

## STRATEGI PEMASARAN DAN PENDAPATAN USAHA TANI TANAMAN TOMAT DIMASA PANDEMI COVID-19

<sup>1</sup>Romauli Simanjuntak, <sup>2</sup>Martua Siadari, <sup>3</sup>Elnatan Paguh Ginting

<sup>1,2</sup>Dosen Pertanian, Program Studi Agribisnis Universitas Simalungun, Pematang Siantar, Indonesia

<sup>3</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Universitas Simalungun, Pematang Siantar, Indonesia

Email korespondensi : [elnatanpaguh@gmail.com](mailto:elnatanpaguh@gmail.com)

### ABSTRAK

Sektor pertanian memiliki nilai ekonomi yang dapat membuat Indonesia bertahan dari ancaman krisis global, termasuk krisis yang diakibatkan oleh pandemi covid-19. Salah satu sektor pertanian yang mendukung perekonomian nasional adalah usaha tani tomat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh petani tomat desa Sihemun Baru dan desa Sibuntuon yang berada di Kecamatan Dolok Pardamean Kabupaten Simalungun. Metode yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif yang disajikan dalam bentuk statistik deskriptif. Pengumpulan data diperoleh dari lapangan melalui proses pengamatan, wawancara, serta kuisioner dan kepustakaan, BPS, dan instansi-instansi terkait. Analisis data dilakukan dengan analisis SWOT). dengan menentukan matriks IFE dan matriks EFE. Populasi penelitian ini adalah usaha tani tomat yang berada di Desa Sihemun Baru dan Desa Sibuntuon dengan masing-masing sampel sebanyak 30 petani tomat. Hasil penelitian menunjukkan keseluruhan dari matriks IFE memiliki jumlah +0,75 dan keseluruhan dari matriks EFE memiliki jumlah -0,71 yang berada di kuadran II (positif, negatif) dengan alternatif strategi pengembangan dengan cara menggunakan strategi Diversifikasi (S-T) (Strength-Threats), sedangkan biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 33.797.938,8dan pendapatan bersih yang diperoleh para petani tomat sebesar Rp.36.507.661 dengan R/C 2,1 per usahatani.

**Kata Kunci :** *Usaha Tani Tomat, Strategi Pemasaran, Pendapatan, dan Covid-19.*

### ABSTRACT

*The agricultural sector has economic value that can make Indonesian survive the threat of global crisis, including the crisis caused by covid-19 pandemic. One of the agricultural sectors that support the national economy is tomato farming. The purpose of this study is to examine more deeply the marketing strategies implemented by tomato farmers in Sihemun Baru village and Sibuntuon village which are located in the Dolok Pardamean district, Simalungun regency. The method used by the researcher is a Quantitative method which is presented in the form of descriptive statistics. Data collection is obtained from the field through the process of observation interviews, and questionnaires and literature BPS and related agencies. Data analysis is done by SWOT analysis(strength,weakness,opportunity and threats) by determining the IFE matriks and the EFE matriks. The population in this study is a tomato farming bussines in Sihemun Baru and Sibuntuon villages with 30 tomato farmers in each sample. The results showed that the intire IFE matriks had a total of +0,75 and entire EFE matriks had a total of -0,70. That are in quadrant 2 (positive-negative) with an alternative development strategy by using a diversification strategy (S-T) strength thraeats while the production costs incurred were Rp.33.797.938 and the net income obtained by tomato farmers was Rp.36.507.661 with an R/C of 2,1/farm.*

**Key Word:** *Tomato farming, Marketing Strategy, income and covid-19*

### PENDAHULUAN

Tomat (*Lycopersicum esculentum* Mill.) merupakan Tumbuhan yang berasal dari pantai barat Amerika selatan dan tumbuh liar di sekitar Ekuador, bagian utara Chili dan pulau Galapagos.tanaman tomat merupakan

tanaman perdu yang tergolong tanaman semusim yang berumur pendek. Tanaman tomat tumbuh tegak atau bersandar pada tanaman lain, tinggi 0,5--2,5 m, bercabang banyak, dan berbau kuat. Tanaman ini tidak tahan dengan hujan, sinar matahari terik,

serta menghendaki tanah yang subur (Helfi, 2015).

