

**ANALISIS KETERPADUAN PASAR TOMAT
(*Lycopersicum esculentum*) ANTARA PASAR TAWANGMANGU
KABUPATEN KARANMGANYAR DENGAN PASAR LEGI
KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian
di Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Jurusan/Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis



Oleh :
Rahayuningsih
H0305078

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2009

**ANALISIS KETERPADUAN PASAR TOMAT
(*Lycopersicum esculentum*) ANTARA PASAR TAWANGMANGU
KABUPATEN KARANMGANYAR DENGAN PASAR LEGI
KOTA SURAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
**Rahayuningsih
H0305078**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal: 22 Juli 2009
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Tim Penguji

Ketua

Anggota I

Anggota II

Dr. Ir. Minar Ferichani, MP

Setyowati, SP, MP

Mei Tri Sundari, SP, MSi

NIP. 19670331 199303 2 001

NIP.19710322 199601 2 001

NIP. 19780503 2005012002

Surakarta, Juli 2009

**Mengetahui
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Pertanian
Dekan**

Prof. Dr. Ir. H. Suntoro, MS

NIP. 1955 1217 198203 2 004

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME yang telah melimpahkan kasih serta anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Keterpaduan Pasar Tomat Antara Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi Kota Surakarta”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Suntoro, M.S. selaku Dekan Fakultas Pertanian UNS.
2. Ir. Catur Tunggal B.J.P., M.S. selaku Ketua Jurusan/Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian UNS.
3. Dr. Ir. Mohamad Harisudin, M.Si selaku pembimbing akademis yang telah membimbing dan membantu penulis selama ini.
4. Dr. Ir. Minar Ferichani, M.P selaku pembimbing utama skripsi ini yang telah membimbing penulis dan memberikan masukan-masukan yang berharga.
5. Setyowati, SP, MP selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan masukan-masukan yang berharga bagi penulis.
6. Mei Tri Sundari SP, MSi selaku dosen penguji tamu yang telah memberikan saran dan masukan bagi penulis.
7. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian UNS, terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama ini.
8. Seluruh karyawan Fakultas Pertanian UNS, terima kasih atas bantuan dan pelayanan yang telah diberikan.
9. Bagian administrasi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah membantu dalam perizinan selama penulisan skripsi ini.
10. Kesbanglinmas Kabupaten Karanganyar dan Kota Surakarta yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
11. Dinas Pertanian, Perkebunan, dan Kehutanan Kabupaten Karanganyar, Dinas Pasar Tawangmangu, dan Sub Dinas Pertanian Kecamatan

Tawangmangu yang telah memberikan banyak informasi penting serta bantuan kepada penulis.

12. BPS Kabupaten Karanganyar dan Kota Surakarta yang telah memberikan data-data penting bagi penulis.
13. Ayah dan Ibuku yang telah merawatku, memberikan doa, kasih sayang serta dukungan yang tak lekang oleh waktu.
14. Seluruh warga Bisnis '05 yang siap kaya, terimakasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan dalam menuju pendewasaanku.
15. HIMASETA FP UNS, terima kasih atas pengalaman berharga dan kebersamaannya.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini berguna bagi kita semua.

Surakarta, 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Landasan Teori	8
1. Tomat	8
2. Budidaya Tomat.....	10
3. Pasar	11
4. Pemasaran	12
5. Harga	14
6. Keterpaduan Pasar.....	14
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah	15
D. Definisi Operasional Variabel	20
E. Pembatasan Masalah	21
F. Hipotesis	21
G. Asumsi	22
III. METODE PENELITIAN	23
A. Metode Dasar Penelitian	23
B. Metode Pengambilan Sampel	23
A. Metode Penentuan Daerah Penelitian	23
B. Metode Penentuan Responden	25
C. Jenis dan Sumber Data	25
A. Data Primer	25
B. Data Sekunder	26
D. Teknik Pengumpulan Data	26

E. Metode Analisis Data	26
A. Analisis Keterpaduan Pasar	26
B. Pengujian Model	27
C. Pengujian Asumsi Klasik	29
IV. KONDISI UMUM DAERAH PENELITIAN	32
A. Kabupaten Karanganyar	32
1. Keadaan Alam.....	32
a. Letak Geografis.....	33
b. Topografi Daerah.....	33
c. Keadaan Iklim.....	33
2. Keadaan Penduduk.....	34
a. Jumlah Penduduk.....	35
b. Keadaan Penduduk Kabupaten Karanganyar Menurut Tingkat Pendidikan.....	36
c. Keadaan Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin	37
d. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	38
3. Keadaan Pertanian.....	39
a. Luas Daerah dan Tata Guna Lahan.....	39
b. Produk Pertanian.....	40
4. Keadaan Perekonomian.....	41
B. Kota Surakarta	43
1. Kondisi Umum	43
a. Letak Geografis	43
b. Topografi	43
c. Keadaan Iklim	44
2. Keadaan Penduduk	44
a. Jumlah dan Kepadatan Penduduk	44
b. Komposisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin.....	45
c. Keadaan Penduduk menurut Tingkat Pendidikan	46
d. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian	47
3. Kondisi Umum Pertanian	48
a. Penggunaan Lahan	48
b. Produk Pertanian	49
4. Keadaan Perekonomian.....	49
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Identitas Responden	51
2. Perkembangan Harga, Produksi, Luas Panen dan Produktivitas Tomat di Kabupaten Karanganyar Tahun 2008.....	53
3. Keadaan Harga di Tingkat Produsen dan Konsumen.....	54
B. Analisis Hasil Penelitian	57
1. Uji R^2	57
2. Uji F.....	58
3. Uji t.....	58
4. Uji Normalitas	59
5. Uji Multikolinearitas.....	60

6. Uji Heteroskedastisitas.....	60
7. Uji Autokorelasi.....	61
8. Analisis Keterpaduan Pasar.....	61
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 1.	Keadaan Harga Produsen dan Konsumen Tomat Bulan Januari-Desember 2008 di Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan Pasar Legi Kota Surakarta	4
Tabel 2.	Kandungan dan Komposisi Gizi Buah Tomat Tiap 100 gram Bahan	9
Tabel.3.	Luas Lahan dan Produksi Tomat di Eks Karisidenan Surakarta.....	23
Tabel 4.	Luas Panen dan Produksi Tanaman Tomat di Kabupaten Karanganyar Tahun 2007.....	24
Tabel 5.	Penduduk 5 Tahun ke Atas Menurut Pendidikan di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007	34
Tabel 6.	Keadaan Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karanganyar Tahun 2007	35
Tabel 7.	Keadaan Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karanganyar Tahun 2007	36
Tabel 8.	Penduduk 10 Tahun ke Atas Menurut Mata pencaharian di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007	37
Tabel 9.	Luas dan Penggunaan Lahan di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007	39
Tabel 10.	Luas Lahan dan Jumlah Produksi Sayur-sayuran di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007	40
Tabel 11.	Luas Panen dan Produksi Tomat di Kabupaten Karanganyar Tahun 2007	41
Tabel 12.	Sarana Perekonomian di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007	41
Tabel 13.	Keadaan Topografi di Kota Surakarta	42
Tabel 14.	Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kota Surakarta Tahun 2003-2007	43
Tabel 15.	Komposisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin Di Kota Surakarta.....	44
Tabel 16.	Keadaan Penduduk 5 Tahun ke Atas Menurut Tingkat Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Kota Surakarta	46
Tabel 17.	Keadaan Penduduk Menurut Matapencaharian Tahun 2007 di Kota Surakarta	47
Tabel 18.	Luas Lahan menurut Penggunaannya di Kota Surakarta.....	47
Tabel 19.	Produksi Tanaman Pangan dan Buah-buahan di Kota Surakarta Tahun 2007	48
Tabel 20.	Sarana Perhubungan di Kota Surakarta Tahun 2007	49
Tabel 21.	Identitas Responden Lembaga Pemasaran Tomat dari Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar ke Pasar Legi Kota Surakarta.....	52

Tabel 22. Perkembangan Harga, Produksi, Luas Panen dan Produktivitas Tomat di Kabupaten Karanganyar Tahun 2008.....	53
Tabel 23. Keadan Harga Tomat di Tingkat Produsen dan di Tingkat Konsumen pada Bulan Mei 2009 (waktu t).....	54
Tabel 24. Hasil Analisis Regresi Keterpaduan Pasar Tomat Antara Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi Kota Surakarta.....	57



DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 1.	Alur Kerangka Pemikiran dalam Penelitian	20



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Tabulasi Saluran Pemasaran, Harga Beli Rumah Tangga, Harga Beli dari Pedagang Besar, Harga Beli dari Pedagang Pengumpul dan Harga Beli dari Petani	69
Lampiran 2.	Identitas Responden.....	71
Lampiran 3.	Data Analisis Regresi Antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi.....	73
Lampiran 4.	Analisis Regresi Keterpaduan PasarTawangmangu dengan Pasar Legi.....	74
Lampiran 5.	Kuisisioner Penelitian	81
Lampiran 6.	Dokumentasi Penelitian.....	83
Lampiran 7.	Peta Kabupaten Karanganyar	84
Lampiran 8.	Peta Kota Surakarta	85

**ANALISIS KETERPADUAN PASAR TOMAT (*Lycopersicum esculentum*)
ANTARA PASAR TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR
DENGAN PASAR LEGI KOTA SURAKARTA**

**RAHAYUNINGSIH
H0305078**

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi Kota Surakarta. Keterpaduan Pasar adalah hubungan saling mempengaruhi dalam hal perubahan harga antara dua pasar atau lebih.

Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif analitis dan metode penjelasan (*explanatory research*). Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu Pasar Tawangmangu sebagai pasar produsen dan Pasar Legi sebagai pasar konsumen. Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis keterpaduan pasar adalah metode IMC dari Timmer. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, berupa data harga tomat di tingkat konsumen dan harga di tingkat produsen pada musim panen bulan Januari 2009 (waktu t-1) dan musim panen bulan Mei 2009 (waktu t).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi rendah, ditunjukkan dengan nilai IMC yang lebih dari satu yaitu 1,19 yang berarti bahwa hanya sedikit informasi tentang perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (Pasar Legi) yang ditransmisikan ke pasar lokal (Pasar Tawangmangu). Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi rendahnya keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi adalah tidak lengkapnya informasi pasar serta lokasi produsen dan konsumen (pasar) yang saling berjauhan.

Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa nilai *Farmer's share* nya sebesar 48% dan margin pemasarannya Rp 1.131,00/kg yang artinya pemasaran belum efisien. Dari hasil penelitian ini dapat disarankan yaitu petani diharapkan lebih aktif dalam mencari informasi perubahan harga tomat secara langsung serta melakukan *grading* untuk meningkatkan pendapatan produsen. Selain itu juga perlu ditetapkannya harga patokan supaya harga tomat tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah.

**THE INTEGRATED ANALYSIS OF TOMATO (*Lycopersicum esculentum*)
MARKET BETWEEN TAWANGMANGU MARKET IN KARANGANYAR
REGENCY AND LEGI MARKET IN SURAKARTA REGENCY**

**RAHAYUNINGSIH
H0305078**

SUMMARY

The aim of this research is to know the tomato market integrated in short run between Tawangmangu Market in Karanganyar Regency and Legi Market in Surakarta Regency. Market integration is relationship in price between two markets or more.

The research method are analytical descriptive and explanatory research method. The choice of location is done purposively Tawangmangu Market is being producer market and Legi Market is being customers market. The data analyzed by Timmer's IMC method for market integration. The primary data were used in this research is tomato price list in the level of producer and in the level of consumer at harvest time on January 2009 (t-1 time) and harvest time on May 2009 (t time). The secondary data used from Central Statistic Bureau (BPS) of Karanganyar Regency and Surakarta Regency also from Agriculture Board of Karanganyar Regency and Surakarta Regency.

The result of this research shows that the tomato market integrated in short run between Tawangmangu Market and Legi Market in Surakarta regency is low. It can be showed by IMC value which is more than 1; i.e 1,19. It means that the price change which formed in purpose market (Legi Market) less transmitted to local market (Tawangmangu Market). The factors expected that determine the low of tomato market integrated in short run between Tawangmangu Market and Legi Market are the uncompletely market information and the long distance location between producers and customers.

From the research also found that the value of Farmer's share was 48% and the marketing margin was Rp 1.131,00/kg, it means that the marketing has no efficient yet. From this research, it can be suggested the farmers hoped more active to finding the information of tomato price changing directly and to do grading for increasing producer's income. Beside of that, a standard prices should be also appointed so the price of tomato not be too high or too low.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara pertanian, artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian atau dari produk nasional yang berasal dari pertanian (Mubyarto, 1995).

Selama triwulan II tahun 2008 semua sektor ekonomi di Jawa Tengah mengalami pertumbuhan, yang tertinggi adalah sektor pertanian (4,1 persen); pertambangan dan penggalian (3,1 persen); listrik, gas dan air bersih (2,8 persen); jasa-jasa (1,9 persen); bangunan (1,7 persen); sektor pengangkutan dan komunikasi (1,5 persen); keuangan, persewaan dan jasa perusahaan (1,3 persen); perdagangan, hotel dan restoran (0,6 persen) dan sektor industri pengolahan (0,1 persen). Pada triwulan sebelumnya, PDRB Jawa Tengah masih didominasi 3 sektor terbesar, yakni sektor pertanian, sektor industri pengolahan serta sektor perdagangan, hotel dan restoran. Masing-masing sektor ini memberikan kontribusi 20,3 persen, 34,3 persen dan 19,3 persen terhadap PDRB.

Sumbangan sektor pertanian besar terhadap pendapatan negara tidak hanya terlihat pada skala nasional tapi juga dalam skala regional. Hal tersebut terjadi pada provinsi Jawa Tengah dimana sektor pertanian memberikan kontribusi terbesar ke dua setelah sektor industri pengolahan selain itu sektor pertanian merupakan sektor yang mengalami pertumbuhan paling cepat di Jawa Tengah pada triwulan II tahun 2008 (Hadijanto, 2008).

Sektor pertanian memiliki peranan penting sebagai penyedia pangan bagi seluruh masyarakat Indonesia selain itu juga berfungsi sebagai penyedia bahan baku bagi industri dimana sektor pertanian terdiri dari beberapa sub sektor antara lain sub sektor tanaman bahan makanan, sub sektor perkebunan, sub sektor kehutanan, sub sektor perikanan dan sub sektor peternakan. Sub sektor tanaman bahan makanan terdiri dari bahan makanan pokok dan hortikultura.

