

STUDI KOMPARATIF PENJUALAN TOMAT (*Lycopersicum esculentum* Mill.) LOKAL DAN NON LOKAL DI TINGKAT DISTRIBUTOR PASAR SEGIRI KOTA SAMARINDA

Wahyu Widodo^{1,*}, Rita Mariati¹

¹Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman

*Corresponding author Email: rita.mariati@yahoo.com

Received: 14 Oktober 2023

Accepted: 30 November 2023

Available online: 14 Desember 2023

ABSTRACT

There are generally two types of tomatoes sold at Segiri Market, Samarinda City, namely local tomatoes and non-local tomatoes. The two types of tomatoes have many differences, including prices and stock in different markets. The purpose of this study was to determine the differences in prices and stocks of local and non-local tomatoes at the distributor level of Segiri Market, Samarinda City. This research was conducted for 12 weeks starting from September 2022 to November 2022. The data needed is primary data and secondary data with purposive sampling of 11 respondents, namely 4 respondents are local tomato distributors and 7 respondents are non-local tomato distributors. To find out the marketing channels for local tomatoes and non-local tomatoes at the Segiri Market distributor level, Samarinda City, the snowball sampling method was used. Meanwhile, to find out the difference in price and stock of local and non-local tomatoes, an independent sample t-test can be used. The results of this study stated that the average price of local and non-local tomatoes had differences. Although based on the average price of local and non-local tomatoes had differences, when the sample t test was carried out for the selling prices of local and non-local tomatoes, it was known that the sig value. (2-tailed) of $0.193 > 0.05$. So, according to the basis of decision making on the independent sample t test, it can be concluded that H_0 is accepted and H_a is rejected. The sample t test for the purchase price of local and non-local tomatoes is known to have a sig value. (2-tailed) as much as $0.154 > 0.05$. So, according to the basis of decision making in the independent sample t test, it can be concluded that H_0 is accepted and H_a is rejected. Thus it can be determined based on the t test that there is no significant difference between the prices of local and non-local tomatoes. The amount of stock of local and non-local tomatoes also differs based on the average number of stocks. After testing the sample t test, it is known that the sig. (2-tailed) of $0.002 < 0.05$. So, as the basis for decision making on the independent sample t test, it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus it can be concluded that there is a significant difference between the number of local and non-local tomato stocks.

Keywords: comparison, local tomatoes, non-local tomatoes

I. PENDAHULUAN

Salah satu tumbuhan hortikultura artinya tomat. tumbuhan tomat (*Lycopersicum esculentum* Mill.) ialah tumbuhan komoditas pertanian, memiliki rasa yang unik, yakni memiliki rasa perpaduan manis dan asam menjadikan tomat sebagai buah yang mempunyai banyak penggemar. Tomat dapat dinikmati pada berbagai bentuk, tomat segar bisa dijadikan sebagai sayuran, jus, atau semacam campuran bumbu masak. Tomat juga bisa dijadikan bahan baku industri. contohnya, tomat segar dapat dijadikan saus, bahan kosmetik, bahkan menjadi obat-obatan. Tomat mempunyai komposisi zat yang relatif lengkap dan baik. yang cukup menonjol dari komposisi

tersebut ialah vitamin A serta vitamin C. Vitamin-vitamin yang terkandung pada tomat tersebut sangat dibutuhkan tubuh untuk pertumbuhan serta kesehatan. Vitamin C berguna untuk mencegah sariawan, memelihara kesehatan gigi dan gusi, serta melindungi dari penyakit lain yang ditimbulkan oleh kekurangan vitamin C [6].

Permintaan pasar terhadap buah tomat dari tahun ke tahun terus meningkat, produksi tomat di Indonesia juga mengalami peningkatan terlihat pada tiga tahun terakhir. Pada tahun 2019 produksi tomat di Indonesia sebanyak 1.020.333 ton, tahun 2020 mengalami peningkatan produksi mencapai 1.084.933 ton dan pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan mencapai 1.114.399 ton.