Klasifikasi taksonomi tanaman tomat:

- Divisi : *Spermatophyta*
- Subdivisi : *Angiospermae*
- Kelas : *Dicotyledonae*
- Ordo : *Tubiflorae*
- Famili : *Solanaceae*
- Genus : *Lycopersicum*
- Spesies : *Lycopersicum esculentum Mill*

Dalam satu tomat mengandung beberapa kandungan gizi yang baik bagi kesehatan tubuh, yaitu:

No	Kandungan Nutrisi	Jumlah
1.	Air	94 g
2.	2 Protein	1 g
3.	Lemak	0,2 g
4.	Karbohidrat	3,6 g
5.	Ca	10 mg
6.	Fe	0,6 g
7.	Mg	10 mg
8.	P	10 mg
9.	Vitamin A	1700 mg
10.	Vitamin B1	0,1 mg
11.	Vitamin B2	0,02 mg
12.	Vitamin C	0,6 mg
13.	Niacin	21 mg

Sumber : Fraser et al, 1994

Beberapa jenis tomat yang umum dipasarkan dan sering digunakan adalah tomat cherry, tomat plum, tomat hijau, tomat beef, tomat anggur, tomat ungu dan, tomat globe. Dari ke 7 jenis tomat diatas, salah satu jenis tomat yang diproduksi di Desa Sihemun Baru Kecamatan Dolok Pardamean Kabupaten Simalungun adalah Tomat

globe karena jenis tomat ini banyak dikonsumsi di kalangan masyarakat selain rasanya pas dan tidak terlalu asam yang membuat masyarakat mengkonsumsi dalam makanan utama yaitu masakan rumah, sambal, salad, dan burger dan bisa dijadikan dalam pembuatan saos.

Tanaman tomat termasuk kedalam urutan komoditas sayuran nasional yang memiliki produksi 915.987 ton atau sekitar 7,69% terhadap produksi sayuran nasional. Central produksi tomat di Indonesia berada di Pulau Jawa yang terdiri dari provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah yang menghasilkan produksi 304.678 ton per tahun. Kebutuhan tanaman ini untuk konsumsi setiap tahun terus meningkat, akan tetapi untuk produksi Tanaman Tomat tidak seterusnya mengalami peningkatan. Data nasional menunjukkan bahwa mengkonsumsi tomat di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 3,76 kg per tahun dengan jumlah penduduk 250 juta jiwa, sehingga jumlah konsumsi Tomat pada tahun tersebut mencapai 940.000 ton sedangkan produksinya sebanyak 992,780 ton. Produksi Tomat di Indonesia pada tahun 2015 mengalami penurunan yakni dengan sebesar 877,792 ton, namun pada tahun 2016

hingga tahun 2018 mengalami peningkatan produksi mencapai 976.776 ton (Statistik, 2017).

Tomat merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan karena mempunyai kandungan gizi dan prospek pasar yang baik. Tomat dapat dijadikan sebagai sayuran maupun konsumsi segar karena jenis sayuran tomat sangat potensial untuk mengatasi masalah kekurangan vitamin B1, B2, B3, C, kalsium, fosfor, besi, natrium, kalium, serat dan air. (Syukur, SP, M. S., Saputra, H. E., SP and Hermanto Rudy, 2015). Sehubungan dengan hal ini, maka untuk meningkatkan pendapatan petani perlu diimbangi dengan sistem pemasaran yang menguntungkan petani. Ini sangat penting mengingat tingkat kesejahteraan petani secara umum terus menurun sejalan dengan persoalan-persoalan klasik didalamnya, seperti tidak konsistennya jumlah mutu produk yang dihasilkan, produktivitas yang rendah, serta rantai pemasaran yang panjang dengan kondisi pasar yang belum terorganisasi dengan baik, yang semuanya ini selanjutnya menjadi bagian dari dilema dari sebuah kegiatan agribisnis. Selain permasalahan-permasalahan tersebut,

eksistensi Covid-19 juga menghambat sektor pertanian khususnya Tomat.

