Bandungan dan Kopeng), Malang (Punten dan Pujon), Tengger dan Ngadisari), Sulawesi Selatan (Malino), Bali (Budugul), Yudiansyah, Dipokusumo, & Suparmin, 2020).

ahmawati *et al*, Tomat (*Lycopersicum esculentum Mill*)
as hortikultura yang banyak dikenal masyarakat dan
cukup tinggi. Buahnya sumber vitamin dan mineral dimana
erdapat vitamin C 40 mg, vitamin A 1500 SI, vitamin B 60 mg,



kalori 30, protein 1 g, lemak 0,3 g, karbohidrat 4,2 g, zat besi 0,5 mg, dan kalsium 5 mg (Suryani, Sudarma, & Sumarsono, 2020). Tomat juga termasuk salah satu bentuk tanaman sayuran rempah pertanian dengan nilai ekonomi tinggi yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai industri misalnya selai tomat, sambal saos tomat, kurma tomat, minuman, jamu, dan kosmetik (Siskawati, 2021).

Walaupun tomat termasuk sayuran rempah yang berarti hanya diperlukan dalam jumlah kecil namun karena setiap orang memerlukan dalam masakan maka tidak mengherankan bila tomat memegang peranan penting dalam perdagangan (Pertiwi, Un, & Sinu, 2019). Menurut Hernanto, dalam segi ekonomis, usahatani tomat adalah salah satu sumber untuk meningkatkan pendapatan petani. Permintaan tomat terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan stabilitas ekonomi nasional (industri). Seiring dengan berkembangnya industri nasional maka tomat merupakan bahan baku industri yang terus dibutuhkan. Dengan demikian usahatani tomat memberikan kontribusi secara finansial bagi petani yang ada di Indonesia (Pertiwi, Un, & Sinu, 2019).

Menurut Badan Pusat Statistik dan Dirjen Horti (2022), produksi tomat di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 1.114.399 ton. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan produksi tomat dari tahun 2018-2021 sebesar 137.609 ton. Di mana pada tahun 2018 produksi tomat mencapai 976.790 ton, pada tahun 2019 produksi tomat mencapai 1.020.333 ton, dan pada tahun 2020 produksi tomat mencapai 1.084.993 ton.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi yang memiliki tingkat produksi tomat yang cukup tinggi. Dimana pada tahun 2021, Sulawesi Selatan menempati urutan ke-7 di Indonesia sebagai penghasil tomat tertinggi setelah Jawa Barat, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Sulawesi Utara sebesar 63.373 ton. Produksi ini meningkat sebesar 2.938 ton dari tahun sebelumnya (BPS dan Dirjen Horti, 2022). Dari beberapa wilayah yang ada di provinsi Sulawesi Selatan, Kabupaten Enrekang menjadi salah satu Kabupaten yang mengembangkan usahatani tomat dan merupakan wilayah penghasil tomat tertinggi di Sulawesi Selatan (BPS dan Dirjen Horti, 2021). Dimana produksi tertinggi tomat terjadi pada tahun 2017 sebesar 47.260 ton (BPS dan Dirjen Horti, 2021). Luas lahan, jumlah produksi dan produktivitas tomat di Kabupaten Enrekang pada tahun 2017-2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas lahan, jumlah produksi dan produktivitas tomat di Kabupaten Enrekang pada tahun 2017-2021

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (kw/ha)
2017	1.398,00	47.260,00	338,1
2018	1.468,00	45.389,30	309,2
2019	1.058,00	33.299,60	314,7
2020	1.314,00	37.256,80	283,5
2021	1.510,00	30.884,20	204,5

Sumber: BPS dan Dirjen Horti (2018-2022)

Tomat di Kabupaten Enrekang dibudidayakan pada 8 kecamatan salah satunya yaitu Kecamatan Curio yang memiliki 11 Desa dan sebagian petaninya membudidayakan tanaman tomat termasuk di tiga Desa yakni Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio. Ketiga Desa ini masyarakatnya mayoritas bermata pencaharian sebagai petani. Salah satunya dalam bidang hortikultura seperti tanaman tomat bahkan menjadikan usahatani tomat sebagai bagian dari sumber pendapatan selama 3 tahun terakhir.