Sektor pertanian terdiri dari sub sektor tanaman bahan makanan, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan. Sub sektor tanaman bahan

makanan mencakup komoditi tanaman bahan makanan seperti padi, tomat, kentang, kacang tanah, kacang kedele, kacang hijau, sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman pangan lainnya. Sub sektor tanaman perkebunan, komoditi yang dicakup di sini adalah hasil tanaman perkebunan yang diusahakan oleh rakyat seperti karet, kopra, kopi, tebu, cengkeh, pala dan sebagainya. Sub sektor peternakan mencakup produksi ternak besar, ternak kecil, dan unggas. Sub sektor kehutanan mencakup penebangan kayu, pengambilan hasil hutan lainnya dan perburuan. Sub sektor perikanan, komoditas yang dicakup adalah semua hasil dari kegiatan perikanan laut, perairan umum, tambak, kolam, keramba, serta pengolahan sederhana (penggaraman dan pengasapan ikan) (Pegbintangkab, 2008).

Hortikultura adalah suatu cabang dari ilmu pertanian yang ditunjang oleh beberapa ilmu pengetahuan lainnya, seperti Agronomi, Pemuliaan Tanaman, Proteksi Tanaman dan Teknologi Benih. Hortikultura sendiri terbagi menjadi tiga golongan tanaman yakni tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman bunga dan hias. Tanaman hortikultura ini terpisah dari jenis tanaman perkebunan, tanaman pangan dan tanaman yang lain. Hal ini disebabkan hortikultura berfungsi dan bersifat lain. (Arief, 1990).

Tomat (*Lycopersicum esculentum*) merupakan tanaman semusim dimana bagian tanaman yang dikonsumsi adalah buahnya. Tomat tidak hanya berfungsi sebagai sayur, tapi juga sebagai buah. Tomat dapat dikonsumsi dalam bentuk segar ataupun dalam bentuk olahan seperti sup tomat, saus tomat, sambal tomat, jus tomat dan lain-lain. Selain itu tomat juga bermanfaat untuk kecantikan dan kesehatan karena mengandung likopen dan tomatin.

Berdasarkan bentuknya tomat dibedakan menjadi lima jenis yaitu tomat biasa, tomat apel, tomat kentang, tomat tegak dan tomat *cherry*. Dalam penelitian ini tomat yang dipakai adalah tomat biasa karena jenis tomat tersebut paling banyak di pasar lokal. Tomat merupakan produk pertanian yang memiliki ciri mudah rusak yang menyebabkan harus segera dijual. Selain itu produk pertanian biasanya diproduksi di pedesaan sedangkan konsumennya berada di daerah perkotaan. Oleh karena itu diperlukan saluran pemasaran untuk menyampaikan produk-produk tersebut dari produsen ke konsumen. Keterbatasan modal petani pedesaan menyebabkan mereka tidak melakukan sendiri pemasaran namun

melalui tengkulak yang berperan sebagai lembaga pemasaran. Dalam proses pemasaran diperlukan suatu biaya yang sering disebut biaya pemasaran seperti biaya angkut, biaya retribusi, dan biaya resiko. Adanya biaya ini, para pemasar menjual produknya kepada konsumen dengan harga jual yang lebih tinggi untuk memperoleh keuntungan atau yang biasa disebut margin pemasaran. Akibatnya terjadi perbedaan harga di tingkat produsen dan di tingkat konsumen.

Pasar Tawangmangu merupakan pasar lokal dimana petani tomat menjual tomatnya. Pasar acuan merupakan pasar yang menerima tomat sayur dari pasar lokal atau langsung dari petani. Pasar Legi merupakan pasar acuan komoditas tomat di Kota Surakarta.

Tabel berikut ini memberikan gambaran tentang keadaan serta perbedaan harga tomat yang terjadi baik di tingkat produsen (Pasar Tawangmangu) dengan harga di tingkat konsumen (Pasar Legi), dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Keadaan Harga Produsen dan Konsumen Tomat Bulan Januari – Desember 2008 di Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan Pasar Legi Kota Surakarta

Bulan	Harga di Pasar Tawangmangu (Tingkat Produsen) (Rp/kg)	Harga di Pasar Legi (Tingkat Konsumen) (Rp/kg)	Perbedaan Harga (Rp/kg)
Januari	1200	2467	1367
Februari	2000	1367	633
Maret	1400	1667	267
April	1350	2433	1083
Mei	1700	2467	767
Juni	1200	3467	2267
Juli	1450	2000	450
Agustus	1300	1750	450
September	1300	2500	1200
Oktober	1250	3000	1750
November	2100	3000	900
Desember	2100	3500	1400

Sumber : Dinas Pertanian Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan BPS Kota Surakarta

Dari Tabel 1 dapat diketahui perkembangan harga tomat di Pasar Tawangmangu yang merupakan pasar lokal dan Pasar Legi yang merupakan pasar acuan. Harga tomat yang terbentuk di Pasar Tawangmangu maupun Pasar Legi berbeda dan berubah-ubah setiap waktunya. Perbedaan harga ini disebabkan oleh margin pemasaran dan dipengaruhi oleh faktor lain seperti lemahnya informasi pasar dimana informasi harga di pasar tingkat konsumen hanya sedikit yang ditransmisikan ke pasar tingkat produsen dengan kata lain produsen tidak banyak mengetahui perubahan harga yang terjadi di tingkat konsumen. Harga tomat yang berubah-ubah setiap waktunya baik di Pasar Tawangmangu maupun di Pasar Legi disebabkan oleh tomat dalam satu kali musim tanam dapat dipanen lebih dari satu kali. Pada panen pertama hasilnya banyak kemudian mengalami penurunan baik dari segi kualitas maupun kuantitas pada panen-panen selanjutnya sehingga ketersediannya di pasaran tidak tetap akibatnya harganya berfluktuasi.

B. Perumusan Masalah

Suatu produk yang dihasilkan oleh produsen agar sampai kepada konsumen diperlukan suatu perantara yang disebut saluran pemasaran. Saluran pemasaran berkaitan erat dengan lembaga pemasaran dimana lembaga pemasaran tersebut berperan untuk menghubungkan antara produsen dengan konsumen.

Adanya lembaga pemasaran menyebabkan terjadinya perbedaan harga di tingkat produsen dan ditingkat konsumen. Hal tersebut dikarenakan setiap lembaga pemasaran yang dilalui dalam pendistribusian barang mengambil keuntungan. Selain itu dalam setiap pendistribusian barang diperlukan biaya pemasaran seperti biaya angkut sehingga distributor atau lembaga pemasaran menambahkan biaya tersebut pada harga.

Dalam pemasaran komoditas tomat, diperlukan sebuah pasar yang dapat menampung dan menyalurkan hasil usahatani dari produsen kepada konsumen. Oleh karena itu, produsen berusaha untuk memasarkan hasil usahatannya tersebut ke pasar yang dapat menampung hasil usahatannya dengan harga yang menguntungkan. Namun, sering kali harga di pasar tingkat produsen tidak dapat mengikuti perubahan harga yang terjadi di pasar konsumen diakibatkan kurangnya informasi mengenai perubahan harga sehingga terjadi perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen yang relatif besar.

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan harga tomat yang relatif besar antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi sehingga diperlukan informasi mengenai perubahan harga tomat yang terjadi di Pasar Legi untuk disampaikan ke Pasar Tawangmangu. Apabila informasi pasar tersebut tidak diketahui oleh Pasar Tawangmangu sebagai pasar produsen maka akan menyebabkan proses pemasaran tomat sayur diantara dua pasar tersebut terhambat karena suatu pasar dikatakan efisien apabila pasar tersebut dapat memberikan informasi harga secara cepat dan tepat. Dengan melihat keadaan tersebut, maka perlu dikaji apakah perubahan harga di tingkat konsumen akan mempengaruhi perubahan harga di tingkat petani dan apakah harga di waktu lampau akan mempengaruhi harga di waktu berikutnya.

Berdasarkan pada kenyataan tersebut di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut; bagaimana tingkat keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi di Kota Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi Kota Surakarta.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan berkaitan dengan topik penelitian serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bagi pemerintah dan pihak yang berwenang, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan tentang pasar komoditas tomat di Kabupaten Karanganyar dan Kota Surakarta.
3. Bagi petani, dapat memberikan pertimbangan dalam pemasaran tomat di Kabupaten Karanganyar.
4. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan bahan acuan dalam melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Malian dan Adimesra (2003), dengan judul Struktur Integrasi Pasar Ekspor Lada Hitam dan Lada Putih di Daerah Produksi Utama, mencoba mengetahui struktur dan integrasi pasar lada hitam dan lada putih di Indonesia. Analisis data primer dengan menggunakan *Index of Market Integration* (MII) menunjukkan bahwa tidak ada integrasi pasar antara tingkat pasar petani dengan tingkat pasar pedagang besar atau eksportir terlihat dari nilai MII yang tidak terhitung. Selain itu ada indikasi keterkaitan pasar yang lemah antara tingkatan pasar pedagang besar atau eksportir dengan tingkatan pasaran dunia terlihat dari nilai MII yang lebih besar dari 1 yaitu 1,81. Hal tersebut disebabkan karena tidak tersedianya informasi pasar yang cukup, sehingga petani selalu menerima tingkat harga yang ditetapkan oleh pedagang.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Humairoh (2008), dengan judul Analisis Keterpaduan Pasar secara Vertikal dalam Sistem Pemasaran Gula Kelapa di Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi mencoba mengetahui keterpaduan pasar pada berbagai tingkat saluran pemasaran gula kelapa. Hasil analisis data primer menunjukkan bahwa belum terjadi keterpaduan pasar secara vertikal pada saluran pemasaran gula kelapa di Kecamatan Kabat di Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut dikarenakan adanya praktek penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, dan bentuk kerjasama antar pedagang merupakan kerjasama bisnis.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amalo (2008) dengan judul *Efficiency Analysis of Fishery Marketing System in The Region of Fish Market Base of Muara Baru Jakarta* mencoba mengetahui ketepaduan pasar antara pasar di kawasan pangkalan pendaratan ikan Muara Baru dengan pasar tradisional sebagai acuan. Dari hasil analisis data primer menunjukkan bahwa tidak terjadi keterpaduan pasar antara kawasan pangkalan pendaratan ikan Muara Baru dengan pasar tradisional terbukti dengan nilai IMC yang lebih besar dari 1.

Dari beberapa penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa faktor penyebab utama rendahnya tingkat keterpaduan pasar yaitu karena

struktur pasar yang tidak sempurna yang ditandai dengan tidak lancarnya (lemahnya) arus informasi sehingga diperlukan informasi mengenai perubahan harga yang terjadi diantara dua pasar tersebut. Dengan menggunakan metode yang sama, yaitu metode IMC, maka peneliti akan menganalisis keterpaduan pasar tomat antara Pasar Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi di Kota Surakarta.

B. Landasan Teori

1. Tomat

Menurut ilmu tumbuh-tumbuhan (botani), tomat diklasifikasikan ke dalam golongan sebagai berikut

Kingdom	: Plantae (tumbuh-tumbuhan)
Divisi	: Spermatophyta (tumbuhan berbiji)
Subdivisi	: Angiospermae (berbiji tertutup)
Kelas	: Dicotylodena (biji berkeping dua)
Ordo	: Tubiflorae
Famili	: Solanaceae
Genus	: Lycopersicum
Spesies	: Lycopersicum esculentum

Berdasarkan klasifikasi botani itu, tanaman tomat masih sekeluarga dengan kentang (*Solanum tuberosum* L.), terong (*Solanum melongena* L.), leunca (*Solanum nigrum* L.), takokak (*Solanum tomentosum* sp.), dan cabe (*Capsicum annuum* L.) (Wiryanta, 2007).

Tomat termasuk sayuran buah yang sangat digemari. Banyak sekali penggunaan buah tomat, antara lain sebagai bumbu sayur, lalap, makanan yang diawetkan (saus tomat), buah segar, atau minuman (*juice*). Selain itu, buah tomat banyak mengandung vitamin A, vitamin C, dan sedikit vitamin B (Plantus, 2008).

Selain dikonsumsi segar, buah tomat juga dimanfaatkan untuk berbagai industri, misalnya sambal, saus, minuman, jamu dan kosmetik. Secara rinci kandungan dan komposisi gizi buah tomat dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2. Kandungan dan Komposisi Gizi Buah Tomat tiap 100 Gram Bahan

Kandungan Gizi	Macam Tomat			
	Buah Muda	Buah Masak		Sari Buah
		1	2	
Energi (kal)	23,00	20,00	19,00	15,00
Protein (gram)	2,00	1,00	1,00	1,00
Lemak (gram)	0,70	0,30	0,20	0,20
Karbohidrat (gram)	2,30	4,20	4,10	3,50
Calsium (mg)	5,00	5,00	18,00	7,00
Fosfor (mg)	27,00	27,00	18,00	15,00
Zat Besi (mg)	0,50	0,50	0,80	0,40
Vitamin A (S.I)	320,0	1.500,00	735,00	600,00
Vitamin C (mg)	30,00	40,00	29,00	10,00
Air (gram)	0,07	94,00	-	94,00

Sumber : 1. Direktorat Gizi Depkes RI (1981)

2. Food and Nutrition Research Center-Hand Book No. 1 Manila (1964)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tomat banyak mengandung vitamin A dan vitamin C sehingga baik untuk kesehatan seperti untuk kesehatan mata, gigi dan gusi. Tomat juga mengandung protein, lemak dan karbohidrat yang penting bagi tubuh (Wiryanta, 2007).

Keistimewaan dari buah tomat adalah tingginya kandungan likopen. Selain memberikan warna merah pada buah tomat, likopen terbukti efektif sebagai zat antioksidan. Tomat juga banyak dimanfaatkan di dalam industri kecantikan, banyak masker dan pil anti penuaan yang berbahan dasar tomat. Bukan tanpa alasan, pigmen likopen memang terbukti efektif sebagai antioksidan. Zat lain seperti tomatin di dalam tomat bersifat sebagai antiinflamasi, yaitu dapat menyembuhkan luka dan jerawat. Tomat juga mempunyai sifat antipiretik alias penurun demam. Sementara serat yang tinggi di dalam tomat mampu mengatasi gangguan pencernaan seperti sembelit dan wasir. Vitamin A yang terkandung di dalam tomat sangat baik untuk kesehatan mata (Kiky, 2008).

Berdasarkan bentuknya, buah tomat dibedakan menjadi lima jenis, antara lain :

- a. Tomat Biasa atau Tomat Sayur (*Lycopersycum esculentum* Mill, varietas *commune* Bailey). Berbentuk bulat pipih tidak teratur, sedikit beralur

terutama di dekat tangkai. Tomat jenis ini banyak ditemui di pasar-pasar lokal.