DOI: <https://doi.org/10.33387/jpk.v2i2.6253>

Di Kalimantan Timur produksi tomat tiga tahun terakhir juga mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 produksi tomat di Kalimantan Timur mencapai 7.430 ton, mengalami peningkatan pada tahun 2020 mencapai 8.210 ton, dan pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan mencapai 10.810 ton [7]. Walaupun mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir, produksi tomat di Kalimantan Timur masih belum memenuhi kebutuhan tomat masyarakat Kalimantan Timur. Tomat yang ada di pasar Kalimantan Timur juga berasal dari luar daerah diantaranya yaitu dari pulau Jawa dan pulau Sulawesi.

Pasar Segiri merupakan pasar induk yang ada di Kota Samarinda. Aktivitas bongkar muat dilakukan setiap saat mulai dari dini hari sampai malam. Salah satu produk yang ada di Pasar Segiri yaitu tomat. Tomat yang ada di Pasar segiri didatangkan dari berbagai daerah di Kalimantan Timur hingga dari luar daerah seperti dari pulau Jawa dan pulau Sulawesi. Jumlah produksi tomat di daerah setempat yang masih kurang untuk memenuhi kebutuhan pasar menjadi alasan untuk mendatangkan tomat dari luar daerah. Hal ini mengakibatkan harga tomat di Pasar segiri berfluktuasi tergantung dari stok yang tersedia.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui perbandingan harga dan stok tomat lokal dan non lokal di tingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk 1) Mengetahui harga tomat lokal dan non lokal selama tiga bulan di tingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda; 2) Mengetahui jumlah stok tomat lokal dan non lokal selama tiga bulan di tingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda; 3) Mengetahui adanya perbedaan harga dan stok tomat lokal dan non lokal di tingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda; 4) Mengetahui saluran pemasaran tomat lokal dan non lokal ditingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan selama tiga bulan mulai bulan September hingga bulan November 2022 dengan melakukan pengamatan langsung di Pasar Segiri Kota Samarinda.

1. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan pada metode ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara observasi langsung ke lokasi penelitian dengan mengadakan wawancara langsung pada responden menggunakan daftar pertanyaan atau kuisioner yang sudah disusun dengan tujuan penelitian. Data

sekunder yang diperlukan yaitu data persediaan dan penjualan tomat lokal maupun non lokal.

2. METODE PENGAMBILAN SAMPEL

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling atau secara sengaja dengan jumlah sampel sebanyak 11 responden, yaitu 4 responden adalah distributor tomat lokal dan 7 responden adalah distributor tomat non lokal. Hal ini dilakukan atas dasar pertimbangan peneliti seperti memilih distributor tomat lokal dan distributor tomat non lokal untuk menjadi responden pada penelitian ini. Sementara itu, untuk mengetahui saluran pemasaran tomat lokal dan non lokal di tingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda menggunakan metode snowball sampling.

3. Definisi Variabel

Berdasarkan variabel-variabel, cara pengukuran dan satuan yang digunakan dalam penelitian ini, adapun definisinya sebagai berikut:

1. Tomat lokal adalah tomat yang berasal atau ditanam dari daerah Kalimantan Timur (kg).
2. Tomat non lokal adalah tomat yang berasal atau ditanam dari luar daerah Kalimantan Timur (kg).
3. Harga adalah harga tomat lokal dan non lokal yang berlaku di tingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda (Rp/kg).
4. Stok adalah jumlah persediaan tomat lokal dan non lokal di tingkat distributor Pasar Segiri Kota Samarinda (kg/minggu).
5. Pedagang distributor adalah orang yang membeli tomat langsung dari petani atau dari luar daerah dan menjualnya kembali kepada pedagang kecil/pegecer.
6. Saluran pemasaran adalah jalur yang dilalui oleh tomat lokal dan non lokal dari petani ke perantara hingga sampai pada konsumen.