Berdasarkan uraian di atas, penulis akan mengkaji lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh petani tomat dan bagaimana pendapatan petani tomat di masa pandemic Covid-19 ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistik deskriptif yaitu menjelaskan data dalam ukuran-ukuran nilai angka yang didapat menggambarkan karakteristik data melalui analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode penyusunan strategi dengan mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) didalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis, (Rangkuti, 1998). Analisa SWOT akan menentukan matriks atau rata-rata geometris perbandingan dari seluruh responden yang dapat diperoleh dengan rumus:

$$G = n\sqrt{X1.X2.X3. \dots Xn}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

X1 = Nilai faktor ke-i untuk responden 1

X2 = Nilai faktor ke-i untuk responden 2

X3 = Nilai faktor ke-i untuk responden 3

Xn = Nilai faktor ke-i untuk responden

Untuk memperoleh rata-rata pendapatan usaha tani tomat dapat diperoleh dengan rumus pendapatan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

$\pi$  = Pendapatan (Rp)

TR = Total Revenue/Total

Penerimaan (Rp)

TC = Total Cost/Total Biaya

Pengumpulan data diperoleh dari dua sumber yakni data primer (wawancara dan kuisisioner) dan data sekunder (kepuustakaan, BPS, dan instansi-instansi terkait). Populasi dan Sampel dalam penelitian ini adalah usaha tani tomat yang berada di Desa Sihemun Baru dan Desa Sibuntuon dengan masing-masing sampel sebanyak 30 petani tomat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian berlokasi di dua desa yakni desa Sihemun Baru dan desa Sibuntuon yang berada di Kecamatan Dolok Pardamean Kabupaten Simalungun. Berikut deskripsi singkat

mengenai kedua desa yang menjadi tempat penelitian dilakukan.

	Sihemun Baru	Sibuntuon
Luas Wilayah	2.45 km <sup>2</sup>	2.56 km <sup>2</sup>
Letak Geografis	2° 50'46 LU 98° 50'22 LS	2°49'31 LU 98°47'21 LS

Sumber: BPS Simalungun, 2020:

Kedua desa atau nagori yang berada di Kabupaten Simalungun di atas memiliki luas wilayah yang hamper sama. Desa Sihemun Baru dengan luas wilayah 2,45 km<sup>2</sup> dan desa Sibuntuon dengan luas wilayah 2,56 km<sup>2</sup>.

Berdasarkan pengamatan luas lahan petani tomat yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah lahan milik sendiri atau lahan milik pribadi. Artinya, para petani yang menjadi responden penelitian ini tidak ada satupun bekerja di lahan orang lain melainkan bekerja di lahan sendiri. Berikut adalah tabel mengenai luas lahan petani tomat di desa Sihemun Baru dan desa Sibuntuon.

Kedua desa atau nagori yang berada di Kabupaten Simalungun di atas memiliki luas wilayah yang hamper sama. Desa Sihemun Baru dengan luas wilayah 2,45 km<sup>2</sup> dan desa Sibuntuon dengan luas wilayah 2,56 km<sup>2</sup>.

Berdasarkan pengamatan, luas lahan petani tomat yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah lahan milik sendiri atau lahan pribadi. Artinya, para petani yang menjadi responden penelitian ini tidak ada satupun bekerja di lahan orang lain melainkan bekerja di lahan sendiri. Berikut adalah tabel mengenai luas lahan petani tomat di desa Sihemun Baru dan desa Sibuntuon.

Ket.	Banyaknya	Persentase (0%)
< 4 rante	2	6,7
4- 8 rante	22	73,3
> 8 rante	6	20,0
Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer

Pada tabel diatas, terlihat bahwa luas lahan yang dimiliki petani tomat memiliki interval luas lahan dari 2,5-10 rante, dominan petani tomat dilokasi penelitian memiliki luas lahan 4-8 rante ada sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 73,3%.

### Strategi Pemasaran Tomat

Peneliti memperoleh data dari hasil wawancara yang telah dilakukan dilapangan dengan ke 30 responden petani tomat dan menganalisis data melalui analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threats*). Berdasarkan hasil penelitian di

lapangan, parameter strategi pemasaran tomat tergantung pada dua faktor yaitu faktor Internal dan faktor Eksternal. *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan) merupakan faktor internal strategi pemasaran tomat dan *Opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) merupakan faktor eksternal. Berikut merupakan hasil analisa faktor internal dan faktor eksternal yang diperoleh peneliti dari lapangan

#### Analisa Faktor Internal

Strength	Weakness
a. Strength Harga jual kompetitif	a. Daya tawar produk rendah
b. Ketersediaan modal	b. Fisibilitas tingkat kerusakan
c. Keberlanjutan Produksi	c. Kurangnya edukasi pemasaran
	d. Teknologi yang kurang mendukung