Sebagai daerah penghasil tomat, produksi yang dihasilkan tentunya tidak hanya dikonsumsi saja akan tetapi petani menjualnya ke pasar. Tomat merupakan tanaman musiman yang berumur sekitar 4 bulan (Pertiwi, Un, & Sinu, 2019), dan tomat termasuk komoditas hortikultura yang mudah rusak (Tuzanah, 2021), selain itu petani tidak mempunyai teknologi untuk mengatasi hal tersebut maka petani dengan terpaksa akan menerima harga jual yang berlaku di pasar. Sehingga terkadang harga tomat di pasar tinggi ketika produksi tomat sedikit, namun sebaliknya jika produksi melimpah maka harga akan turun (Anisa *et al.*, 2022). Adanya kondisi fluktuasi harga yang terjadi seperti ini dapat mempengaruhi kondisi pendapatan petani dari usahatani tomat, karena saat melakukan kegiatan produksi petani mengeluarkan biaya yang cukup besar (Bongkang *et al.*, 2019). Selain dari adanya fluktuasi harga tomat, aktivitas usahatani termasuk didalamnya adalah penggunaan faktor produksi yang juga dapat mempengaruhi pendapatan usahatani (Wulandari, 2019). Penggunaan faktor produksi seperti penggunaan sumber daya lahan, modal dan tenaga kerja serta penggunaan input lainnya perlu diperhatikan dalam proses produksi, agar tidak terjadi penggunaan faktor produksi yang berlebihan seperti penggunaan pestisida yang dapat merugikan petani dan menyebabkan tingkat produksi yang dihasilkan tidak optimal (Anisa *et al.*, 2022).

Dalam penjualan, fungsi pemasaran sangat berperan penting dalam hal menyalurkan barang dari produsen ke konsumen akhir (Asriani, *et al.*, 2021), yang mana fungsi pemasaran ini merupakan kegiatan utama yang khusus dilakukan untuk menyelesaikan proses pemasaran (Zaenal Fanani, 2017). Menurut Asriani *et al.*, (2021) dalam proses pemasaran, petani biasanya melakukan saluran pendek dan saluran panjang. Saluran pemasaran pendek terjadi dari produsen ke konsumen secara langsung, sedangkan saluran pemasaran panjang terjadi dari produsen, pedagang perantara dan konsumen.

Saluran pemasaran memiliki peranan penting dalam kehidupan petani. Oleh karena itu petani harus mampu mengetahui saluran mana yang terbaik dalam melakukan pemasaran serta kelebihan dan kekurangan dari masing-masing saluran tersebut. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan saluran pemasaran yang



lainnya yang dikeluarkan sehingga berpengaruh terhadap pendapatan petani dan juga dapat berpengaruh terhadap harga yang diperoleh (Asriani, *et al.*, 2021).

Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang usahatani tomat di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang dengan judul “**Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Berapakah pendapatan usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana tingkat efisiensi usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang?
3. Bagaimana bentuk saluran pemasaran usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang?

1.3 Research Gap (Novelty)

Penelitian ini tentunya tidak lepas dari penelitian terdahulu dimana penelitian terdahulu digunakan sebagai perbandingan dengan penelitian yang saat ini dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai perbandingan.

Penelitian dari Faisal (2015) dengan judul “Analisis Pendapatan Usahatani Dan Saluran Pemasaran Pepaya (*Carica Papaya L*) di Kabupaten Tulungagung (Studi kasus di Desa Bangoan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung)”. Metode analisis data yang digunakan yakni analisis data kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata penerimaan yang diperoleh petani responden selama satu tahun adalah sebesar Rp.5.004.000. Biaya tunai yang dikeluarkan oleh petani responden adalah Rp.14.449.000/tahun, sehingga pendapatan atas biaya tunai adalah sebesar Rp.555.000/tahun. Sedangkan pendapatan atas total biaya untuk luas lahan rata-rata 1 hektar dengan rata-rata produksi 8.360 kg dan jumlah total biaya Rp.18.530.800 adalah sebesar Rp.3.526.800. Nilai R/C atas biaya total yang diperoleh adalah sebesar 1,03 dan nilai R/C atas biaya tunai adalah sebesar -4.25. Pola saluran pemasaran yang paling banyak digunakan adalah pola saluran pemasaran I sebesar 60%. Sedangkan petani yang memilih pola saluran pemasaran II sebesar 40%. Untuk analisis rasio keuntungan dan biaya, petani pada pola saluran II memperoleh keuntungan terbesar yaitu 6,30. Artinya petani tersebut memperoleh keuntungan sebesar 6,30 untuk setiap rupiah yang dikeluarkan. Sedangkan rasio antara keuntungan dan biaya yang diperoleh petani pola saluran I adalah sebesar 2,21 untuk setiap rupiah yang dikeluarkan.

Penelitian dari Asriani, *et al* (2021) dengan judul “Analisis Usahatani Dan Pemasaran Tomat (*Lycopersicon esculentum Mill*) Di Desa Tesbatan, Kecamatan



Kupang”. Metode analisis data yang digunakan yakni model antitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Keadaan sbatan sangat tergolong maju, di mana sudah memenuhi cara g baik dan juga benih yang digunakan adalah benih yang beli di Toko Tani terdekat di Desa Tesbatan setiap satu kali 'ola pemasaran tomat yang dilakukan oleh petani di Desa itu: a). petani menjual langsung kepada konsumen akhir, b).

petani menjual hasil panen kepada pengecer kemudian kepada konsumen akhir. 3). Besaran pendapatan usahatani yang diterima petani di Desa Tesbatan tahun 2019 adalah sebesar Rp.670.696.500 dengan pendapatan rata-rata per petani responden adalah sebesar Rp.17.649.908; Nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran tomat di Desa Tesbatan, pada saluran pemasaran yang pertama yaitu sebesar 100, sedangkan pada pemasaran kedua sebesar 75, serta margin pemasaran tomat di Desa Tesbatan, Kecamatan Amarasi, Kabupaten Kupang yaitu Rp.5000. 4). Usahatani dan pemasaran tomat di Desa Tesbatan sangat efisien karena memiliki nilai kurang 1.