- b. Tomat Apel atau Pir (*Lycopersicum esculentum* Mill, varietas *pyriforme* Alef). Berbentuk bulat seperti buah apel atau buah pir.
- c. Tomat Kentang atau Tomat Daun Lebar (*Lycopersicum esculentum* Mill, varietas *grandifolium* Bailey). Berbentuk bulat besar, padat, dan kompak. Ukuran buahnya lebih besar dibandingkan dengan tomat apel.
- d. Tomat Tegak (*Lycopersicum esculentum* Mill, varietas *validum* Bailey). Buahnya berbentuk agak lonjong dan teksturnya keras. Sementara itu, daunnya rimbun, bentuknya keriting, dan berwarna kelam. Pertumbuhan tanaman tegak dengan percabangan mengarah ke atas.
- e. Tomat Cherry (*Lycopersicum esculentum* Mill, varietas *cerasiforme* Alef). Buahnya yang berukuran kecil berbentuk bulat atau bulat memanjang. Warnanya merah atau kuning. Tomat ini dari Peru dan Ekuador.

(Wiryanta, 2007).

2. Budidaya Tomat

Budidaya tomat dapat dilakukan dari ketinggian 0-1.250 mdpl, dan tumbuh optimal di dataran tinggi >750 mdpl, sesuai dengan jenis/varietas yang diusahakan dg suhu siang hari 24°C dan malam hari antara 15°C-20°C. Pada temperatur tinggi (diatas 32°C) warna buah tomat cenderung kuning, sedangkan pada temperatur yang tidak tetap (tidak stabil) warna buah tidak merata. Temperatur ideal antara 24 °C - 28°C. Curah hujan antara 750-125 mm/tahun, dengan irigasi yang baik (Iskandar, 2008).

Budidaya Tomat (*Lycopersicum esculentum* L.) dilakukan secara musiman (seasonal) sehingga produksi maupun harga sangat berfluktuasi sepanjang tahun. Biasanya dilakukan pada awal musim kemarau sehingga pada musim penghujan akan terjadi penurunan produksi. Untuk mencegah terjadinya fluktuasi produksi dan harga yang sering merugikan petani, perlu diupayakan menerapkan budidaya yang berlangsung sepanjang tahun, antara lain melalui budidaya diluar musim (*off season*). Dengan melakukan budidaya diluar musim dan membatasi produksi pada saat bertanam normal

diharapkan produksi dan harga tomat di pasar akan lebih stabil (Sasmita, 2006).

Tomat dapat ditanam di dataran rendah/dataran tinggi. Tanahnya gembur, porus dan subur, tanah liat yang sedikit mengandung pasir dan pH antara 5 – 6. Curah hujan 750-1250 mm/tahun, curah hujan yang tinggi dapat menghambat persarian. Kelembaban relatif yang tinggi sekitar 25% akan merangsang pertumbuhan tanaman yang masih muda karena asimilasi CO₂ menjadi lebih baik melalui stomata yang membuka lebih banyak, tetapi juga akan merangsang mikroorganisme pengganggu tanaman dan ini berbahaya bagi tanaman (Prabowo, 2007).

Seperti pada tanaman-tanaman semusim lainnya, keberadaan hama dan penyakit pada tomat juga bisa mendatangkan bencana bagi petaninya. Namun, setidaknya masalah tersebut dapat dicegah dengan mengetahui jenis-jenis hama dan penyakit yang sering menyerang tanaman tomat. Tidak itu saja, cara mengatasinya juga perlu diketahui, terutama jenis pestisida yang cocok untuk diaplikasikan. Buah tomat dipanen pertama kali pada umur 90 hari sejak semai atau 75 sejak pindah tanam, panen selanjutnya dilakukan 3-5 hari sekali sampai buah habis (Wiryanta, 2007).

Panen tomat dilakukan sesuai dengan tujuan pemasarannya sehingga perlu diperhitungkan lama perjalanan sampai di tujuan. Sebaiknya tomat berada di pasaran pada saat masak penuh, tetapi tidak terlalu masak atau busuk. Pada saat masak penuh itulah tomat memperlihatkan penampilannya yang terbaik. Jika tujuan pemasaran adalah pasar lokal yang jaraknya tidak begitu jauh, dapat ditempuh dalam beberapa jam, panen sebaiknya dilakukan sewaktu buah masih berwarna kekuning-kuningan. Sedangkan untuk pemasaran ke tempat yang jauh atau untuk di ekspor, buah sebaiknya dipetik sewaktu masih berwarna hijau, tetapi sudah tua benar (Sihotang, 2008).

3. Pasar

Pada mulanya istilah pasar diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk mempertukarkan barang-barang mereka, misal alun-alun desa. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas

suatu produk atau kelas produk tertentu misal pasar perumahan, pasar besar dan seterusnya (Kotler, 1994).

Pasar adalah keseluruhan permintaan dan penawaran barang, jasa atau faktor penawaran barang, jasa atau faktor produksi tertentu. Pasar dalam arti sempit adalah tempat dimana barang diperjual belikan. Pasar dalam arti luas adalah proses terjadinya pembeli dan penjual melakukan transaksi untuk menentukan dan menetapkan harga jual yang disepakati bersama (Anonim, 2008).

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan itu. Istilah pasar untuk menunjukan pada sejumlah pembeli dan penjual melakukan transaksi pada suatu produk (Purnawarman, 2001).

4. Pemasaran

Sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat :

- a. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
- b. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu

(Mubyarto, 1995).

Dalam banyak kenyataan, kelemahan dalam sistem pertanian di negara berkembang, termasuk Indonesia, adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran seperti pembelian, sorting (atau grading), penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan, sering tidak berjalan seperti yang diharapkan, sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah. Keterampilan untuk melaksanakan efisiensi pemasaran memang terbatas, sementara keterampilan mempraktekkan unsur-unsur manajemen juga demikian. Belum lagi kalau dari segi penguasaan informasi pasar sehingga kesempatan-kesempatan ekonomi menjadi sulit untuk dicapai. Lemahnya manajemen pemasaran disebabkan karena tidak mempunyai pelaku-pelaku pasar dalam menahan biaya pemasaran (Munir *et al*, 1997).

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti, yaitu : kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk, nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan; pasar, pemasaran dan pemasar. Adapun tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya. Idealnya pemasaran menyebabkan pelanggan siap membeli sehingga yang tinggal hanyalah bagaimana membuat produknya tersedia. Sedangkan proses pemasaran terdiri dari analisa peluang pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, merancang program pemasaran, dan mengorganisir, melaksanakan serta mengawasi usaha pemasaran (Lea, 2007).

Segala usaha yang menimbulkan perpindahan hak milik atas barang-barang serta pemeliharaan penyebarannya disebut pemasaran. Untuk melancarkan arus barang dari produsen ke konsumen diperlukan tindakan dan perlakuan terhadap barang yang dalam proses pemasaran disebut fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran dapat dikelompokkan menjadi pertukaran fisik dan kualitas (Soetrisno, 2006).

Pemasaran adalah sebuah proses dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jadi, segala kegiatan dalam hubungannya dalam pemuasan kebutuhan dan keinginan manusia merupakan bagian dari konsep pemasaran. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*) (Anonim, 2009).

Menurut Sudiyono (2002), komponen margin pemasaran terdiri dari :

1. Biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran/biaya fungsional (*functional cost*)
2. Keuntungan (profit) lembaga pemasaran

5. Harga

Dipandang secara lebih luas, dapat pula dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan para konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang-barang atau jasa-jasa. Secara historikal, harga-harga ditentukan oleh para pembeli dan para penjual yang saling melakukan tawar-menawar. Para penjual biasanya meminta harga lebih tinggi, dibandingkan dengan harga yang menurut perkiraan mereka akan dicapai, dan para pembeli menawar dengan harga lebih rendah dibandingkan dengan harga yang menurut perkiraan mereka akan dibayar mereka. Melalui proses tawar-menawar mereka akhirnya akan tiba pada harga yang cocok (Winardi, 1992).

Pada dasarnya harga suatu produk merupakan biaya produksi ditambah keuntungan atau biaya resiko. Biaya produksi meliputi semua biaya yang dikeluarkan dari saat pembukaan lahan sampai pengangkutan, bahkan ada yang ada menambahkan dengan biaya perencanaan (Soetriono, 2007).

Secara teoretis terbentuknya tingkat harga di pasar melalui interaksi antara permintaan dan penawaran dengan segala bungkus negosiasinya, sehingga terbentuk harga kesepakatan dari kedua belah pihak memungkinkan terjadinya transaksi jual-beli. Pembentukan harga tidak lepas dari kekuatan yang dimiliki baik pada tingkat konsumen/pembeli, maupun yang ada pada tingkat produsen/penjual. Kekuatan tersebut dapat disebabkan oleh banyak hal seperti lokasi, jumlah pedagang maupun pembeli, peraturan pemerintah, jenis komoditas yang diperjualbelikan, kandungan yang melekat pada produk serta tingkat intensitas produk dibandingkan dengan kebutuhan (Budi, 2008).

6. Keterpaduan Pasar

Hubungan saling mempengaruhi dalam hal perubahan harga antara dua pasar atau lebih disebut keterpaduan pasar. Dua pasar dikatakan terpadu atau terintegrasi apabila perubahan harga dari salah satu pasar disalurkan ke pasar lainnya. Struktur dan integrasi pasar berkaitan dengan pembentukan harga dan efisien pemasaran. Analisa struktur dan integrasi pasar dapat menggambarkan

efektifitas dan tingkah laku pasar di tingkat produsen dan konsumen, yang pada masing-masing tingkat mempunyai kekuatan permintaan dan penawaran (Simatupang dan Jefferson, 1988 *cit* Setyowati *et al*, 2005

Faktor-faktor yang mempengaruhi keterpaduan pasar sangat bervariasi antara tiap-tiap komoditi. Secara umum, faktor-faktor yang menentukan keterpaduan muncul sebagai karakteristik produk-produk yang ada (*perishability*, *bulkiness*, dan *transformability*), lokasi produksi (dataran rendah dan tinggi) serta fasilitas transportasi (Munir *et al.*, 1997).

Integrasi pasar merupakan penggabungan antara beberapa lembaga pemasaran yang secara fungsional dan ekonomi menjadi satu kesatuan dalam sistem pemasaran. Analisis perilaku pasar ini terdapat dua pendekatan integrasi yaitu integrasi secara vertikal dan integrasi secara horisontal. Integrasi vertikal untuk melihat keadaan pasar antara pasar lokal, kecamatan, kabupaten dan pasar provinsi bahkan pasar nasional. Analisis integrasi pasar vertikal ini mampu menjelaskan kekuatan tawar-menawar antara petani dengan lembaga pemasaran (Humairoh, 2008).

Keterpaduan pasar terjadi apabila terdapat informasi yang memadai dan informasi ini disalurkan dengan cepat dari satu pasar ke pasar lain. Dengan demikian perubahan harga yang terjadi pada suatu pasar dapat dengan segera tertangkap oleh pasar lain dengan ukuran perubahan yang sama (Sitorus, 2003).

Dalam integrasi jangka pendek berarti perubahan harga di pasar sangat ditransmisikan secara penuh ke pasar lokal dalam suatu periode waktu. Dalam integrasi jangka panjang secara tidak langsung mengimplementasikan bahwa ada keseimbangan jangka panjang dimana harga adalah konstan tanpa pengaruh stokastik (Handayani dan Minar, 2000).

C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah

Dalam penyampaian hasil produksi dari produsen kepada konsumen diperlukan suatu biaya yang disebut biaya pemasaran. Adanya biaya pemasaran tersebut menyebabkan terjadinya perbedaan harga ditingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen. Data pada Tabel 1 menunjukkan adanya perbedaan harga tomat di Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi. Oleh karena itu perlu

diteliti mengenai keterpaduan pasar tomat antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi.

Untuk menganalisa integrasi pasar atau keterpaduan pasar terdapat dua pendekatan integrasi yang dapat digunakan yaitu pendekatan integrasi vertikal dan integrasi horisontal.

1. Integrasi vertikal digunakan untuk melihat keadaan pasar antara pasar lokal, kecamatan, kabupaten dan pasar provinsi, bahkan pasar nasional. Analisis integrasi vertikal ini mampu menjelaskan kekuatan tawar menawar antara petani dengan lembaga pemasaran.
2. Integrasi horisontal digunakan untuk melihat apakah mekanisme harga pada tingkat pasar yang sama, misalnya antar pasar desa, berjalan secara serentak atautakah berjalan tidak serentak. Alat yang digunakan adalah korelasi harga antara pasar satu dengan pasar yang lainnya.

Pada penelitian ini dilakukan analisis keterpaduan pasar vertikal. Dimana pasar yang akan dianalisis adalah Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar legi Kota Surakarta.

Metode yang digunakan untuk menganalisis keterpaduan pasar ada empat yaitu, Koefisien Korelasi, Kointegrasi, Model Ravallion dan *Index of Market Connection* (IMC) dari Timmer. Dari masing-masing metode tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Koefisien Korelasi mempunyai kelebihan mudah dalam analisa dan biayanya lebih murah. Tetapi kelemahan dalam model ini adalah hanya bisa untuk mengukur keterpaduan jangka panjang dan tidak bisa untuk mengukur keterpaduan jangka pendek. Menurut Adiyoga *et al* (2006) koefisien korelasi bukan indikator yang pasti/tegas untuk integrasi pasar karena semakin panjang periode (kurun) waktu dari data harga yang di rata-ratakan untuk korelasi maka semakin tinggi korelasinya, semakin rendah tingkat signifikansinya dan semakin besar kemungkinan fluktuasi harga harian yang sering memberikan keuntungan bagi pedagang menjadi hilang.
2. Kointegrasi mempunyai kelebihan cocok untuk data harian, mingguan maupun waktuan Namun model ini memiliki kelemahan tidak dapat menunjukkan derajat integrasi pasar. Dan memerlukan dua kali perhitungan.

3. Model Ravallion sesuai untuk menganalisis keterpaduan jangka pendek dan juga sesuai untuk data mingguan ataupun waktuan, tetapi tidak cocok untuk menganalisis keterpaduan jangka panjang. Kekurangan dari model ini adalah adanya asumsi bahwa ada satu pasar pusat yang dikelilingi beberapa pasar lokal sehingga perlu pengetahuan tentang struktur pasar memerlukan dan derajat keterpaduan pasar juga tidak dapat diukur dengan model ini.
4. IMC dari Timmer merupakan perluasan dari model Ravallion dimana model lebih sensitif daripada Model Ravallion karena IMC dapat menunjukkan derajat integrasi pasar. Selain itu hanya memerlukan satu kali perhitungan dan tidak perlu persyaratan lain meskipun tidak cocok untuk keterpaduan pasar jangka pendek.