3. Metode Analisis Data

1. Untuk tujuan 1 dan 2, dalam sebuah penelitian kuantitatif data dapat diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan pengumpulan data yang bermacam-macam hingga mencapai titik maksimal. Setelah data terkumpul, data yang diperoleh akan dilakukan analisis menggunakan software SPSS.
2. Untuk tujuan 3, mengetahui perbedaan harga dan stok antara tomat lokal dan non lokal dapat dilakukan dengan metode *Independent sample t-test*. Dan terlebih dahulu mencari simpangan baku dengan rumus:

$$S = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

Keterangan :

S = simpangan baku

x_i = nilai x ke- i

\bar{x} = nilai rata-rata data

n = jumlah data

Setelah itu dapat menggunakan metode *Independent sample t-test* untuk mengetahui perbedaan harga dan stok antara tomat lokal dan non lokal, dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Keterangan :

X_1 = Nilai rata-rata kelompok sampel pertama

X_2 = Nilai rata-rata kelompok sampel kedua

n_1 = Ukuran kelompok sampel pertama

n_2 = Ukuran kelompok sampel kedua

S_1 = Simpangan baku kelompok sampel pertama

S_2 = Simpangan baku kelompok sampel kedua

Statistik ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

- H_0 : tidak terdapat perbedaan nyata antara harga dan stok tomat lokal dan non lokal.
- H_a : terdapat perbedaan nyata antara harga dan stok tomat lokal dan non lokal.

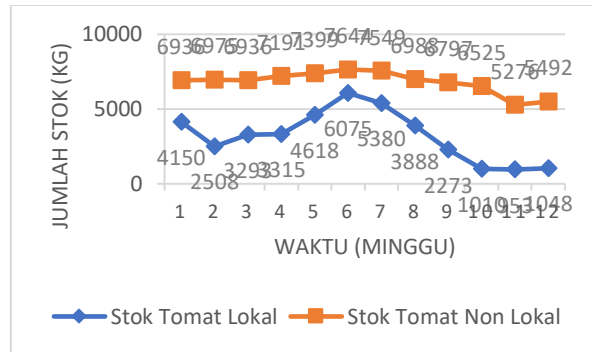
Dasar pengambilan keputusan metode *independent sample t-test* adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Untuk tujuan 4, mengetahui saluran pemasaran tomat lokal dan non lokal maka dideskripsikan secara kualitatif berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. JUMLAH STOK

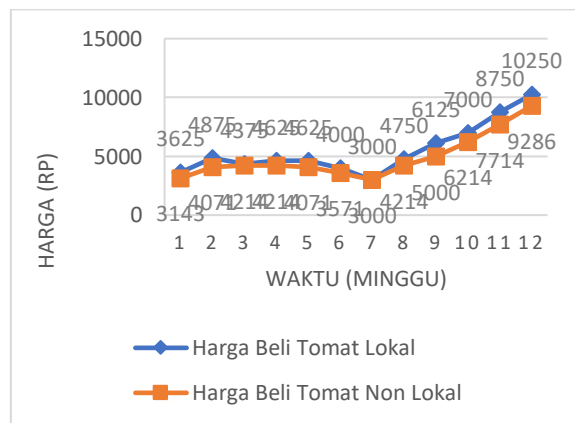
Hasil penelitian selama 12 minggu dari 11 responden distributor tomat lokal dan non lokal di Pasar Segiri Kota Samarinda menunjukkan terjadinya fluktuasi dari segi kuantitas stok.



Gambar 2. Grafik Jumlah Stok Tomat Lokal dan Non Lokal.