Penelitian dari Pauza, Susy, & Eliza (2022) dengan judul "Analisis Pendapatan Usahatani Dan Pemasaran Nanas Di Desa Kualu Nenas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar". Metode analisis data yang digunakan yakni analisis pendapatan dan analisis pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan bersih yang diterima petani jenis anakan buah adalah Rp.61.450.970,04/Ha dan petani anakan batang sebesar Rp.52.903.030,56/Ha. Nilai RCR (*Return Cost Ratio*) petani jenis anakan buah sebesar 3,29 dan 2,67 petani anakan batang. Hal ini berarti usahatani yang dilakukan sama-sama memperoleh keuntungan karena nilai RCR yang diperoleh besar dari 1 ($RCR > 1$). Saluran pemasaran nanas di Desa Kualu Nenas terdiri atas 4 saluran. Margin pemasaran saluran I (Rp.4.026,79/Gandeng), saluran II (Rp.2.618,75/Gandeng), saluran III (Rp.92.051,34/Gandeng), dan saluran IV bernilai 0. Bagian terbesar yang diterima petani yaitu saluran IV (100,00%), diikuti saluran II (70,58%), saluran I (60,30%), dan saluran III (7,95%). Saluran pemasaran yang efisien yaitu saluran IV (3,03%).

Kebaruan dari penelitian ini terhadap penelitian terdahulu adalah lokasi dan waktu penelitian, dimana lokasi penelitian berada di tiga desa yakni Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang dan dilaksanakan pada bulan Mei sampai bulan Agustus 2023. Selain itu data yang digunakan merupakan data terbaru yakni data primer yang bersumber dari petani tomat Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pendapatan usahatani tomat di Desa Buntu Barana, Desa Parombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang.
2. Untuk mengetahui tingkat efisiensi usahatani tomat di Desa Buntu Barana, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang.
3. Untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran usahatani tomat di Desa Buntu Barombean, dan Desa Curio, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang.



1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak yang bersangkutan, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai analisis pendapatan dan pemasaran usahatani tomat dan merupakan salah satu persyaratan penyelesaian studi pada Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.
2. Bagi petani, sebagai bahan informasi dan pengetahuan bagi petani tomat di daerah penelitian dalam mengenai pendapatan, tingkat efisiensi usahatani tomat yang diusahakan serta saluran pemasaran tomat apa saja yang digunakan guna mengembangkan usahatani tomat untuk meningkatkan produksi tomat serta pendapatan petani secara maksimal.
3. Bagi pihak akademis, dapat dijadikan sebagai acuan ataupun referensi terhadap pengembangan dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan analisis pendapatan dan pemasaran usahatani tomat.

1.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian tentang analisis pendapatan usahatani tomat diawali dengan penilaian pendapatan usahatani yang merupakan selisih antara penerimaan dan biaya yang dikeluarkan pada usahatani tomat. Menurut Silalahi (2018), Pengelolaan usahatani tomat merupakan suatu sistem yang terkait dimana adanya input, proses dan produksi. Faktor-faktor produksi yang terdiri dari lahan, modal untuk pembiayaan sarana produksi serta tenaga kerja yang seluruhnya ditujukan untuk proses produksi sehingga akan dihasilkan produksi. Semua biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produksi disebut biaya produksi. Pendapatan yang diperoleh nantinya dapat menentukan layak atau tidaknya suatu usahatani yang dijalankan. Efisiensi usahatani juga dapat diukur dengan menghitung R/C Ratio atau *Return Cost Of Ratio* (RCR) yakni rasio perbandingan antara total output dengan total input dari usahatani yang dijalankan tersebut.