Dengan mempertimbangkan kelemahan dan kelebihan dari masing-masing model, maka model yang akan digunakan adalah *Timmer's Index of Market Connection* (IMC) dimana model ini hanya cocok untuk untuk keterpaduan pasar jangka pendek. Persamaan yang digunakan dalam IMC adalah sebagai berikut :

$$\Delta H_{it} = (\alpha_i - 1)(H_{it-1} - HA_{t-1}) + \beta_{i0}(HA_t - HA_{t-1}) + (\alpha_{i1} + \beta_{i0} + \beta_{i1} - 1)HA_{t-1} + \gamma_i X_t + \mu_{it} \dots \dots (1)$$

Dengan mengubah Δ :

$$(H_{it} - H_{it-1}) = (\alpha_i - 1)(H_{it-1} - HA_{t-1}) + \beta_{i0}(HA_t - HA_{t-1}) + (\alpha_{i1} + \beta_{i0} + \beta_{i1} - 1)HA_{t-1} + \gamma_i X_t + \mu_{it} \dots (2)$$

Bila:

$$\alpha_i - 1 = b_1$$

$$\beta_{i0} = b_2$$

$$\alpha_{i1} + \beta_{i0} + \beta_{i1} - 1 = b_3$$

$$\gamma_i = b_4$$

Maka persamaan (2) menjadi:

$$(H_{it} - H_{it-1}) = b_1(H_{it-1} - HA_{t-1}) + b_2(HA_t - HA_{t-1}) + b_3 HA_{t-1} + b_4 X_t + \mu_{it} \dots \dots \dots (3)$$

Persamaan (3) disederhanakan menjadi:

$$H_{it} = b_0 + (1 + b_1) H_{it-1} + b_2(HA_t - HA_{t-1}) + (b_3 - b_1) HA_{t-1} + b_4 X_t + \mu_{it} \dots \dots \dots (4)$$

Dimana

H_{it} = harga di pasar lokal pada waktu t

HA_t = harga di pasar acuan / pusat pada waktu t

H_{it-1} = harga di pasar lokal pada waktu t-1

HA_{t-1} = harga di pasar acuan / pusat pada waktu t-1

X_t = faktor musim dan peubah lain di pasar lokal

μ_{it} = kesalahan pengganggu

Menurut Timmer (1987) dalam Setyowati *et al.*, (2005) rasio dari koefisien-koefisien tersebut yaitu koefisien harga di pasar lokal pada waktu yang lalu dan koefisien harga di pasar acuan pada waktu yang lalu dapat digunakan untuk mengetahui Indeks Keterpaduan pasar (*Index of Market Connection*) atau IMC. Dari persamaan (5) dapat ditulis rumus IMC secara matematis:

$$IMC = \frac{(1 + b_1)}{(b_3 - b_1)} = \frac{\text{koefisien harga di pasar lokal pada waktu } t - 1}{\text{koefisien harga di pasar acuan pada waktu } t - 1}$$

(1+b₁) diasumsikan sebagai b₁

(b₃-b₁) diasumsikan sebagai b₃

Sehingga diperoleh rumus IMC :

$$IMC = \frac{b_1}{b_3}$$

Keterangan :

IMC = rasio dari koefisien harga di pasar lokal pada waktu t-1 dan koefisien harga di pasar acuan pada waktu t-1

b₁ = koefisien harga di pasar lokal pada waktu t-1

b₃ = koefisien harga di pasar acuan pada waktu t-1

Untuk keterpaduan jangka pendek, koefisien pasar acuan harus mendominasi. IMC yang kurang dari satu mengindikasikan keterpaduan pasar tinggi.

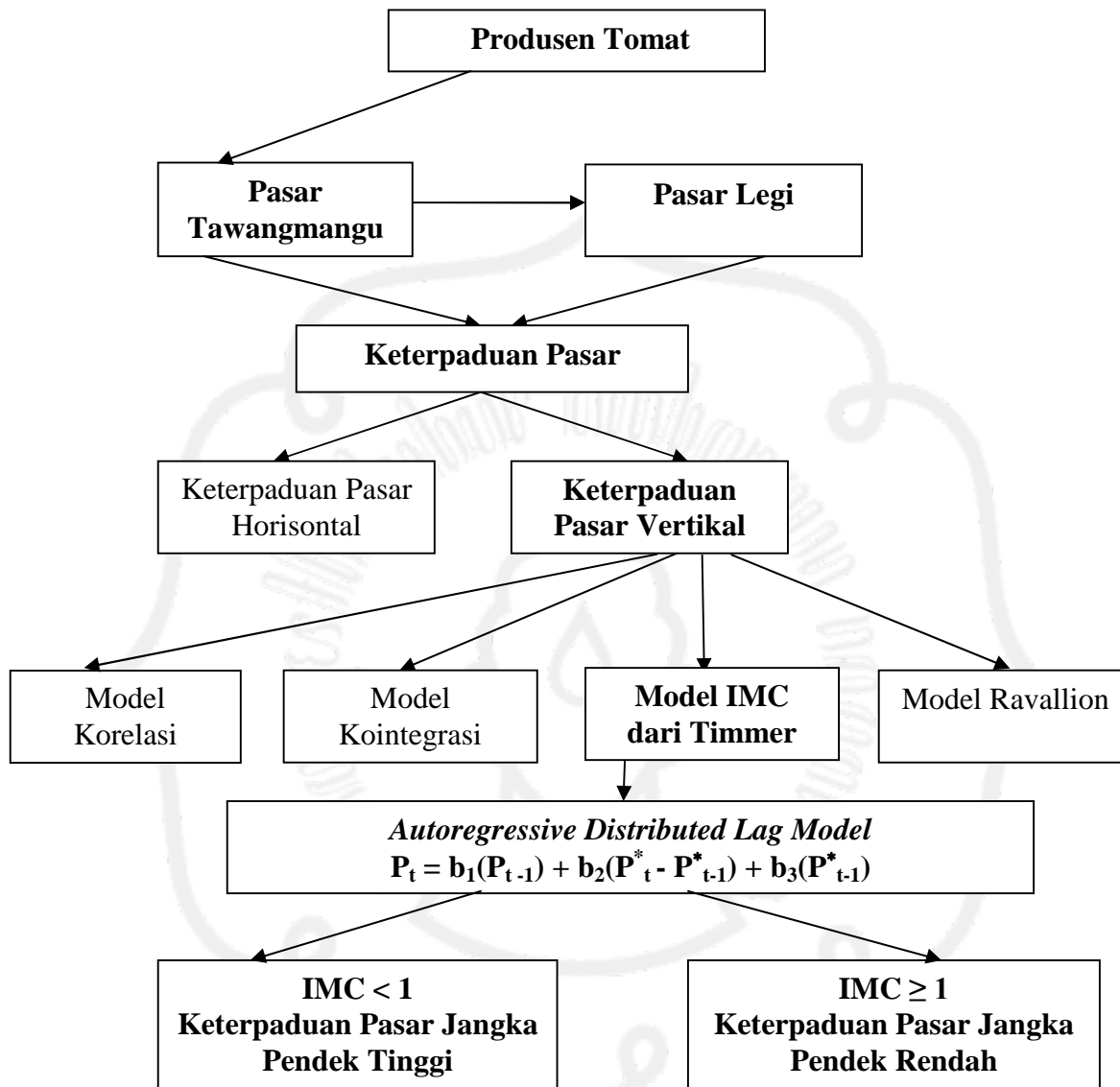
Nilai $IMC < 1$, menunjukkan bahwa tingkat/derajat keterpaduan pasar semakin mendekati nol yang berarti derajat keterpaduan pasar semakin tinggi. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kondisi di pasar acuan merupakan faktor utama yang mempengaruhi terbentuknya harga di pasar lokal, sehingga keadaan di pasar acuan ditransformasikan ke pasar lokal dan mempengaruhi pembentukan harga di pasar lokal tersebut.

Sedangkan jika nilai $IMC \geq 1$, menunjukkan bahwa tingkat keterpaduan pasar yang rendah, dimana harga di pasar acuan tidak sepenuhnya

ditransformasikan ke pasar lokal. Faktor utama yang menyebabkan terbentuknya harga di pasar lokal hanyalah kondisi di pasar lokal itu sendiri.

Alat penguji pada analisa regresi dengan metode OLS antara lain adalah R^2 (Koefisien Determinasi), Uji F, uji t serta *Durbin Watson* (DW). Uji R^2 digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap perubahan variasi dalam variabel tak bebasnya, semakin tinggi nilai R^2 (semakin mendekati 1) maka makin banyak proporsi variasi variabel tak bebas yang bisa dijelaskan oleh variabel bebasnya. Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebasnya. Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel tak bebas. Uji matrik *Pearson Correlation* dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas. Bila nilai pada Matrik *Pearson Correlation* tidak ada satupun yang lebih dari 0,8 maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan uraian di atas dapat disusun kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1. Alur Kerangka Berpikir dalam Penelitian

D. Definisi Operasional Variabel

1. Keterpaduan pasar merupakan analisis yang menunjukkan bahwa perubahan harga dari suatu pasar (sebagai pasar acuan) mempengaruhi pembentukan harga di pasar lainnya (sebagai pasar lokal). Dua pasar dikatakan terpadu apabila perubahan harga dari salah satu pasar disalurkan ke pasar lainnya.
2. Pasar merupakan lokasi secara fisik dimana terjadi kegiatan jual beli barang atau jasa antara pedagang dan pembeli serta terjadi pemindahan hak milik.

3. Pasar lokal (pasar tingkat produsen) adalah tempat dimana petani menjual tomat. Pasar Tawangmangu adalah pasar lokal tomat di Kabupaten Karanganyar.
4. Pasar acuan (pasar tingkat konsumen) adalah pasar acuan/tujuan perdagangan dimana pasar ini menerima tomat dari pasar lokal. Pasar Legi adalah pasar acuan tomat di Kota Surakarta.
5. Harga tomat di tingkat produsen adalah harga yang diterima oleh produsen tomat sayur yang menjual tomat ke Pasar Tawangmangu yang dinyatakan dalam satuan rupiah per koligram.
6. Harga tomat di tingkat konsumen adalah harga beli tomat oleh konsumen rumah tangga di Pasar Legi Kota Surakarta yang dinyatakan dalam rupiah per kilogram.
7. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli tomat langsung dari petani dalam jumlah yang besar.
8. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli tomat dari pedagang pengumpul dalam jumlah besar.
9. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual tomat sayur langsung ke konsumen rumah tangga.
10. Waktu yaitu saat berlakunya harga dihitung dalam satuan waktu.
11. *Margin* pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen.

E. Pembatasan Masalah

Harga yang digunakan untuk analisis adalah harga tomat pada musim panen bulan Mei 2009 (waktu t) dan harga tomat musim panen bulan Januari 2009 (waktu $t-1$).

F. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga tingkat keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi Kota Surakarta rendah.

G. Asumsi

1. Kualitas tomat dianggap sama.
2. Semua komoditi tomat yang dihasilkan petani di Kecamatan Tawangmangu masuk ke Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan semua komoditi tomat sayur yang dijual di Pasar Tawangmangu masuk ke Pasar Legi Kota Surakarta.



III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif analitis, yaitu suatu penelitian yang memusatkan perhatian pada pemecahan masalah-masalah aktual yang ada pada masa sekarang dimana data mula-mula dikumpulkan, disusun, dijelaskan kemudian dianalisis (Surakhmad, 1994). Disamping itu, penelitian ini juga menggunakan metode penjelasan (*explanatory research*) yaitu suatu metode yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa (Singarimbun dan Sofian, 1989).

B. Metode Pengambilan Sampel

1. Metode Pangambilan Daerah Penelitian

Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*) yang diambil berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Singarimbun dan Sofian, 1989). Daerah penelitian yang diambil adalah Kabupaten Karanganyar dan Kota Surakarta dikarenakan kabupaten Karanganyar merupakan pemasok kebutuhan tomat di eks Karisidenan Surakarta sedangkan Kota surakarta sendiri tidak memproduksi tomat. Luas lahan dan produksi tomat di eks Karisidenan Surakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Luas Lahan dan Produksi Tomat di Eks Karisidenan Surakarta Tahun 2008

Wilayah	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (ku/ha)	Produksi (ku)
Boyolali	130	82	10.678
Klaten	62	70	4.349
Sukoharjo	2	188	376
Wonogiri	61	37	2.528
Karanganyar	77	59	4.522
Sragen	6	56	335
Surakarta	-	-	-

Sumber : Jawa Tengah dalam Angka Tahun 2008

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa Kabupaten Karanganyar memiliki produksi tomat terbesar ke dua setelah Kabupaten Boyolali se eks Karisidenan Surakarta yaitu 4.522 kuintal. Selain itu pada tahun 2007 produktivitas tomat di Karanganyar tertinggi di Jawa Tengah yaitu

242,26 ku/ha. Sedangkan Kota Surakarta tidak memiliki areal untuk memproduksi tomat sehingga diambil daerah penelitian yaitu Kabupaten Karanganyar dan Kota Surakarta.

Kecamatan Tawangmangu merupakan daerah penghasil tomat yang relatif besar di Kabupaten Karanganyar. Data mengenai luas panen dan produksi tomat di Kabupaten Karanganyar tahun 2007

Tabel 4. Luas Panen dan Produksi Tanaman Tomat di Kabupaten Karanganyar Tahun 2007

No	Kecamatan	Luas Panen (ha)	Produksi (ku)
1	Jatipuro	2	3
2	Jumapolo	7	560
3	Matesih	17	61
4	Tawangmangu	3	250
5	Ngargoyoso	22	646
6	Karangpandan	2	115
7	Colomadu	7	325
8	Mojogedang	6	270

Sumber : Karanganyar dalam Angka Tahun 2008

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa Kecamatan Tawangmangu memiliki produksi tomat yang tidak terlalu besar jika dibandingkan dengan produksi di kecamatan lain yaitu sebesar 250 kuintal. Namun, para petani di Kecamatan Ngargoyoso dan Kecamatan Jumapolo yang merupakan sentra produksi tomat menjual tomatnya ke Pasar Tawangmangu ditambah lagi tomat dari Magetan juga dijual ke Pasar Tawangmangu sehingga persediaan tomat di Pasar Tawangmangu sangat banyak. Pemilihan Pasar Tawangmangu sebagai pasar lokal (tingkat petani) karena pasar tersebut merupakan pasar produsen tomat di Kabupaten Karanganyar. Sedangkan pemilihan Pasar Legi sebagai pasar acuan (tingkat konsumen) dengan pertimbangan bahwa pasar tersebut merupakan salah satu daerah tujuan pemasaran tomat dari petani tomat di Kabupaten Karanganyar. Selain itu pertimbangan pemilihan Pasar Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar dan Pasar Legi di Kota Surakarta sebagai daerah penelitian karena perbedaan harga tomat yang terjadi diantara dua pasar relatif tinggi sehingga hal tersebut yang melatarbelakangi peneliti untuk meneliti tingkat keterpaduan pasar tomat.