2. HARGA BELI

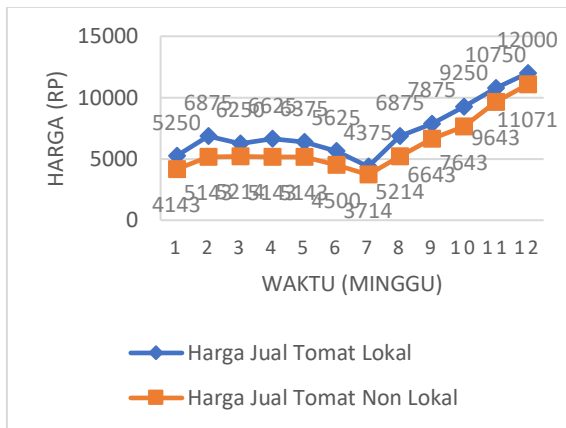
Biaya stok ditentukan oleh harga beli dari petani atau dari pedagang antar pulau dimana tempat distributor membeli tomat lokal atau non lokal. Umumnya untuk tomat lokal harga beli ditentukan oleh distributor sendiri, sedangkan untuk tomat non lokal ditentukan oleh pedagang antar pulau yang membeli tomat non lokal dari petani langsung.



Gambar 3. Grafik Rincian Harga Beli Tomat Lokal dan Non Lokal.

3. HARGA JUAL

Harga jual merupakan harga yang berlaku di tingkat distributor tomat lokal dan non lokal di Pasar Segiri yang menjadi responden kepada pengecer selama waktu penelitian yaitu 12 minggu, dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4. Grafik Rincian Harga Jual Tomat Lokal dan Non Lokal.

Perbandingan Harga Beli Tomat Lokal dan Non Lokal

Berdasarkan Tabel 4 pada bagian Equal variances assumed diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,154 > 0,05$. Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji independent sample t test dapat ditentukan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara harga beli tomat lokal dan non lokal.

Perbandingan Harga jual Tomat Lokal dan Non Lokal

Berdasarkan Tabel 5 pada bagian Equal variances assumed diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,193 > 0,05$. Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji independent sample t test dapat ditentukan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara harga jual tomat lokal dan non lokal.

Perbandingan Jumlah Stok Tomat Lokal dan Non Lokal

Berdasarkan Tabel 6 pada bagian Equal variances assumed diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji independent sample t test dapat ditentukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara jumlah stok tomat lokal dan non lokal.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Jumlah stok tomat lokal dan non lokal di tingkat distributor Pasar Segiri, untuk tomat lokal jumlah stok rata-rata dalam 12 minggu sebesar 3.209 kg minggu⁻¹, sedangkan jumlah stok rata-rata tomat non lokal selama 12 minggu sebesar 6.809 kg minggu⁻¹.
2. Berdasarkan harga beli rata-rata dan harga jual rata-rata minggu⁻¹, harga tomat lokal dan non lokal di tingkat distributor Pasar Segiri memiliki perbedaan sedangkan

berdasarkan uji sample t test diketahui bahwa bahwa tidak terdapat perbedaan nyata antara harga tomat lokal dan non lokal.

3. Berdasarkan jumlah stok rata-rata minggu⁻¹, jumlah stok tomat lokal dan non lokal ditingkat distributor Pasar Segiri memiliki perbedaan sedangkan berdasarkan uji t test juga terdapat perbedaan nyata jumlah stok tomat lokal dan non lokal.
4. Saluran pemasaran tomat lokal memiliki satu tingkatan dan saluran pemasaran tomat non lokal memiliki dua tingkatan.