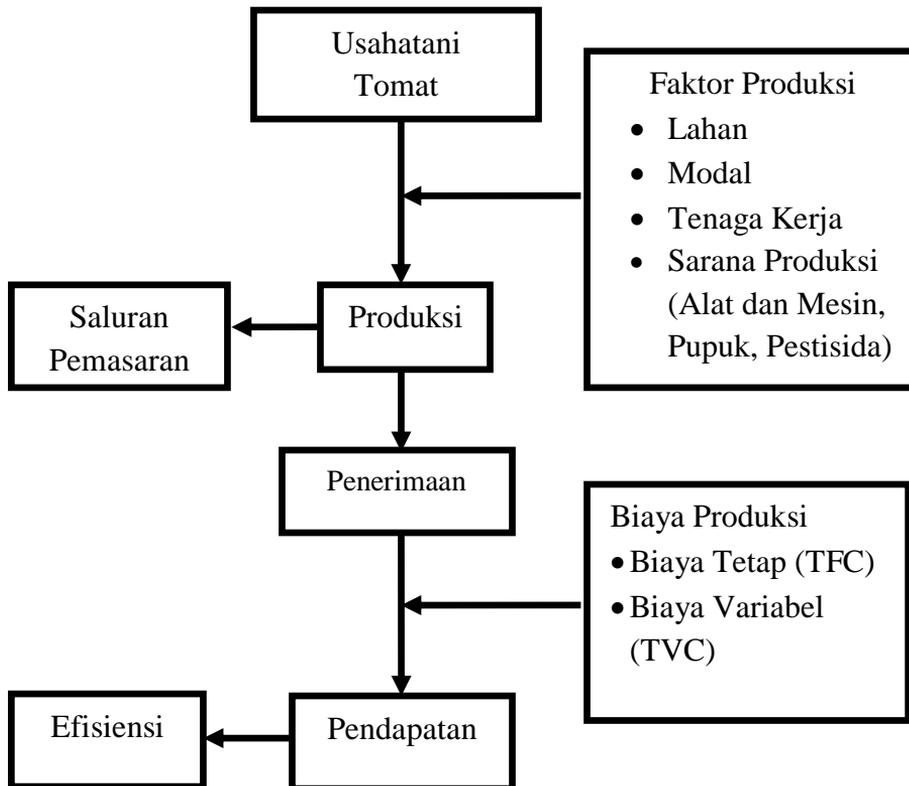
Menurut Sawija (2021), sarana produksi serta upah tenaga kerja yang digunakan di dalam usahatani tomat akan memiliki pengaruh terhadap produksi yang dihasilkan. Penggunaan berbagai sarana produksi tersebut haruslah efektif dan efisien sehingga dapat mengurangi biaya produksi tetapi meningkatkan hasil produksi. Produksi yang dihasilkan dari usahatani tomat jika dikalikan dengan harga jual akan menghasilkan penerimaan usahatani. Selisih antara penerimaan usahatani dengan biaya produksi akan diperoleh pendapatan usahatani.



...tani tomat sangat erat kaitannya dengan pemasaran karena
...eh dari hasil proses pemasaran. Dimana dalam proses
...la kesepakatan harga antara produsen dengan pedagang.
...n tomat melibatkan petani sebagai produsen, pedagang
...g besar, pedagang pengecer dan konsumen (Sawija, 2021).
...tribusi tomat dibutuhkan petani sebagai produsen yang
...yang kemudian dalam proses pemasarannya ada pedagang

pengumpul yang menampung tomat dari petani yang dijual dan akan dikumpulkan untuk disalurkan kepada pedagang besar sebagai pihak yang akan mengekspor tomat untuk di proses lebih lanjut dan ada juga yang dari pengecer ke konsumen. Dalam proses tersebut tentunya sudah memiliki kesepakatan harga sehingga kegiatan distribusi berjalan dengan baik.

Adapun kerangka pemikiran dari penelitian “Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Usahatani Tomat Di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang tertera pada Gambar 1:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Usahatani Tomat di Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang



1.7 Landasan Teori

1.7.1 Gambaran umum tomat

Tomat (*Lycopersicon esculentum* Mill) merupakan komoditas hortikultura yang banyak dikenal masyarakat dan mempunyai nilai gizi yang cukup tinggi. Tanaman tomat berasal dari pantai Barat Amerika Selatan dan tumbuh liar di sekitar Ekuador, bagian Utara Chili dan pulau Galapagos dan termasuk kedalam tanaman perdu yang tergolong dalam tanaman semusim berumur pendek (Helki, 2015). Menurut Asriani *et al*, (2021), Tanaman tomat dapat diklasifikasikan ke dalam golongan sebagai berikut :

- Kingdom : *Plantae* (Tumbuh-tumbuhan)
- Devisi : *Angiospermae* (Berbiji tertutup)
- Subdevisi : *Spermatophyta* (Tumbuhan berbiji)
- Kelas : *Dicotyledoneae* (Biji berkeping dua)
- Ordo : *Tubiflorae* (Solanes)
- Famili : *Solanaceae* (Berbunga seperti terompet)
- Genus : *Lycopersicon* (*Lycopersicon*)
- Spesies : *Lycopersicon esculentum* Mill

Tanaman tomat merupakan anggota genus yang memiliki jumlah spesies yang sedikit dibandingkan dengan genus lain dalam family *Solanaceae*. Akan tetapi varietas atau jenis tomat cukup banyak yang mana keanekaragaman varietas tersebut diperoleh melalui kegiatan pemuliaan tanaman. Dengan pemuliaan tanaman, dihasilkan berbagai jenis varietas yang memiliki banyak keunggulan seperti tahan terhadap hama dan penyakit tertentu atau tahan terhadap cuaca bahkan lingkungan yang tidak mendukung. Selain itu dengan adanya pemuliaan tanaman juga bisa menghasilkan varietas tomat yang memiliki produktivas tinggi. Adapun varietas tomat yang banyak dikenal kalangan masyarakat yaitu jenis tomat apel, tomat ceri dan tomat sayur (Agromedia dalam Amjadi, 2019)