2. Metode Pengambilan Sampel Responden

Pengambilan responden dalam penelitian ini adalah dengan metode *snowball sampling*. Menurut Suliyanto (2006) *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang pada mulanya berjumlah kecil, tetapi makin lama makin banyak dan berhenti sampai informasi yang didapatkan dinilai telah cukup. Teknik ini baik untuk diterapkan jika calon responden sulit diidentifikasi. Responden pertama adalah dasar untuk mencari responden berikutnya dan seterusnya. Dalam penelitian ini responden pertama yang dijadikan dasar adalah pedagang besar di Pasar Legi yang membeli tomat dari Pasar Tawangmangu, setelah itu ditelusuri pedagang pengumpul serta pedagang pengecer hingga jumlah respondennya mencapai jumlah yang diinginkan yaitu 30 responden pedagang pengecer.

Bila data dianalisa dengan statistik parametrik, maka jumlah sampel harus besar, karena nilai-nilai atau skor yang diperoleh distribusinya harus mengikuti distribusi normal. Sampel yang tergolong sampel besar yang distribusinya normal adalah sampel yang jumlahnya lebih besar ≥ 30 (Singarimbun dan Effendi, 1995). Berdasarkan pertimbangan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 pedagang pengecer di Pasar Legi Kota Surakarta dimana pedagang pengecer tersebut menjual tomat sayur yang berasal dari Pasar Tawangmangu.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data yang dikumpulkan dan diperoleh dari wawancara langsung dengan pedagang dengan menggunakan daftar pertanyaan yang berupa kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data primer yang dipakai adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden berupa identitas responden, harga tomat pada musim panen bulan Mei 2009 dan harga tomat pada bulan Januari 2009. Responden yang diambil adalah sebanyak 30 pedagang pengecer, tujuh pedagang besar dan sepuluh pedagang pengumpul. Dimana pengambilan responden pertama adalah pedagang besar tomat di Pasar Legi yang membeli tomat dari Pasar Tawangmangu kemudian dilakukan penelusuran sehingga diperoleh responden pengecer yang berjumlah 30

responden. Dari responden pedagang besar juga ditelusuri pedagang pengumpulnya. Menurut Gujarati (1995), banyaknya observasi minimum yang diperlukan sehubungan dengan tabel *Durbin Watson* adalah 15 karena apabila suatu sampel yang lebih kecil dari 15 maka observasi akan menjadi sangat sulit untuk bisa menarik kesimpulan yang pasti.

2. Data Sekunder

Menurut Surakhmad (1994), data sekunder adalah data yang terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang dari luar penyelidik sendiri walaupun yang dikumpulkan sesungguhnya adalah data yang asli. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain data produksi tomat sayur dan data-data lain yang diperlukan dan dapat mendukung penelitian ini. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Pertanian Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar, BPS Kota Surakarta serta sumber-sumber referensi lainnya yang relevan, seperti jurnal-jurnal dan hasil penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas.

2. Pencatatan

Pengumpulan data berasal dari data sekunder dengan melakukan pencatatan data yang ada pada instansi pemerintah atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini.

3. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan wawancara dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Keterpaduan Pasar

Untuk mengetahui tingkat keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara pasar di tingkat petani di Kabupaten Karanganyar dan pasar di tingkat konsumen di Kota Surakarta maka dilakukan analisis secara statistik

terhadap data primer dengan menggunakan model IMC (*Indeks of Market Connection*) dengan pendekatan model *Autoregressive Distributed Lag Model* digambarkan sebagai berikut:

$$P_t = b_1(P_{t-1}) + b_2(P_t^* - P_{t-1}^*) + b_3(P_{t-1}^*)$$

Keterangan:

P_t = Harga tomat sayur di pasar lokal/petani pada waktu t

P_t^* = Harga tomat sayur di pasar acuan pada waktu t

P_{t-1} = Harga tomat sayur di pasar lokal/petani pada waktu t-1

P_{t-1}^* = Harga tomat sayur di pasar acuan pada waktu t-1

b_1 = koefisien regresi P_{t-1}

b_3 = koefisien regresi P_{t-1}^*

b_2 = koefisien regresi $P_t^* - P_{t-1}^*$

Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga di pasar tingkat petani dan pasar di tingkat konsumen yaitu dengan menggunakan Indeks Hubungan Pasar (IHP) atau *Indeks of Market Connection* (IMC)

$$IMC = \frac{b_1}{b_3}$$

Dimana b_1 = Koefisien regresi P_{t-1}

b_3 = Koefisien regresi P_{t-1}^*

Jika nilai $IMC < 1$ maka integrasi jangka pendek tinggi. Jika $IMC \geq 1$ maka integrasi jangka pendek rendah.

2. Pengujian Model

Pengujian model dilakukan dengan menggunakan uji R^2 , uji F, dan uji t.

a. Uji R^2

Uji R^2 digunakan sebagai ukuran ketepatan/kecocokan suatu garis regresi, yang diterapkan terhadap suatu kelompok data observasi dan untuk mengukur besarnya proporsi (persentase) dari jumlah variasi dari Y yang diterangkan oleh model regresi (Supranto, 1983). Nilai R^2 menyatakan berapa besar (%) variasi variabel tak bebas bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (mendekati satu), maka

semakin erat hubungan antara variabel bebas dengan variabel tak bebasnya. Nilai R^2 dihitung dengan menggunakan rumus :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan:

ESS = jumlah kuadrat regresi

TSS = jumlah kuadrat total

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebasnya, dengan rumus :

$$F = \frac{ESS / (k - 1)}{RSS / n - k}$$

Keterangan:

ESS : jumlah kuadrat regresi

RSS : jumlah kuadrat residual

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel

F tabel : F (α ; k-1 ; n-k)

Dengan hipotesis :

H_0 : $b_i = 0$ ($b_1 = b_2 = b_3 = 0$)

H_1 : minimal salah satu b_i bernilai tidak nol

$b_i \neq 0$ ($b_1/b_2/b_3 \neq 0$)

Dengan kriteria :

Jika F hitung < F tabel : H_0 diterima, maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap variabel tidak bebas.

Jika F hitung > F tabel : H_1 diterima, maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel tidak bebas.

(Gujarati, 1995).

c. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas secara individual, dengan menggunakan perumusan sebagai berikut:

$$t_{hit} = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Keterangan:

B_i : koefisien regresi

$Se(b_i)$: standar error penduga koefisien regresi

Dengan hipotesis : $H_0 : b_1 = 0$

$H_1 : b_1 \neq 0$

$t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k)$

Dengan kriteria :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$: H_1 ditolak, maka tidak ada pengaruh nyata dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$: H_1 diterima, maka ada pengaruh nyata dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya (Gujarati 1995).

3. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut terdistribusi secara normal. Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal (Santoso, 2005).

Uji normalitas dapat dilakukan dengan metode grafik dan metode analisis statistik. Metode grafik yaitu dengan menggunakan histogram dan grafik P Plots. Suatu data akan terdistribusi secara normal jika bentuk histogram hampir sama dengan bentuk distribusi normal. Sedangkan metode analisis statistik yaitu dengan Skewness dan Kurtosis. Aturan

dalam Kurtosis dan Skewness ini adalah bahwa jika nilai rasio Skewness dan Kurtosis dengan standard errornya berada antara nilai minus dua (-2) dan plus dua (+2) maka data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana terdapat hubungan atau korelasi linear yang sempurna diantara beberapa atau semuanya dari variabel-variabel yang menjelaskan. Apabila dua atau lebih variabel bebas berhubungan satu dengan yang lainnya maka tidak dapat ditetapkan sumbangan variabel tadi secara individual. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas digunakan matriks korelasi yaitu hubungan antara berbagai variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Jika nilai *Pearson Correlation* $> 0,8$ dan nilai *Eigenvalue (Colinearity diagnostik)* mendekati nol maka model yang diestimasi terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini digunakan metode grafik dengan melihat diagram pencar (*scatterplot*) untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas. Pada pengujian heteroskedastisitas dengan metode grafik, jika dari diagram pencar terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang teratur maka hal tersebut menunjukkan bahwa kesalahan pengganggu memiliki varian yang sama (homoskedastisitas) dan dapat disimpulkan dari model yang diestimasi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis dengan grafik plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan oleh karena jumlah pengamatan memengaruhi hasil plotting. Semakin sedikit jumlah pengamatan semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot. Oleh karena itu perlu dilakukan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil, salah satunya yaitu dengan uji Park. Uji Park yaitu dengan cara meregresikan Ln residual kuadrat ($\ln \text{RES}_1^2$) dengan variabel bebasnya. Apabila dari hasil regresi menunjukkan bahwa

koefisien parameter untuk variabel bebas tidak ada yang signifikan (signifikansi $> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antar anggota seri observasi yang disusun menurut urutan tempat, atau autokorelasi pada dirinya sendiri. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi digunakan analisis statistik Durbin Watson. Uji DW dilakukan untuk melihat apakah pada persamaan terdapat autokorelasi (salah satu penyimpangan asumsi klasik). Adapun kriteria adanya autokorelasi adalah sebagai berikut :

i. $d < d_L$

Tolak H_0 (koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol) berarti ada autokorelasi positif.

ii. $d > 4 - d_L$

Tolak H_0 (koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol) berarti ada autokorelasi negatif.

iii. $d_U < d < 4 - d_U$

Terima H_0 (tidak ada autokorelasi)

iv. $d_L \leq d \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$

Tidak dapat disimpulkan

IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Kabupaten Karanganyar

1. Keadaan Alam

a. Letak Geografis

Karanganyar adalah salah satu kabupaten di propinsi Jawa Tengah yang terletak antara 110° 40" – 110° 70" Bujur Timur dan 7° 28" – 7° 46" Lintang Selatan dengan ketinggian rata-rata 511 mdpl serta beriklim tropis. Kabupaten Karanganyar mempunyai luas wilayah 77.378,6374 ha yang terdiri dari 17 kecamatan dengan 15 kelurahan dan 162 desa.

Secara administrasi Kabupaten Karanganyar dibatasi oleh daerah yang lain yang disajikan sebagai berikut :

Sebelah utara	:	Kabupaten Sragen
Sebelah timur	:	Propinsi Jawa Timur
Sebelah selatan	:	Kabupaten Wonogiri dan Kabupaten Sukoharjo
Sebelah barat	:	Kota Surakarta dan Kabupaten Boyolali

b. Topografi Daerah

Kabupaten Karanganyar mempunyai topografi yang bervariasi yaitu dari dataran rendah sampai pegunungan dengan rata-rata ketinggian wilayah berkisar antara 95 - 1200 mdpl, penggolongannya adalah sebagai berikut :

- 1) Ketinggian 0–100 mdpl meliputi Kecamatan Jaten dan Kebakkramat.
- 2) Ketinggian 101–500 mdpl meliputi Kecamatan Jumapolo, Jumantono Matesih, Karangpandan, Karanganyar, Tasikmadu, Colomadu, Kerjo, Gondangrejo, dan Mojogedang.
- 3) Ketinggian 501 – 1.000 mdpl meliputi Kecamatan Jatipuro, Jatiyoso, Ngargoyoso, dan Jenawi.
- 4) Ketinggian lebih dari 1.000 mdpl adalah Kecamatan Tawangmangu dan Ngargoyoso.

Jika diamati, sebagian besar sentra penanaman tomat berada pada daerah dengan kisaran ketinggian 1.000-1.250 mdpl. Namun dewasa ini para produsen benih sudah bisa mengembangkan jenis tanaman tomat yang cocok untuk ditanam di dataran rendah (100-600 mdpl) dan dataran tinggi

yang agak ekstrem (1.000-2.500 mdpl) (Wiryanta,2007). Berdasarkan penggolongan di atas terdapat beberapa wilayah yang ketinggian tempatnya sesuai untuk ditanami tomat, termasuk didalamnya ialah Kecamatan Tawangmangu.

c. Keadaan Iklim

Iklim merupakan salah satu unsur fisik lingkungan yang menentukan macam tanaman yang sesuai untuk dibudidayakan di suatu wilayah. Kabupaten Karanganyar merupakan daerah yang beriklim tropis dengan temperatur 22°-31°C sedangkan temperatur optimum untuk budidaya tanaman tomat adalah berkisar antara 24°-28°C. Berdasar data dari enam stasiun pengukur yang ada di Kabupaten Karanganyar, banyaknya hari hujan selama tahun 2007 adalah 78 hari dengan rata-rata curah hujan 1.817 mm, dimana curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Januari dan terendah pada bulan Juni sampai bulan Oktober. Menurut Mubyarto (1995), tomat dan komoditas sayur lainnya cocok ditanam di iklim sedang. Berdasarkan tinggi tempatnya Kabupaten Karanganyar termasuk ke dalam iklim sedang dan panas sedangkan Kecamatan Tawangmangu termasuk ke dalam iklim sedang sehingga cocok untuk ditanami tomat. Di Indonesia tomat di budidayakan di pegunungan dengan curah hujan tahunan 750-1250 mm sehingga kondisi daerah penelitian merupakan kondisi yang cocok untuk budidaya tomat. Petani mulai menanam tomat pada bulan Februari karena tanaman tomat sebaiknya ditanama pada akhir musim penghujan atau satu bulan sebelum musim penghujan berakhir.

2. Keadaan penduduk

a. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk di Kabupaten Karanganyar berdasarkan registrasi penduduk tahun 2007 sebanyak 851.366 jiwa, yang terdiri dari laki-laki 421.747 jiwa dan perempuan 429.649 jiwa, sehingga *sex ratio* penduduk Kabupaten Karanganyar sebesar 98 %. *Sex ratio* merupakan perbandingan jumlah penduduk laki-laki dengan jumlah penduduk perempuan. *Sex ratio* sebesar 98 % artinya terdapat 98 jiwa penduduk laki-laki dalam 100 jiwa penduduk perempuan. Jumlah penduduk terkait dengan ketersediaan tenaga

kerja untuk sektor pertanian di daerah tersebut. Dari angka *sex ratio* dapat diketahui bahwa tenaga kerja yang tersedia lebih banyak adalah perempuan. Jumlah penduduk berpengaruh terhadap jumlah tenaga kerja yang terserap ke sektor pertanian khususnya pertanian tomat.

b. Keadaan Penduduk Menurut Pendidikan

Pendidikan berfungsi untuk menyiapkan salah satu faktor produksi dalam suatu proses produksi dimana faktor produksi tersebut adalah tenaga kerja. Pendidikan juga merupakan salah satu investasi di bidang sumber daya manusia. Keadaan penduduk menurut tingkat pendidikan dapat digunakan untuk mengetahui kualitas dari sumber daya manusia yang ada di suatu wilayah.

Tingkat pendidikan akan berpengaruh terhadap sikap dan tindakan dalam sebuah proses produksi dan terkait dengan pengambilan keputusan. Semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin kecepatan penduduk dalam mengadopsi dan menerapkan hal-hal baru akan semakin cepat pula. Penduduk dengan tingkat pendidikan yang tinggi diharapkan dapat bekerja dengan produktifitas yang tinggi pula.