REFERENSI

- [1] Isbah, U., Iyan, R, Y. 2016. Analisis Peran Sektor Pertanian Dalam Perekonomian Kesempatan Kerja Di Provinsi Riau. Jurusan Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Riau. Riau.
- [2] Istiqomah, N., Mulyani, N.S., Mafruhah, I., dan Ismoyowati, D. 2018. Analisis Pengembangan Klaster Hortikultura Di Kabupaten Ngawi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- [3] Amilia, E. 2016. Residu Pestisida Pada Tanaman Hortikultura Studi Kasus Di Desa Cihanjuang Rahayu Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. Alumni Magister Ilmu Lingkungan. Universitas Padjadjaran. Bandung.
- [4] Wattimena, G. A. 2000. Pengembangan Propagul Kentang Bermutu dan Kultivar Kentang Unggul Dalam Mendukung Peningkatan Produksi Kentang di Indonesia. Orasi Ilmu Guru Besar Tetap Ilmu Hortikultura. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- [5] Daryanto, A. 2020. Penampilan Karakter Hortikultura Beberapa Varietas Tomat Hibrida Di Rumah Kaca Dataran Rendah. Program Studi Agroteknologi. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Guna Darma. Jawa Barat.
- [6] Mardaus. 2019. Produksi Tanaman Tomat (*Solanum lycopersicum* L.) Dengan Pemberian SP-36 Dan Dolomit Di Tanah Gambut. Jurusan Agroteknologi. Fakultas Pertanian. UNISI. Riau.
- [7] Badan Pusat Statistik. 2021. Produksi tanaman sayuran Indonesia . <https://www.bps.go.id/indicator/55/61/1/produksi-tanaman-sayuran.html>
- [8] Assauri, S. 2013. Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- [9] Said, E Gumbira dan Intan, A.H, 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- [10] Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.

- [11] Ramadinata, F., Hasyim, A, I., Suriaty, S. 2014. Efisiensi Pemasaran Produk Duku Lampung Melalui Pendekatan Serba Fungsi di Kabupaten Lampung Selatan. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- [12] Fitriah. 2015. Lembaga Dan Saluran Pemasaran Salak di Desa Kolai Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- [13] Firdaus, M. 2008. Manajemen Agribisnis. Bumi Aksara. Jakarta.
- [14] Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- [15] Rahim, Abd dan Retno, D.H. 2007. Ekonomi Pertanian (Pengantar, Teori, dan Kasus). Penebar Swadaya. Jakarta.
- [16] Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta.
- [17] Rizal, M. 2018. Margin Dan Efisiensi Pemasaran Lada (*Piper nigrum linn*) di Desa Saotengnga Kecamatan Sinjai Tengah Kabupaten Sinjai. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian.
- [18] Darmawi, Herman. 2007. Manajemen Risiko. Bumi Aksara. Jakarta. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- [19] Halid, E., Mutalib, A., Inderiati, S., dan Rahmad. D. 2021. Pertumbuhan dan produksi tanaman tomat (*Lycopersium esculentum* Mill.) pada pemberian berbagai dosis bubuk cangkang telur. Jurusan Budidaya Tanaman Perkebunan. Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
- [20] Nazari, A, P, D. 2020. Pertumbuhan dan hasil tanaman tomat (*Lycopersicum esculentum* Mill.) pada pemberian pupuk ZN dan jarak tanam yang berbeda. Program Studi Agroekoteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman. Samarinda.
- [21] Sabang, J. 2011. Sistem Pemasaran Tomat (*Lycopersicum esculentum* Mill.) di Desa Bangunrejo Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- [22] Balkis, S., Najib, M., Masitoh, E, S. 2014. Analisis Usahatani dan Pemasaran Tomat di Desa Gunung Intan Kecamatan Babulu Darat Kabupaten Penajam Paser Utara. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- [23] Alam, H., Aida, S. 2017. Studi Risiko Ekonomi Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascalonicum*) di Tingkat Pengecer Pasar Segiri Kota Samarinda. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- [24] Renaldi, A. 2019. Analisis Sistem Pemasaran Tomat di Kecamatan Telaga Langsat Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lambung Mangkurat. Banjarbaru.
- [25] Amjadi, M. 2019. Analisis Efisien Pemasaran Buah Tomat (*Lycopersicum esculentum* Mill.) di Kelurahan Juata Laut Kecamatan Tarakan Utara Kota Tarakan. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Borneo. Tarakan.
- [26] Aisyah, A, M. 2019. Studi Komparatif Risiko Penjualan Wortel (*Daucus carota* L.) Varietas Chantenay Dan Varietas Imperator di Tingkat Pengecer Pasar Segiri Kota Samarinda. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Mulawarman. Samarinda.