Tanaman tomat biasanya dapat tumbuh pada ketinggian 0-1.250 mdpl, dan dapat tumbuh optimal di dataran tinggi dengan ketinggian lebih dari 750 mdpl sesuai dengan jenis atau varietas tomat yang diusahakan dengan suhu pada siang hari 24⁰C dan pada malam hari antara 15-20⁰C. Apabila tomat ditanam pada temperatur tinggi (di atas 32⁰C) warna buah tomat cenderung kuning, sedangkan pada temperatur yang tidak tetap atau tidak stabil warna buah tomat cenderung tidak merata. Tanaman tomat membutuhkan tanah yang gembur, berpasir, subur dan banyak mengandung humus. Selain itu curah hujan yang dibutuhkan untuk budidaya tomat antara 750-1250 mm/tahun dengan irigasi yang baik serta pH tanah) sekitar 5.5-7. Kebutuhan air bagi tanaman tomat jumlah banyak, akan tetapi air yang berlebihan hingga menyebabkan akar pada tanaman tomat membusuk dan juga menjadi tinggi sehingga akan memudahkan hama dan tanaman tomat akan rusak (Amjadi, 2019).



1.7.2 Konsep usahatani

Menurut Soekartawi (2016), ilmu usahatani merupakan ilmu yang membahas mengenai bagaimana seorang petani mampu mengalokasikan sumberdaya yang mereka miliki secara efektif dan efisien dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal pada waktu tertentu. Penggunaan input dapat dikatakan efektif apabila petani mampu mengalokasikan input yang mereka gunakan sebaik-baiknya, dan dikatakan efisien apabila output yang dihasilkan lebih besar daripada input yang digunakan.

Menurut Hertanto, tipe usahatani dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor alam yang terdiri dari iklim, tanah, dan topografi, faktor budaya yang terdiri dari adat, kepercayaan, perkembangan pendidikan dan perkembangan taraf hidup dan kebijaksanaan pemerintah, dan faktor ekonomi yang terdiri dari siklus kelebihan dan kekurangan produksi, nilai lahan, tersedianya modal, pesaing antar cabang usahatani dan tersedianya tenaga kerja. Sedangkan keberhasilan usahatani dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor-faktor pada usahatani itu sendiri (internal) seperti petani pengelola, lahan usahatani, tenaga kerja, modal, jumlah keluarga, dan kemampuan petani dalam mengaplikasikan penerimaan keluarga. Selain itu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar usahatani (eksternal) seperti tersedianya sarana transportasi dan komunikasi, aspek-aspek yang menyangkut pemasaran hasil dan bahan usahatani (harga hasil, harga saprodi, dan lain-lain), fasilitas kredit, dan sarana penyuluh bagi petani (Thresia, 2017).

Dalam pengelolaan usahatani tomat petani harus mampu mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki dengan baik seperti menggunakan faktor-faktor produksi secara efektif dan efisien yang dapat meningkatkan pendapatan usahatani tomat, sehingga apa yang diharapkan dari usahatani yang dilakukan tercapai.

1.7.3 Produksi dan faktor produksi dalam usahatani

Produksi adalah segala kegiatan yang dilakukan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran yang mencakup setiap usaha manusia dan kemampuan untuk menambah manfaat dalam memenuhi kebutuhan manusia (Duwila, 2015). Hastuti (2017), mengemukakan bahwa produksi merupakan kegiatan yang diukur sebagai tingkat output per unit periode atau waktu, dimana dalam proses produksi terdapat hubungan yang sangat erat antara faktor-faktor produksi yang digunakan dengan produksi yang dihasilkan atau



Produksi diperoleh melalui suatu proses yang panjang dan penuh resiko. Panjangnya waktu yang dibutuhkan tidak sama tergantung pada jenis komoditi yang diusahakan. Selain waktu, kecukupan akan faktor produksi yang digunakan pun ikut sebagai penentu pencapaian produksi. Faktor produksi ini mutlak dalam setiap kegiatan produksi karena faktor produksi inilah yang akan mengubah input menjadi output. Faktor-faktor produksi ini saling mendukung sehingga output yang dihasilkan berkualitas. Besar kecilnya produksi yang diperoleh sangat ditentukan oleh faktor produksi yang digunakan (Muin, 2017). Usahatani selalu berkaitan erat dengan faktor-faktor produksi (input) yang tersedia. Soekartawi mengemukakan bahwa tersedianya sarana atau faktor produksi (input) belum berarti bahwa produktivitas yang didapatkan petani itu tinggi. Namun bagaimana petani mampu melakukan usahanya dengan mengalokasikan faktor-faktor produksi (input) yang tersedia secara efektif dan efisien sehingga menghasilkan produksi yang maksimal dan mendapatkan keuntungan yang besar (Saeri, 2018).