Berdasarkan data dari Kabupaten Karanganyar dalam angka tahun 2008, keadaan penduduk menurut pendidikan di Kabupaten Karanganyar dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penduduk 5 Tahun ke Atas Menurut Pendidikan di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007

No	Jenis Pendidikan	Karanganyar		Tawangmangu	
		Σ (jiwa)	(%)	Σ (jiwa)	(%)
1.	Tamat D III, S1, S2, S3	26.584	3,40	761	1,84
2.	Tamat SLTA, D I, D II	112.615	14,39	3.317	8,02
3.	Tamat SLTP/MTs	140.286	17,93	4.870	11,77
4.	Tamat SD/MI	298.241	38,12	20.519	49,60
5.	Tidak Tamat SD/MI	61.269	7,83	4.181	10,11
6.	Belum Tamat SD/MI	81.865	10,46	4.531	10,95
7.	Tidak/belum pernah sekolah	61.540	7,87	3.189	7,71
Total		782.400	100	41.368	100

Sumber : Kabupaten Karanganyar dalam Angka, 2008

Berdasarkan Tabel 5. menunjukkan bahwa tingkat pendidikan sebagian besar penduduk Kabupaten Karanganyar adalah tamat Sekolah

Dasar atau Madrasah Ibtidaiyah yaitu sebanyak 38,12 %. Hal ini disebabkan karena faktor biaya yang semakin tinggi seiring dengan tingginya jenjang pendidikan sehingga penduduk enggan untuk menyekolahkan anaknya pada pendidikan dengan jenjang yang lebih tinggi. Sebagian penduduk lebih menyukai anaknya langsung bekerja setelah lulus sekolah dasar. Selain itu faktor kesadaran akan arti pentingnya pendidikan juga turut berpengaruh pada jenjang pendidikan yang ditempuh oleh penduduk. Ketersediaan sarana pendidikan di suatu daerah juga memberikan pengaruh terhadap tingkat pendidikan yang ditempuh oleh penduduk daerah setempat. Tempat yang jauh menjadi salah satu kendala yang dapat menghambat penduduk untuk mendapatkan pendidikan yang lebih lebih tinggi. Tingkat pendidikan juga berpengaruh dalam kemampuan dan kemauan menerima dan menyerap teknologi baru dalam bidang pertanian, khususnya pertanian tomat. Selain itu juga berpengaruh terhadap kemampuan dalam pemasaran serta penerapan strategi-strategi pemasaran.

c. Keadaan Penduduk Menurut Umur

Penggolongan penduduk menurut umur dapat digunakan sebagai dasar untuk mengetahui jumlah penduduk yang memiliki umur produktif dan tidak produktif. Dalam penggolongan ini penduduk digolongkan menjadi tiga golongan umur yaitu golongan umur 0-14 tahun, 15-64 tahun dan lebih dari atau sama dengan 65 tahun. Penduduk dikatakan produktif jika berumur antara 15-64 tahun sedangkan penduduk dikatakan tidak produktif jika berumur 0-14 tahun dan lebih dari atau sama dengan 65 tahun. Komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin yang ada di Kabupaten Karanganyar dapat dilihat pada berikut.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karanganyar Tahun 2007

Kelompok Umur (th)	Jenis Kelamin		Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
	Laki-laki	Perempuan		
0 -14	111.867	104.796	216.663	25,45
15 - 64	283.165	273.011	556.176	65,32
> 65	26.715	51.842	78.557	9,23
Jumlah	421.747	429.649	851.396	100,00

Sumber : Kabupaten Karanganyar dalam Angka, 2008

Sebagian besar penduduk Kabupaten Karanganyar berumur 15-64 tahun yaitu sebanyak 556.176 jiwa atau 65,32 %. Keadaan ini merupakan potensi sumber daya manusia yang cukup bagus untuk pembangunan wilayah di Kabupaten Karanganyar. Tingginya prosentase penduduk usia produktif menunjukkan ketersediaan tenaga kerja terutama yang terkait dengan sektor pertanian dan hal ini akan dapat mendukung keberhasilan usahatani di daerah tersebut. Penduduk usia produktif mempunyai kemampuan dan kemauan yang tinggi untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam pengelolaan usahatani yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan pendapatan yang tinggi bagi diri dan keluarganya. Penduduk yang berada di bawah umur produktif sebanyak 216.663 jiwa atau 25,45 % dan yang berada di atas umur produktif sebanyak 78.557 jiwa atau 9,23 % dari keseluruhan penduduk yang ada di Kabupaten Karanganyar.

Angka Beban Tanggungan Kabupaten Karanganyar adalah sebagai berikut :

$$ABT = \frac{\text{Jumlah penduduk usia non produktif}}{\text{Jumlah penduduk usia produktif}} \times 100 \%$$

Jumlah penduduk usia produktif

$$ABT = \frac{216.663 + 78.557}{556.176} \times 100 \% = 53,08 \%$$

Dari hasil perhitungan tersebut di atas diperoleh nilai Angka Beban Tanggungan di Kabupaten Karanganyar sebesar 53,08 % yang berarti setiap 100 orang usia produktif menanggung 53 orang usia non produktif. Komposisi penduduk menurut umur di Kecamatan Tawangmangu dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007

Kelompok Umur (th)	Jenis Kelamin		Jumlah	Persentase (%)
	Laki-laki	Perempuan		
0 -14	5.866	5.555	11.421	25,44
15 - 64	14.848	14.473	29.321	65,31
> 65	1.401	2.749	4.150	9,25
Jumlah	22.115	22.777	44.892	100,00

Sumber : Kabupaten Karanganyar dalam Angka, 2008

Dari Tabel 7. dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk di Kecamatan Tawangmangu adalah penduduk yang berumur produktif, yaitu sebanyak 29.321 jiwa atau 65,31 % dari total penduduk yang berada di Kecamatan Tawangmangu. Sedangkan penduduk yang berada pada umur tidak produktif baik yang berada dibawah maupun diatasnya adalah 15.571 jiwa.

Angka Beban Tanggungan Kecamatan Tawangmangu adalah sebagai berikut :

$$ABT = \frac{\text{Jumlah Penduduk Usia non Produktif}}{\text{Jumlah penduduk usia produktif}} \times 100 \%$$

$$ABT = \frac{11.421 + 4.150}{29.321} \times 100 \% = 53,11 \%$$

Dari hasil perhitungan pada diperoleh nilai ABT di Kecamatan Tawangmangu sebesar 53,11 % yang berarti setiap 100 orang usia produktif menanggung 53 orang usia non produktif. Besarnya angka beban tanggungan ini berpengaruh terhadap daya beli masyarakat.

d. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencapaian

Penggolongan penduduk menurut mata pencapaian dapat digunakan untuk mengetahui tingkat sosial ekonomi penduduk di suatu wilayah. Penggolongan penduduk menurut mata pencapaian dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Penduduk 10 Tahun ke Atas Menurut Mata Pencapaian di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu tahun 2007

No	Mata Pencapaian	Karanganyar		Tawangmangu	
		Σ (orang)	%	Σ (orang)	%
1.	Petani sendiri	133.616	18,79	11.918	31,78
2.	Buruh tani	89.037	12,52	5.595	14,92
3.	Nelayan	-	-	-	0,00
4.	Pengusaha	8.985	1,26	412	1,10
5.	Buruh industri	104.204	14,65	1.064	2,84
6.	Buruh bangunan	49.099	6,90	1.769	4,72
7.	Pedagang	44.314	6,23	4.418	11,78
8.	Pengangkutan	6.546	0,94	413	1,10
9.	PNS/TNI/Polri	20.013	2,81	774	2,06
10.	Pensiunan	9.593	1,35	405	1,08
11.	Lain-lain	245.706	34,55	10.732	28,62
Jumlah		711.113	100	37.500	100

Sumber : Kabupaten Karanganyar dalam Angka, 2008

Berdasarkan Tabel 8. dapat diketahui bahwa penduduk Kabupaten Karanganyar sebagian besar masuk dalam kategori pekerjaan lain-lain yang meliputi karyawan swasta, jasa, dan sebagainya yaitu sejumlah 245.706 atau 34,55%. Penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani menempati urutan kedua yaitu sebanyak 133.616 atau 18,79 % sedangkan yang bermatapencaharian sebagai pedagang yaitu sebanyak 44.314 atau 6,23 %. Demikian pula untuk penduduk di Kecamatan Tawangmangu, sebagian besar penduduknya termasuk ke dalam golongan pekerjaan sebagai petani yaitu sebanyak 11.918 orang atau 31,78 %. Sedangkan yang bermata pencaharian sebagai pedagang sebanyak 4.418 orang atau 11,78%. Besarnya jumlah penduduk yang bermatapencaharian sebagai petani berpengaruh terhadap proses produksi komoditas pertanian, khususnya tomat. Jumlah pedagang berpengaruh terhadap ketersediaan lembaga pemasaran untuk menyampaikan produk pertanian dari produsen ke konsumen.

3. Keadaan Pertanian

a. Luas Daerah dan Tata Guna Lahan

Luas lahan di Kabupaten Karanganyar seluas 77.377,64 ha yang terdiri dari lahan sawah 22.478,56 ha dan lahan kering 54.899,08 ha, sehingga 70,49% dari lahan yang ada di Kabupaten Karanganyar adalah berupa lahan kering. Lahan sawah terdiri dari sawah dengan irigasi teknis, non teknis dan sawah tidak beririgasi. Sementara itu di Kecamatan Tawangmangu sebagian besar lahan yang ada adalah lahan kering yaitu seluas 6.291,80 ha atau 80,37% berupa pekarangan/ bangunan dan tegalan/ kebun seperti yang tertulis pada Tabel 9.

Tabel 9. Luas dan Penggunaan Lahan Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007

Tata Guna Lahan	Kabupaten Karanganyar		Kecamatan Tawangmangu	
	Luas (Ha)	%	Luas (Ha)	%
1. Lahan Sawah	22.478,56	29,51	711,36	19,64
a. Irigasi Teknis	12.931,28	57,53	140,34	19,73
b. Irigasi Non Teknis	7.588,28	33,76	571,02	80,27
c. Irigasi Sederhana	1.959,00	8,71	-	0,00
2. Lahan Kering	54.899,08	70,49	6.291,80	80,37
a. Pekarangan/Bangunan	21.140,00	38,51	628,62	9,99
b. Tegalan/Kebun	17.891,72	32,59	1.319,43	20,97
c. Hutan Negara	9.729,50	17,72	4.187,34	66,55
d. Perkebunan		5,92	1.025,00	16,29
e. Padang Gembala	3.251,51	0,40	4,00	0,06
f. Tambak	219,67	0,05	-	0,00
g. Lain-lain	25,53	4,81	114,27	1,82
	2.641,14			
Jumlah	77.377,64	100,00	7.003,16	100,00

Sumber : Kabupaten Karanganyar dalam Angka, 2008

Tomat merupakan tanaman yang di tanam di lahan kering yaitu tegalan. Total luas tegalan di Kabupaten Karanganyar sebesar 17.891,72 ha, lahan tegalan yang ditanami tomat hanya 77 Ha atau hanya sekitar 0,4% dari luas total keseluruhan lahan tegalan. Sedangkan di Kecamatan Tawangmangu lahan tegalan yang ditanami tomat hanya 1 ha atau hanya 0,08% dari luas total lahan tegalan di Kecamatan Tawangmangu.

b. Produk Pertanian

Kabupaten Karanganyar memiliki lahan pertanian yang cukup luas dan pertanian juga merupakan salah satu semboyan dari kabupaten tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa pertanian merupakan sektor yang cukup penting di Kabupaten Karanganyar karena penduduk Karanganyar masih mengandalkannya sebagai sumber mata pencahariannya. Jumlah produksi sayur-sayuran di Kabupaten Karanganyar dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Luas Lahan dan Jumlah Produksi Sayur-sayuran di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007

No	Jenis Sayuran	Kabupaten Karanganyar		Kecamatan Tawangmangu	
		Luas lahan (ha)	Produksi (ku)	Luas lahan (ha)	Produksi (ku)
1.	Bawang merah	184	16.302	102	11.088
2.	Bawang putih	102	14.994	81	14.240
3.	Kubis	63	10.938	47	7.096
4.	Sawi	306	20.034	30	2.100
5.	Cabai	118	2.604	12	650
6.	Tomat	77	18.654	3	250
7.	Terong	44	1.715	-	-
8.	Buncis	231	7.366	20	740
9.	wortel	562	98.635	292	69.880

Sumber : Karanganyar dalam Angka, 2008

Berdasarkan Tabel 10. diatas dapat dilihat bahwa produk sayur-sayuran yang paling banyak ditanam baik di Kabupaten Karanganyar maupun Kecamatan Tawangmangu adalah wortel. Kabupaten Karanganyar memang dikenal sebagai daerah sentra penghasil wortel. Sedangkan luas lahan yang digunakan untuk menanam tomat hanya sebesar 77 ha, namun produksinya bisa mencapai 18.654 kuintal.

Tabel 11. Luas Panen dan Produksi Tomat di Kabupaten Karanganyar

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ku)	Produktivitas (Ku/Ha)
2002	88	2.546	28,93
2003	62	1.938	31,26
2004	71	1.396	19,66
2005	69	3.624	52,52
2006	74	6.288	84,97
2007	77	18.654	242,26
2008	77	4.552	59,00

Sumber: Karanganyar dalam Angka Tahun 2007 dan Jawa Tengah dalam Angka Tahun 2008

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa produksi tomat terbesar adalah pada tahun 2007 yaitu 18.654 kuintal. Produktivitas tomat di Kabupaten Karanganyar berfluktuasi dimana produktivitas tertinggi terjadi pada tahun 2007 yaitu 242,26.

4. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian di Kabupaten Karanganyar dapat dilihat dari ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan perekonomian itu sendiri. Terutama terkait dengan masalah distribusi produk-produk pertanian dari produsen ke konsumen. Selain itu lembaga perkreditan juga memberikan dukungan yang besar terhadap perkembangan perekonomian di wilayah tersebut. Mengingat keragaman produksi yang ada di Kabupaten Karanganyar maka dapat diketahui bahwa Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu memiliki sarana-sarana yang menunjang kegiatan perekonomian.

Tabel 12. Sarana Perekonomian di Kabupaten Karanganyar dan Kecamatan Tawangmangu Tahun 2007

No.	Jenis Sarana Perekonomian	Kabupaten Karanganyar	Kecamatan Tawangmangu
1.	Pasar	52	3
2.	Toko/kios/warung	9.807	561
3.	KUD/BUUD	17	1
4.	Koperasi Simpan Pinjam/USP	910	60

Sumber : Kabupaten Karanganyar dalam Angka, 2008

Kabupaten Karanganyar memiliki sarana untuk mendistribusikan hasil-hasil pertaniannya yaitu pasar. Terdapat 50 buah pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar. Selain itu untuk bisa memperlancar distribusi dari produk pertanian maka terdapat 9.807 buah toko/ kios/ warung. KUD maupun BUUD serta KSP merupakan sarana yang dapat mendukung permodalan dalam perekonomian dan juga terdapat 17 KUD/BUUD di Kabupaten Karanganyar dan 783 KSP/ USP. Sedangkan di Kecamatan Tawangmangu terdapat tiga pasar, 561 toko/kios/ warung, satu KUD dan 60 koperasi simpan pinjam.