Sumber : Data diolah, 2021

#### Analisa Faktor Eksternal

Opportunity	Threats
a. Pemenuhan gizi masyarakat lokal	a. Pendapatan petani tomat menurun
b. Pengelolaan produk berbagai jenis	b. Kerusakan/Serangan hama
c. Efisiensi Biaya Pemasaran lokal	c. Harga jual tidak stabil
d. Keragaman pangan supaya tercukupi	d. Petani tomat tidak mau lagi bertani tomat

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui beberapa parameter yang terdapat pada setiap faktor-faktor internal maupun eksternal. Parameter tersebut sebagai acuan untuk memperoleh penilaian atau rating dari responden. Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada usahatani tomat di daerah penelitian, selanjutnya dilakukan tahap pengumpulan data, model yang digunakan adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*).

**1. Matriks IFE**

Matriks IFE merupakan matriks yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan atau organisasi (Sukanta, S., Sari and Darajat, 2018). Matriks IFE menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung dengan rating dan bobot. Hasil identifikasi faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, rating dan pembobotan ada di tabel berikut :

FAKTOR INTERNAL (STRENGTH & WEAKNESS)			
STRENGTH			
	Bobot	Rating	Skor
Harga Jual Kompetitif	0,35	4	1,4
Ketersediaan	0,25	3	0,75

modal			
Keberlanjutan Produksi	0,4	4	1,6
Jumlah	1		3,75
WEAKNESS			
	Bobot	Rating	Skor
Daya tawar produk rendah	0,27	3	0,81
Produk Mudah Rusak/Busuk	0,33	3	0,99
Fisitabilitas tingkat kerusakan	0,25	3	0,75
Teknologi yang kurang mendukung	0,15	3	0,45
Total	1		3
S-W			0,75

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel diatas tersebut merupakan hasil pengolahan data terhadap faktor strategi internal yang diperoleh dari hasil penelitian kepada petani responden Tomat dilokasi penelitian. Nilai skor atau nilai terbobot (*weighted score*) diperoleh dari hasil perhitungan rating (a) x bobot (b). dan nilai akhir dari total nilai strength di kurangi total nilai weakness adalah (+) 0,75.

**2. Matriks EFE**

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi pelaku usaha. Langkah-langkah dalam penyusunan matriks EFE memiliki kesamaan dengan penyusunan matriks IFE. Hasil identifikasi faktor-faktor eksternal

yang merupakan peluang dan ancaman, rating dan pembobotan dapat dilihat pada tabel berikut:

<b>FAKTOR EKSTERNAL (OPPORTUNITY &amp; THREATS)</b>			
<b>OPPORTUNITY</b>			
	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
Pemenuhan gizi masyarakat local	0,29	4	1,16
Pengelolaan produk berbagai jenis.	0,29	3	0,87
Efisiensi Biaya Pemasaran local	0,21	3	0,63
Keragaman pangan supaya tercukupi	0,21	3	0,63
<b>Jumlah</b>	<b>1</b>		<b>3,29</b>
<b>THREATS</b>			
	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
Pendapatan petani tomat menurun	0,23	4	0,92
Kerusakan/Serangan Hama	0,31	4	1,24
Harga jual tidak stabil	0,23	4	0,92
Petani tomat tidak mau lagi bertani tomat	0,23	4	0,92
<b>Jumlah</b>	<b>1</b>		<b>4</b>
<b>O-T</b>			<b>-0,71</b>

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah keseluruhan dari matriks EFE memiliki jumlah -0,71 dimana angka tersebut bernilai negatif. Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa strategi pemasaran Tomat di Nagori Sihemun Baru dan Sibuntuon Kecamatan Pardamean Kabupaten Simalungun berada di kuadrann II (positif, negatif) dengan alternatif strategi pengembangan dengan caram

menggunakan strategi Diversifikasi (S-T).