Dalam melakukan usahatani ada beberapa faktor-faktor produksi yang harus diperhatikan antara lain sebagai berikut:

1. Lahan

Menurut Darsani dan Subagio (2016), lahan (meliputi tanah, air, dan unsur yang terkandung di dalamnya) merupakan salah satu unsur usahatani atau disebut juga faktor produksi yang mempunyai kedudukan penting. Kedudukan penting dari lahan sebagai faktor produksi yang dimaksud terkait dengan kepemilikan dan pemanfaatan sebagai tempat atau wadah proses produksi berlangsung atau dijalankan. Secara fisik, kondisi dan sifat lahan (tanah, air, dan unsur yang terkandung di dalamnya) sangat beragam antara satu dengan yang lainnya dapat berbeda. Secara ekonomi, lahan mempunyai tingkat produktivitas yang berbeda antara satu agroekosistem dengan agroekosistem lainnya atau bersifat spesifik lokasi. Secara hukum, terkait dengan status kepemilikan dapat mempengaruhi nilai dan harga sehingga penggunaan dan penghasilan dari faktor produksi ini dapat berbeda status kepemilikannya (Saeri, 2018)

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan subsistem usahatani yang apabila faktor tenaga kerja ini tidak ada maka usahatani tidak akan berjalan. Besar kecilnya peranan tenaga kerja terhadap hasil usahatani dipengaruhi oleh keterampilan kerja yang tercermin dari tingkat produktivitasnya. Tenaga kerja dalam usahatani dibagi dalam beberapa jenis yakni tenaga kerja manusia (tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja luar keluarga), tenaga kerja ternak dan tenaga kerja mesin. Tenaga kerja ini merupakan faktor yang secara langsung maupun tidak langsung menjalankan



pembentukan modal lebih lanjut dan untuk meningkatkan produksi dan pendapatan usaha (Asriani, 2021). Dalam faktor produksi pertanian modal dibagi atas 2 macam yaitu : 1) modal tetap diartikan sebagai modal yang digunakan untuk beberapa kali proses atau modal yang tidak habis dipakai pada satu periode produksi seperti lahan, bangunan dan mesin-mesin; 2) modal tidak tetap diartikan sebagai modal yang digunakan untuk satu kali pakai dalam proses produksi atau modal yang habis dipakai pada satu periode produksi seperti biaya yang digunakan untuk membeli benih, bibit, pupuk, pestisida, dan biaya yang dibayarkan untuk upah tenaga kerja (Saeri, 2018).

4. Manajemen (Pengelolaan)

Menurut Shinta (2011), manajemen (pengelolaan) dalam usahatani adalah kemampuan petani dalam merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, mengkoordinasikan, dan mengawasi faktor-faktor produksi yang dimilikinya dengan sebaik-baiknya sehingga mampu memberikan produksi pertanian sebagaimana yang diharapkan (Saeri, 2018). Hernanto mengemukakan bahwa ukuran dari keberhasilan setiap manajemen itu adalah produktivitas dari setiap faktor maupun produktivitas dari usahanya. Dengan demikian pengenalan secara utuh faktor-faktor produksi yang dimiliki dan faktor faktor yang dapat dikuasai akan sangat menentukan keberhasilan pengelolaan usaha (Anisa, 2021).

1.7.4 Biaya produksi usahatani

Menurut Purwanti & Prawironegoro (2013), biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan atau dikeluarkan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa yang akan datang (Anisa, 2021). Hal senada juga dikemukakan oleh Dahlianawati, Softyan, & Fajri (2020) Secara umum biaya dapat diartikan sebagai seluruh dana yang dikeluarkan untuk melaksanakan suatu kegiatan sampai menghasilkan produksi yang bermanfaat. Dalam usahatani ada beberapa biaya yaitu :

1. Biaya tetap atau *fixed cost* (FC) ialah biaya yang sifatnya tidak dipengaruhi oleh besarnya produksi yang dihasilkan (Thresia, 2017). Biaya tetap ini biasanya didefinisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Jadi besarnya biaya tetap tidak tergantung pada besarnya produksi yang diperoleh artinya petani harus membayar berapapun jumlah komoditas yang dihasilkan dalam usahatannya (Zulfani, 2017). Biaya yang termasuk dalam biaya tetap yakni pajak, penyusutan alat-alat produksi, bunga pinjaman, dan lain-lain (Thresia, 2017).



atau *variable cost* (VC) ialah biaya yang sifatnya berubah) atau biaya yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah i besar kecilnya dipengaruhi oleh besarnya volume produksi uga sebagai biaya yang mewakili jumlah biaya-biaya untuk roduksi variabel seperti tenaga kerja, benih, pupuk, dan obat-obatan (Supartama *et al*, 2013). Semakin banyak output

yang dihasilkan maka biaya variabel yang dikeluarkan juga semakin banyak. Sebaliknya, semakin sedikit output yang dihasilkan, semakin sedikit pula biaya variabel yang dikeluarkan (Sahara, 2021).