Salah satu pasar yang terdapat di Kecamatan Tawangmangu adalah Pasar Tawangmangu, dimana pasar tersebut merupakan pasar sentra produsen sayur-sayuran. Pasar Tawangmangu merupakan pasar produsen tomat sayur di Kota Surakarta. Para petani pada umumnya menjual tomat sayur mereka ke Pasar Tawangmangu untuk disalurkan ke wilayah-wilayah yang lain. Pasar Tawangmangu termasuk dalam kategori pasar kelas I dimana pasar tersebut

buka setiap hari selama 24 jam sehari. Luas Pasar Tawangmangu yaitu 11.700 m² yang terdiri dari 815 pedagang yang sudah memiliki SIDT (Surat Izin Dasaran Tetap), 220 pedagang yang tidak memiliki ijin, 237 unit kios, dan 1.080 lunit los serta terdiri dari tiga lantai. Fasilitas yang tersedia antara lain MCK (Mandi Cuci Kakus), Pos Kesehatan, Pos Keamanan, Pos Polisi, Perbankan dan Tempat Parkir.

B. Kota Surakarta

Kondisi Umum

a. Letak Geografis

Kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah yang menunjang kota-kota lainnya seperti Semarang maupun Yogyakarta, terletak antara 110° 45' 15" dan 110° 45' 35" Bujur Timur dan antara 7° 36' dan 7° 56' Lintang Selatan dengan ketinggian antara ± 92 meter di atas permukaan laut. Wilayah Kabupaten Boyolali dibatasi oleh :

- 1) Sebelah Utara : Kabupaten Boyolali
- 2) Sebelah Timur : Kabupaten Karanganyar
- 3) Sebelah Selatan : Kabupaten Sukoharjo
- 4) Sebelah Barat : Kabupaten Sukoharjo

b. Topografi

Kota Surakarta memiliki topografi yang cukup beragam. Hal itu dapat diketahui dari data Badan Pusat Statistik 2007 yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13. Keadaan Topografi di Kota Surakarta

Wilayah	Tinggi Tempat
Kecamatan Laweyan	80-110 mdpl
Kecamatan Serengan	80-110 mdpl
Kecamatan Pasar Kliwon	80-100 mdpl
Kecamatan Jebres	80-130 mdpl
Kecamatan Banjarsari	80-120 mdpl

Sumber : BPS Kota Surakarta 2007

Dari Tabel 13. dapat diketahui bahwa sebagian besar kecamatan di Surakarta memiliki ketinggian yang hampir sama yaitu berkisar 80-130 mdpl. Dilihat dari tinggi tempatnya maka Kota Surakarta merupakan daerah

dataran rendah dan beriklim panas sehingga tidak cocok untuk budidaya tomat.

c. Keadaan Iklim

Keadaan iklim di Surakarta dapat dilihat dari musim hujan dan musim kemarau yang terjadi. Suhu udara rata-rata di Kota Surakarta berkisar antara 24,8°C sampai dengan 28,1°C. Sedangkan kelembaban udara berkisar antara 66% sampai dengan 84%. Hari hujan terbanyak jatuh pada waktu Desember dengan jumlah hari hujan sebanyak 24. Sedangkan curah hujan terbanyak sebesar 595 mm jatuh pada bulan Februari.

Keadaan Penduduk

a. Jumlah dan Kepadatan Penduduk

Penduduk merupakan sekelompok manusia yang menempati suatu wilayah dalam kurun waktu tertentu. Jumlah penduduk di suatu daerah pada umumnya mengalami peningkatan maupun penurunan sebagai akibat dari natalitas, mortalitas serta migrasi yang terjadi di suatu wilayah.

Pertambahan dan penurunan jumlah penduduk di suatu daerah dipengaruhi oleh beberapa hal seperti migrasi, mortalitas (kematian) dan natalitas (kelahiran). Berikut ini adalah tabel mengenai jumlah dan kepadatan penduduk di Kota Surakarta Tahun 2003-2007.

Tabel 14. Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kota Surakarta Tahun 2003-2007

Tahun	Luas Wilayah (km ²)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)
2003	44,06	497.234	11.285
2004	44,06	510.711	11.591
2005	44,06	534.540	12.132
2006	44,06	512.898	11.641
2007	44,06	515.372	11.697

Sumber : BPS Kota Surakarta 2007

Tabel 14. menunjukkan bahwa pertambahan penduduk Kota Surakarta cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2003-2007. Dengan luas wilayah 44,06 km², maka kepadatan penduduk geografis Kota Surakarta pada tahun 2007 sebesar 11.697 jiwa per km², yang berarti bahwa setiap 1 km² luas wilayah ditempati oleh 11.697 jiwa. Kepadatan penduduk geografis menunjukkan penyebaran penduduk dan tingkat kepadatan

penduduk di suatu daerah. Jumlah penduduk di Surakarta mempengaruhi jumlah permintaan tomat. Dilihat pada tabel bahwa jumlah penduduk di Surakarta cenderung meningkat sehingga potensial untuk dijadikan sebagai daerah pemasaran tomat.

b. Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

Komposisi penduduk menurut kelompok umur merupakan suatu bentuk penggolongan penduduk berdasarkan umur sehingga dapat diketahui jumlah penduduk yang produktif maupun penduduk yang tidak produktif. Menurut data BPS Kota Surakarta, golongan umur produktif adalah golongan umur 15-64 tahun. Sedangkan golongan umur tidak produktif adalah golongan umur antara 0-14 tahun dan golongan umur lebih dari atau sama dengan 65 tahun. Berdasarkan pengelompokan umur tersebut, dibedakan juga berdasarkan jenis kelaminnya. Komposisi penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Surakarta dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 15. Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Surakarta 2007

Golongan Umur(tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah (jiwa)
	Laki-laki	Perempuan	
0-14	61.056	59.996	121.052
15-64	171.296	188.680	359.976
65 ke atas	13.780	20.564	34.344
Jumlah	246.132	269.240	515.372

Sumber: BPS Kota Surakarta 2007

Berdasarkan Tabel 15. dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang paling banyak berada pada usia produktif yaitu sebesar 359.976 jiwa. Pengelompokan jumlah penduduk menurut kelompok umur ini dapat digunakan untuk mengetahui besarnya penduduk yang berusia produktif dan tidak produktif. Jika sudah diketahui besarnya penduduk yang produktif dan tidak produktif, maka dapat digunakan untuk menghitung besarnya Angka Beban Tanggungan. Angka Beban Tanggungan (ABT) merupakan perbandingan jumlah penduduk tidak produktif dengan jumlah penduduk yang produktif. Untuk mengetahui besarnya Angka Beban Tanggungan (ABT) digunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Angka Beban Tanggungan} &= \frac{\text{Jumlah Penduduk Usia NonProduktif}}{\text{Jumlah Penduduk Usia Produktif}} \times 100 \\
 &= \frac{155.396}{359.976} \times 100 \\
 &= 43,17
 \end{aligned}$$

Dari Tabel 15. dapat diketahui bahwa ABT Kota Surakarta adalah 43,17. Dari nilai ABT tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap 100 orang usia produktif menanggung 43 orang yang tidak produktif.. Sedangkan perbedaan jenis kelamin dapat digunakan untuk mencari besarnya *sex ratio* yaitu perbandingan jumlah penduduk pria dengan jumlah penduduk wanita. Untuk mengetahui besarnya nilai *sex ratio* maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Sex Ratio} &= \frac{\text{Jumlah Penduduk laki - laki}}{\text{Jumlah Penduduk Perempuan}} \times 100 \\
 &= \frac{246.132}{269.240} \times 100 \\
 &= 91,42
 \end{aligned}$$

Dari Tabel 15. juga dapat diketahui besarnya *sex ratio* yaitu sebesar 91,42. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak daripada jumlah penduduk laki-laki. Nilai 91,42 artinya dalam seratus penduduk perempuan terdapat 91 orang penduduk laki-laki.

c. Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu aspek yang sangat berperan penting dan dapat mempengaruhi pembangunan suatu wilayah secara keseluruhan Berikut ini merupakan tabel keadaan penduduk menurut tingkat pendidikan di Kota Surakarta Tahun 2007.

Tabel 16. Keadaan Penduduk Usia Lima Tahun Ke Atas Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan Tahun 2007 di Kota Surakarta

Pendidikan Yang Ditamatkan	Jumlah	Persentase (%)
Belum Pernah Sekolah	4.467	1,8
Tidak Tamat SD	9.043	3,46
Tamat SD	65.689	25,15
Tamat SMP/MTsN	51.069	19,56
Tamat SMA/SMK	93.818	35,93
Tamat Akademi/Diploma	18.037	6,91
Tamat PT/D IV	19.020	7,28
Jumlah	261.143	100,00

Sumber : BPS Kota Surakarta 2007

Berdasarkan Tabel 16. dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan yang paling tinggi di Kota Surakarta pada tahun 2007 yaitu tamat Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Kejuruan sebanyak 93.818 atau 35,93 persen. Sedangkan tingkat pendidikan yang paling rendah yaitu pada tingkat belum pernah sekolah yaitu sebesar 4.467 atau 1,8 persen. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penduduk di Kota Surakarta sudah menyadari akan arti pentingnya pendidikan. Hal itu dapat dilihat dari penduduk yang sudah mengenyam tingkat pendidikan dari tingkat Sekolah Dasar dan bahkan ada yang sampai tingkat Perguruan Tinggi. Dengan tingkat pendidikan penduduk yang cukup baik tersebut dapat mempengaruhi pembangunan wilayah khususnya di Kota Surakarta. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pemahaman akan strategi pemasaran.

d. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Mata pencaharian penduduk suatu wilayah dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya sumber daya yang tersedia, keadaan sosial ekonomi keterampilan/kemampuan yang dimiliki, tingkat pendidikan serta modal yang ada. Berikut adalah tabel tentang keadaan penduduk menurut mata pencaharian di Kota Surakarta.

Tabel 17. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian pada Tahun 2007 di Kota Surakarta

Lapangan Usaha	Jumlah	Persentase (%)
Petani Sendiri	450	0,12
Buruh Tani	438	0,11
Pengusaha	8.572	2,15
Buruh Industri	74.655	18,61
Buruh Bangunan	63.114	15,72
Pedagang	32.710	8,15
Angkutan	15.347	3,82
PNS/TNI/POLRI	26.445	6,60
Pensiunan	16.974	4,23
Lain-lain	162.526	40,49
Jumlah	401.411	100,00

Sumber: BPS Kota Surakarta Tahun 2007

Tabel 17. menunjukkan bahwa sektor pertanian masih menjadi tumpuan hidup sebagian penduduk di Kota Surakarta. Hal itu dapat dilihat dari besarnya jumlah penduduk yang memiliki mata pencaharian di sektor pertanian dan sub sektor pertanian seperti sub sektor tanaman bahan makanan, perkebunan, perikanan, dan peternakan. Jumlah penduduk yang bermatapencaharian sebagai pedagang berpengaruh terhadap lancarnya proses pemasaran suatu komoditas.

Keadaan Umum Pertanian

a. Penggunaan Lahan

Lahan pertanian yang ada di Kota Surakarta digunakan untuk tanah sawah dan tanah kering, hal itu dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 18. Luas Lahan Menurut Penggunaannya di Kota Surakarta Tahun 2007

Penggunaan Lahan	Luas Lahan (Ha)	Persentase (%)
Perumahan/pemukiman	2.731,02	62,01
Jasa	427,13	9,70
Perusahaan	287,48	6,53
Industri	101,42	2,30
Tanah Kosong	53,38	1,21
Tegalan	85,27	1,94
Sawah	149,32	3,39
Lain-lain	569,04	12,92
Jumlah	4.404,06	100,00

Sumber: BPS Kota Surakarta Tahun 2007

Tabel 18. menunjukkan bahwa total luas lahan di Kota Surakarta sebesar 4.404,06 Ha dengan luas lahan untuk tanah sawah sebesar 149,32 Ha atau 3,39% dan luas lahan untuk tanah tegalan sebesar 85,27 Ha atau 1,94%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar lahan di Kota Surakarta digunakan untuk perumahan/pemukiman. Lahan tegalan yang ada di Surakarta tidak ada yang digunakan untuk menanam sayuran, tapi digunakan untuk menanam buah-buahan karena iklimnya tidak cocok.

b. Produk Pertanian

Produk-produk pertanian yang diusahakan di Kota Surakarta ada bermacam-macam. Berikut adalah tabel luas panen dan produksi tanaman pangan dan buah-buahan di Kota Surakarta tahun 2007.

Tabel 19. Produksi Tanaman Pangan dan Buah-buahan di Kota Surakarta Tahun 2007

No	Jenis Tanaman	Produksi (Ku)
1.	Padi Sawah	15.670
2.	Padi Ladang	567
3.	Ketela Pohon	3.040
4.	Jagung	385
5.	Kacang Tanah	210
6.	Mangga	2.507
7.	Pisang	2.106
8.	Pepaya	1.131

Sumber : BPS Kota Surakarta dalam Angka, 2007

Berdasarkan Tabel 19. dapat diketahui bahwa produksi tanaman pangan terbesar di Kota Surakarta adalah padi sawah yaitu sebesar 15.670 ku dan terkecil adalah kacang tanah adalah sebesar 210 kuintal. Di Kota Surakarta tidak terdapat produksi sayur-sayuran termasuk tomat sayur.

Keadaan Perekonomian

Keadaan sarana dan prasarana perekonomian bagi suatu daerah dapat mempengaruhi keadaan perekonomian di daerah tersebut. Dengan adanya sarana perekonomian dalam jumlah yang cukup dan memadai, maka dapat mendukung serta menunjang pemenuhan kebutuhan konsumsi penduduk maupun untuk kepentingan produksi. Jika keadaan perekonomian semakin baik, maka akan dapat mendorong perkembangan kegiatan ekonomi ke arah

yang lebih baik lagi sehingga dapat tercapai peningkatan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat. Untuk mendukung agar kegiatan perekonomian (dalam hal ini adalah kegiatan pemasaran) dapat berjalan dengan lancar maka diperlukan sarana perhubungan yang memadai. Berikut ini adalah tabel sarana perhubungan yang ada di Kota Surakarta Tahun 2007.