### **Pendapatan Produksi Usahatani Tomat**

Analisis usahatani tomat di Nagori Sihemun Baru dan Sibuntuon Kecamatan Purba Kabupaten Simalungun merupakan kegiatan menganalisa suatu kegiatan usahatani dengan menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani, produksi yang didapatkan, penerimaan, pendapatan, serta kelayakan usatani tersebut dengan menggunakan analisis R/C ratio. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Sat.</b>	<b>Jumlah</b>
1	Produksi	Kg	13.590,0
2	Harga Jual	Rp	5.173,3
3	Penerimaan	Rp	70.305.600,0
4	Biaya Bibit	Rp	1.753.833,3
5	Biaya Pupuk	Rp	5.845.183,3
6	Biaya Pesticida	Rp	4.872.000,0
7	Biaya Tenaga Kerja	Rp	11.870.000,0
8	Penyusutan Peralatan	Rp	9.456.922,2
9	Total Biaya Produksi	Rp	33.797.938,8
10	Pendapatan	Rp	36.507.661,2
<b>R/C Ratio</b>			<b>2,1</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel di atas diketahui bahwa hasil analisis usahatani dari 30 petani responden didapatkan rata-rata

produksi para petani tomat dilokasi penelitian sebanyak 13.590 kg/usahatani dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.5.173, sehingga didapatkan sebuah penerimaan rata-rata atas penjualan produksi tomat tersebut sebesar Rp.70.305.600. Pendapatan bersih para petani tomat yang sebesar Rp.36.507.661, dengan R/C 2,1 per usahatani. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

## PENUTUP

Dengan hasil analisis SWOT yang di dapatkan para petani responden memiliki strategi pemasaran hasil produksi tomat dengan strategi diversifikasi dengan menggunakan strategi S-T (Strength-Threats) dengan beberapa poin sebagai berikut:

- a. Memaksimalkan ketersediaan modal dan keberlanjutan produksi guna menjaga keberlanjutan produksi untuk bisa meminimalisir turunya pendapatan petani dan harga jual.
- b. Meningkatkan keberlanjutan produksi untuk meminimalisir harga jual yang tidak stabil.

Melalui analisis biaya usahatani dari 30 petani responden didapatkan rata-rata produksi para petani tomat dilokasi penelitian sebanyak 13.590

kg/usahatani dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.5.173, sehingga didapatkan sebuah penerimaan rata-rata atas penjualan produksi tomat tersebut sebesar Rp.70.305.600. Pendapatan bersih para petani tomat yang sebesar Rp.36.507.661, dengan R/C 2,1 perusahatani.

## REFERENSI

- Fraser, P. D., Truesdale, M. R., Bird, C. R., Schuch, W., & Bramley, P. M. (1994). Carotenoid biosynthesis during tomato fruit development (evidence for tissue-specific gene expression). *Plant physiology*, 105(1), 405-413.
- Helfi, H. (2015). Buruh Tani Wanita Panggilan Dan Eksistensinya Menurut Adat Minangkabau. *EL-HARAKAH (TERAKREDITASI)*, 17(1), 84-100.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Statistik, B. P. (2017). Badan pusat statistik. *Badan Pusat Statistik*.
- Sukanta, S., Sari, D. A., & Darajat, A. A. (2018). Peningkatan pada analisis strategi pemasaran produk dies di PT KLM. *JRMSI-*

*Jurnal Riset Manajemen Sains  
Indonesia*, 9(1), 79-87.

Grup.

Syukur, M., SP, M. S., Saputra, H. E.,  
SP, M. S., & Rudy Hermanto, S.  
P. (2015). *Bertanam Tomat di  
Musim Hujan*. Penebar Swadaya  
Grup.

**REFERENSI (Mendeley)\*silahkan  
hapus yang di atas jika sudah  
tidak perlu**

Helfi, H. (2015) 'Buruh Tani Wanita  
Panggilan Dan Eksistensinya  
Menurut Adat Minangkabau', 17,  
pp. 84–100.

Rangkuti, F. (1998) *Analisis SWOT  
Teknik Membedah Kasus Bisnis*.  
Available at: Gramedia Pustaka  
Utama.

Statistik, B. P. (2017) 'Badan pusat  
statistik. Badan Pusat Statistik'.

Sukanta, S., Sari, D. A. and Darajat, A.  
A. (2018) 'Peningkatan pada  
analisis strategi pemasaran  
produk dies di PT KLM. JRMSI-  
' , *Jurnal Riset Manajemen Sains  
Indonesia*, 9, pp. 79–87.

Syukur, M., SP, M. S., Saputra, H. E.,  
SP, M. S. and Hermanto Rudy, S.  
P. (2015) *Bertanam Tomat di  
Musim Hujan*. Penebar Swadaya