3. Biaya total atau *total cost* (TC) ialah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua output, baik barang maupun jasa atau dapat dikatakan biaya total merupakan biaya yang diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dengan biaya variabel (Sahara, 2021). Besarnya biaya total dapat dihitung dengan menggunakan persamaan (Soekartawi, 2016):

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan: TC = Total Biaya (Rp)

TFC = Total Fixed Cost (Total Biaya Tetap) (Rp)

TVC = Total Variabel Cost (Total Biaya Variabel) (Rp)

1.7.5 Penerimaan

Dalam usahatani, penerimaan adalah total pemasukan yang diterima oleh produsen atau petani dari kegiatan produksi yang sudah dilakukan yang telah menghasilkan uang dan belum dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama produksi (Ambarsari et al., 2014). Menurut Soekartawi, penerimaan adalah hasil perkalian antara hasil produksi yang telah dihasilkan selama proses produksi dengan harga jual produk. Dimana penerimaan ini dipengaruhi oleh luas usahatani, jumlah produksi, jenis dan harga komoditas usahatani yang diusahakan. Faktor-faktor ini berbanding lurus sehingga apabila salah satu dari faktor mengalami kenaikan atau penurunan maka dapat memengaruhi penerimaan yang diterima oleh produsen atau petani yang melakukan usahatani (Sahara, 2020). Penerimaan yang diperoleh pada usahatani dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Soekartawi, 2016):

$$TR = P \times Q$$

Keterangan: TR = Total penerimaan (Rp)

P = Harga (Rp/Kg)

Q = Jumlah produksi (Kg)

1.7.6 Pendapatan Usahatani

Menurut Sukirno, pendapatan adalah seluruh perolehan yang berasal dari biaya faktor-faktor produksi atau jasa produksi yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu. Soekartawi juga menyatakan bahwa, pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Dimana penerimaan usahatani diperoleh dari perkalian harga jual yang dihasilkan dengan harga jual. Harga jual yakni harga yang diperoleh antara petani (penghasil) dan pembeli untuk setiap produk. Biasanya satuan yang digunakan yakni satuan yang digunakan oleh petani atau penjual secara partai besar misalnya kg, kwintal, ikat, dan sebagainya (Sahara, 2021). Pendapatan dalam usahatani dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Soekartawi, 2016):



$$Pd = TR - TC$$

Keterangan: Pd = Pendapatan (Rp)
 TR = Total Penerimaan (Rp)
 TC = Total Biaya (Rp)

1.7.7 Efisiensi Usahatani

Efisiensi dibedakan menjadi tiga yaitu efisiensi teknis, efisiensi alokatif (harga), dan efisiensi ekonomis. Suatu usahatani dikatakan efisien secara teknis apabila mampu untuk memperoleh output tertentu dengan menggunakan jumlah input tertentu pada tingkat teknologi tertentu. Sedangkan usahatani dikatakan efisien secara alokatif apabila mampu menggunakan input untuk menghasilkan output pada kondisi biaya minimal atau keuntungan maksimal pada tingkat teknologi tertentu dimana efisiensi ini dapat dicapai jika usahatani sudah efisien secara teknis dan jika usahatani sudah efisien secara teknis dan alokatif maka usahatani tersebut berada pada kondisi efisien secara ekonomi (Abas, *et al*, 2018). Menurut Soekartawi selain menghitung pendapatan yang diperoleh dapat menentukan layak atau tidaknya suatu usahatani yang dijalankan. Efisiensi usahatani juga dapat diukur dengan menghitung R/C Ratio atau *Return Cost Of Ratio* (RCR) yakni rasio perbandingan antara total output dengan total input dari usahatani yang dijalankan tersebut atau dengan kata lain perbandingan antara penerimaan dengan biaya produksi (Anisa, 2021). *Return cost of ratio* dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Soekartawi, 2016) :

$$R/C = TR/TC$$

Keterangan: R/C = Return Cost Ratio
 TR = Penerimaan Usahatani (Rp)
 TC = Biaya Total Usahatani (Rp)

Kriteria kelayakan usahatani digunakan sebagai berikut (Suratiyah, 2016):

- R/C > 1, usahatani layak diusahakan (efisien)
- R/C < 1, usahatani tidak layak diusahakan (tidak efisien)
- R/C = 1, usahatani dikatakan impas

1.8 Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang maupun jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan (Anisa, 2021). Menurut Marthen, & Selfius, (2021). Hal senada juga dikemukakan oleh (Anisa, 2021) pemasaran adalah suatu kegiatan dalam perekonomian yang menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi ini sendiri menentukan harga, biaya, dan faktor terpenting dalam menciptakan nilai tersebut adalah pemasaran, dan konsumsi. Dimana pemasaran sebagai kegiatan produksi dan konsumsi. Pada umumnya pemasaran adalah proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam



pemasaran ini barang-barang atau jasa mengalir dari produsen sampai pada konsumen akhir yang disertai dengan penambahan guna bentuk melalui proses penyimpanan.

Menurut Ahmad (2014), pemasaran dapat dikatakan efisien apabila hasil produksi sampai kepada konsumen akhir dengan biaya yang dikeluarkan murah dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Selain itu juga tingkat efisiensi pemasaran juga dapat diukur melalui besarnya rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran dimana rasio keuntungan ini merupakan besarnya keuntungan yang diterima atas biaya pemasaran yang dikeluarkan. Semakin meratanya penyebaran rasio keuntungan terhadap biaya maka dari segi operasional dianggap efisien (Tri, 2019).

1.8.1 Lembaga pemasaran dan saluran pemasaran

Dalam pemasaran terdapat suatu lembaga yang menjadi perantara antara produsen dan konsumen yang dinamakan dengan lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan produk atau jasa dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya (Putri *et al*, 2018). Menurut Soekartawi, lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas dari lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Sahara, 2020).

Philip Kotler (2014) mengatakan bahwa di dalam pemasaran usahatani terdapat beberapa lembaga pemasaran atau biasa disebut sebagai pedagang perantara (Tri, 2019) yaitu :

1. Pedagang Pengumpul, yakni pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari produsen kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain.
2. Pedagang Besar, yakni pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul dan atau dari produsen langsung, kemudian menjual kembali kepada pedagang pengecer dan pedagang lain atau kepada pembeli industri, lembaga pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama pada konsumen akhir.



gecer, yakni pedagang yang menjual barang hasil pertanian ke konsumen akhir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam partai kecil.

er, saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang rta terlibat dalam proses menjadi akan produk atau jasa siap konsumsi. Saluran pemasaran yang tidak efisien akan an baik bagi petani itu sendiri maupun bagi konsumen, karena

konsumen merasa beban yang berat untuk membayar produk pada harga tinggi. Sedangkan bagi petani, perolehan pendapatan menjadi lebih rendah karena harga penjualan yang diterima jauh lebih rendah. Dalam menciptakan pemasaran yang efisien serta menguntungkan bagi petani maupun konsumen, maka petani harus memilih saluran yang pendek (Saleh, 2017). Kotler dan Keller, (2016) juga mengemukakan bahwa secara umum pola saluran pemasaran dapat dibedakan menjadi dua saluran yaitu saluran pemasaran secara langsung dan saluran pemasaran melalui perantara. Apabila pemasaran dilakukan secara langsung, harga yang diterima produsen sama dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Dengan demikian produsen mendapatkan harga yang wajar sementara konsumen mempunyai daya beli yang tinggi, selain itu juga konsumen mendapatkan produk dalam keadaan yang segar, sedangkan pemasaran yang melalui perantara akan melibatkan pedagang lain (Tri, 2019).

Ada beberapa faktor yang menentukan panjang pendeknya suatu saluran pemasaran yaitu jarak antara produsen ke konsumen (semakin jauh maka semakin panjang saluran pemasarannya), cepat lambatnya produk rusak (produk yang cepat rusak menghendaki saluran pemasaran yang pendek), skala produksi (semakin kecil skala produksi semakin panjang saluran pemasarannya), posisi keuangan pengusaha (produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung mampu memperpendek saluran pemasaran), nilai unit dari suatu produk (semakin rendah nilai suatu produk maka saluran pemasarannya semakin panjang), bentuk pemakaian produk (produk yang dapat digunakan untuk berbagai bentuk pemakaian biasanya saluran pemasarannya lebih rumit dan panjang), dan struktur pasar (struktur pasar yang terbentuk monopoli biasanya memiliki saluran pemasarannya lebih pendek dibanding struktur pasar lainnya (Nurfitri, 2019).

Menurut Kotler dan Keller, gambaran panjangnya saluran pemasaran dapat dilihat dengan membagi saluran pemasaran dalam beberapa tingkatan (Tri, 2019), yaitu:

1. Saluran tingkat nol, yakni pola saluran yang terdiri dari seorang produsen yang menjual langsung kepada konsumen akhir.
2. Saluran satu tingkat, yakni pola saluran yang mempunyai satu perantara pada pasar konsumen yang terdiri dari produsen menjual ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer ke konsumen akhir.
3. Saluran dua tingkat, yakni pola saluran yang mempunyai dua perantara pada pasar konsumen yang terdiri dari produsen menjual ke pedagang besar, kemudian ke pedagang pengecer, kemudian ke konsumen atau dari produsen ke pedagang pengumpul, kemudian ke pedagang pengecer dan ke



ir.
tingkat, yakni pola saluran yang mempunyai tiga tingkat a pasar konsumen yang terdiri dari produsen, pedagang dagang besar, pedagang pengecer, dan menjual langsung ke ir.