Tabel 20. Sarana Perhubungan di Kota Surakarta Tahun 2007

Jenis Sarana Perhubungan	Jumlah (Unit)
1. Taxi	423
2. Angkutan	443
3. Bus Perkotaan	281

Sumber: BPS Kota Surakarta Tahun 2007

Dari Tabel 20 dapat diketahui bahwa sarana perhubungan yang ada di Kota Surakarta cukup beragam dengan jumlah kendaraan terbesar yaitu angkutan sebanyak 443 unit. Di samping angkutan, penduduk di Kota Surakarta juga banyak yang memanfaatkan taxi sebagai sarana perhubungan, dimana jumlah taxi yang ada adalah sebanyak 423 unit.

Sebagai sarana perdagangan di Kota Surakarta terdapat 4.788 buah pasar dengan berbagai kelas mulai dari kelas IA sampai IIIB. Pasar Legi termasuk dalam pasar kelas IA dengan hari pasaran setiap hari dan beroperasi selama 24 jam. Pasar Legi memiliki luas 16.640 m² yang terdiri dari 207 unit kios (7.746,5 m²), 11545 unit los (4.146,25 m²) dan 11750 pedagang. Di Pasar Legi sudah tersedia fasilitas berupa MCK serta loket. Pasar Legi memperoleh pasokan tomat sayur dari Pasar Tawangmangu maupun dari pasar daerah lain seperti Cepogo dan Bandung.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tomat merupakan salah satu jenis sayuran yang dibudidayakan di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Karanganyar. Tanaman ini banyak dibudidayakan karena mudah dalam pemeliharannya serta memiliki masa tanam yang relatif singkat yaitu sekitar 3-4 bulan. Tanaman tomat tidak menyukai terlalu banyak air sehingga tomat cocok ditanam pada musim kemarau dengan penyiraman teratur, jika ditanam pada musim penghujan tanaman tomat pertumbuhannya terhambat serta mudah terserang penyakit sehingga hasil produksinya sedikit. Tomat merupakan jenis sayuran yang mudah busuk, yaitu hanya bertahan maksimal tiga hari, selain itu harga tomat semakin menurun tiap harinya, semakin matang dan berwarna merah, harga tomat sayur semakin rendah. Jenis tomat yang dijual antara lain tomat sayur dan tomat buah meskipun dalam praktiknya ke dua jenis tersebut dianggap sama karena tomat buah juga dimanfaatkan sebagai sayur. Kabupaten Karanganyar merupakan kabupaten penghasil tomat peringkat kesepuluh pada tahun 2008 di Propinsi Jawa Tengah dengan jumlah produksi sebanyak 4.552 kuintal. Pada tahun 2007 Kabupaten Karanganyar penghasil tomat peringkat ke enam se Jawa Tengah dengan jumlah produksi 18.654 kuintal. Beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Karanganyar antara lain Kecamatan Ngargoyoso, Kecamatan Matesih, Kecamatan Jatipuro, Kecamatan Jumapolo, Kecamatan Karangpandan, Kecamatan Mojogedang, dan Kecamatan Colomadu memproduksi tomat dalam jumlah yang bervariasi. Kecamatan Tawangmangu merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Karanganyar yang memproduksi tomat. Komoditas tomat sesuai untuk dibudidayakan di Kecamatan Tawangmangu yang terletak pada ketinggian lebih dari 1000 mdpl karena tanaman tomat dapat tumbuh di daerah dengan ketinggian 1000-2500 mdpl. Pada penelitian ini, dipilih Pasar Tawangmangu sebagai pasar lokal dan Pasar Legi sebagai pasar acuan.

Penelitian mengenai keterpaduan pasar tomat antara Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi di Kota Surakarta ini menggunakan data primer berupa harga beli konsumen rumah tangga pada musim panen bulan Mei 2009 (waktu t) dan musim panen bulan Januari 2009 (waktu $t-1$) dan harga beli petani pada musim panen bulan Mei 2009 (waktu t) dan musim panen bulan Januari 2009 (waktu $t-1$) dari 30 responden pedagang pengecer tomat sayur di Pasar Legi, tujuh responden pedagang besar di Pasar Legi dan sepuluh pedagang pengumpul di Pasar Tawangmangu. Penduga dalam penelitian ini yaitu bahwa harga pasar lokal musim panen sekarang (waktu t) akan dipengaruhi oleh tiga hal yaitu harga di pasar lokal pada musim panen lalu (waktu $t-1$), perubahan harga di pasar acuan antara musim panen lalu (waktu $t-1$) dengan musim panen sekarang (waktu t) serta harga di pasar acuan pada musim panen lalu (waktu $t-1$).

1. Identitas Responden

Dalam kegiatan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen terdapat pedagang perantara atau disebut juga lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran ini membeli langsung dari produsen dan mendistribusikannya baik secara langsung kepada konsumen rumah tangga ataupun pedagang di luar kota. Berikut adalah identitas responden lembaga pemasaran dalam pemasaran tomat sayur dari Pasar Tawangmangu ke Pasar Legi.

Tabel 21. Identitas Responden Lembaga Pemasaran Tomat dari Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar ke Pasar Legi Kota Surakarta

No.	Uraian	Jumlah Lembaga Pemasaran						Total	
		Pedagang Pengumpul		Pedagang Besar		Pedagang Pengecer		Σ	%
		Σ	%	Σ	%	Σ	%		
1	Umur (tahun)								
	a. 23-31	0	0	1	2,13	2	4,26	3	6,38
	b. 32-40	4	8,51	2	4,26	6	12,76	12	25,53
	c. 41-50	5	10,64	4	8,51	18	38,29	27	57,45
	d. 51-58	1	2,13	0	0	4	8,51	5	10,64
	Jumlah	10	21,28	7	14,90	30	63,82	47	100
2	Pendidikan								
	a. Tidak Sekolah	1	2,13	2	4,26	7	14,90	10	21,28
	b. SD	6	12,77	3	6,38	7	14,90	16	34,04
	c. SLTP	3	6,38	1	2,13	14	29,78	18	38,30
	d. SLTA	0	0	1	2,13	2	4,25	3	6,38
	Jumlah	10	21,28	7	14,90	30	63,82	47	100
3	Lama Berdagang								
	a. 1-8	0	0	1	2,13	8	17,02	9	19,15
	b. 9-16	2	4,26	1	2,13	11	23,40	14	29,79
	c. 17-24	7	14,89	3	6,38	5	10,63	15	31,90
	d. 25-32	1	2,13	2	4,26	6	12,77	9	19,15
	Jumlah	10	21,28	7	14,90	30	63,82	47	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pedagang tomat termasuk dalam usia produktif yaitu usia antara 23-58 tahun, dimana sebagian besar pedagang tomat memiliki umur pada interval 41-50 tahun yaitu sebanyak 27 pedagang (5 pedagang pengumpul, 4 pedagang besar, 18 pedagang pengecer) atau 57,45%. Hal ini berarti semua responden lembaga pemasaran tomat mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat pula.

Tingkat pendidikan pedagang tomat mayoritas adalah SLTP yaitu sebanyak 18 pedagang (3 pedagang pengumpul, 1 pedagang besar dan 14

pedagang pengecer) atau 38,30%. Tingkat pendidikan diperlukan oleh lembaga pemasaran untuk mencari pasar, mengatur perniagaannya dan menentukan strategi pemasaran.

Mayoritas pedagang tomat memiliki pengalaman berdagang antara 17-24 tahun yaitu sebanyak 15 pedagang (7 pedagang pengumpul, 3 pedagang besar, dan 5 pedagang pengecer) atau 31,90%. Pengalaman berdagang ini menentukan penguasaan akan pasar baik dalam hal pemasarannya yaitu mencari pembeli maupun penjual serta penguasaan dalam penentuan harga.

2. Perkembangan Harga, Produksi, Luas Panen dan Produktivitas Tomat di Kabupaten Karanganyar pada Tahun 2008

Perkembangan harga, produksi, luas panen dan produktivitas tomat di Kabupaten Karanganyar pada tahun 2008 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 22. Perkembangan Harga, Produksi, Luas Panen dan Produktivitas Tomat di Kabupaten Karanganyar pada Tahun 2008

Bulan	Produksi (Ku)	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Ku/Ha)	Harga (Rp/kg)
Januari	405	6	68	3.000
Februari	216	5	43	1.500
Maret	242	17	14	2.500
April	37	3	12	2.000
Mei	330	12	28	2.000
Juni	256	5	51	2.000
Juli	888	12	127	2.500
Agustus	164	4	41	2.000
September	387	7	55	2.000
Oktober	183	3	61	2.000
November	161	2	81	2.500
Desember	-	-	-	-

Sumber: Diolah dan Diadopsi dari Data Sekunder

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa harga tomat di Kabupaten Karanganyar tidak sesuai dengan hukum penawaran dimana jika produksi meningkat, penawarannya meningkat maka harga akan turun. Pada tabel diatas dapat dilihat pada bulan Januari jumlah produksi tomat sebanyak 405 kuintal dimana pada bulan tersebut harga tomat sebesar Rp 3.000/kg. Pada bulan Februari, jumlah produksi menurun menjadi 216

kuintal harga tomat turun menjadi Rp 1.500/kg. Hal tersebut mengindikasikan bahwa jumlah produksi tomat di Kabupaten Karanganyar tidak berpengaruh pada pembentukan harga tomat di Kabupaten Karanganyar. Penyebabnya adalah produksi tomat di Kabupaten Karanganyar belum memenuhi permintaannya sehingga banyak tomat dari kabupaten lain masuk ke Karanganyar yaitu dari Kabupaten Magetan.

3. Keadaan Harga Tomat di Tingkat Produsen dan Konsumen

Keadaan harga tomat di tingkat produsen dan konsumen dari 30 responden dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 23. Keadaan Harga Tomat di Tingkat Produsen dan Konsumen Musim Panen Bulan Mei 2009 (waktu t)

No.	Harga di Tingkat Produsen (Rp/kg)	Harga di Tingkat Konsumen (Rp/kg)	Margin
1	867	2.000	1.133
2	1.000	2.200	1.200
3	1.000	2.300	1.300
4	867	2.000	1.133
5	1.000	2.200	1.200
6	800	2.000	1.200
7	1.000	2.300	1.300
8	800	2.000	1.200
9	1.000	2.300	1.300
10	867	2.500	1.633
11	1.100	2.000	900
12	1.100	2.500	1.400
13	1.500	2.500	1.000
14	800	2.000	1.200
15	1.000	2.000	1.000
16	1.000	2.000	1.000
17	1.000	2.300	1.300
18	800	2.000	1.200
19	1.100	2.000	900
20	1.000	2.300	1.300
21	867	2.200	1.333
22	1.100	2.300	1.200
23	1.000	2.000	1.000
24	1.100	2.000	900
25	1.200	2.000	800
26	1.200	2.000	800
27	1.100	2.000	900
28	1500	2.500	1.000
29	1.500	2.500	1.000
30	1.000	2.200	1.200
Jumlah	31.168	65.100	33.932
Rata-rata	1.039	2.170	1.131

Sumber : Diadopsi dan diolah dari data primer

Harga yang terjadi diantara dua pasar cukup berfluktuasi, kadangkala terjadi peningkatan harga dan kadangkala terjadi penurunan harga. Menurut Sudiyono (2002), pada umumnya kenaikan harga komoditas pertanian akan meningkatkan jumlah penawaran dan mengurangi jumlah permintaan. Kenaikan harga produk pertanian dan penurunan harga produk pertanian kompetitor memberikan insentif bagi petani produsen untuk meningkatkan produksinya.

Penawaran tomat di Pasar Tawangmangu tiap waktunya tidak menentu karena terjadi fluktuasi jumlah produksi. Harga yang terbentuk di Pasar Tawangmangu tiap waktunya juga berubah-ubah. Selama periode waktu yang diteliti yaitu Mei 2009 dan Januari 2009, harga pada bulan Mei 2009 lebih murah daripada harga pada bulan Januari 2009, hal tersebut dikarenakan bulan Mei termasuk musim kemarau sehingga hasil produksinya lebih banyak daripada bulan Januari yang jatuh pada musim penghujan. Pada musim penghujan tanaman tomat tidak dapat tumbuh secara optimal karena tomat merupakan tanaman yang tidak terlalu suka air selain itu pada musim penghujan tanaman tomat mudah terserang penyakit sehingga hasil produksinya tidak sebanyak sewaktu ditanam pada musim kemarau. Menurut Wiryanta (2007), tanaman tomat dapat tumbuh dengan baik jika ditanam pada permulaan musim kemarau atau pada saat musim penghujan hampir berakhir. Pengairan juga sangat penting untuk mencegah agar tanaman tomat tidak layu dan mati sehingga bila tanaman tomat ditanam pada musim kemarau memerlukan penyiraman yang teratur. Sedangkan penyebab rendahnya harga yaitu karena pada bulan Mei 2009 petani terjadi panen raya tomat tidak hanya di Kecamatan Tawangmangu tapi juga daerah lain yaitu Magetan, Ngargoyoso dan Matesih sehingga ketersediaan tomat melimpah. Pada umumnya waktu panen tomat dari petani sebagian besar jatuh pada musim kemarau.

Dari tabel 23. diatas dapat dilihat besarnya margin pemasaran antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Rata-rata harga tomat di tingkat produsen yaitu sebesar Rp 1.039/kg, rata-rata margin pemasaran tomat yaitu sebesar Rp 1.131/kg, berarti margin

pemasarannya lebih besar dari harga di tingkat produsen, dimana bagian yang diterima produsen sebesar 48%. Artinya harga yang diterima produsen kurang dari setengah dari harga yang dibayarkan oleh konsumen, dapat dikatakan pula bahwa harga yang dibayarkan oleh konsumen untuk membeli tomat, 48% dinikmati oleh produsen sedangkan sisanya yaitu 52% dinikmati oleh pedagang. Rendahnya bagian yang diterima oleh produsen disebabkan oleh status ganda dari pedagang, yaitu pedagang besar juga berperan sebagai pedagang pengecer, hal tersebut menyebabkan pedagang mempunyai kekuasaan yang lebih untuk menentukan harga jual tomat. Kebanyakan tomat yang dihasilkan petani di Tawangmangu dan daerah lain yang masuk ke Pasar Tawangmangu juga langsung dijual kepada pedagang pengumpul yang ada di Pasar Tawangmangu sehingga harga yang terbentuk dapat dimonopoli oleh pedagang pengumpul. Monopoli tersebut tercermin dari adanya kesepakatan atau persekongkolan harga antar pedagang pengumpul, dengan adanya kesepakatan ini semua pedagang pengumpul akan membeli tomat dari produsen dengan harga yang sama sehingga produsen tidak dapat menentukan harga sendiri atau dengan kata lain produsen hanya sebagai *price taker* atau penerima harga. Rendahnya bagian yang diterima oleh produsen dapat mengakibatkan menurunnya minat produsen untuk terus mengusahakan tomat sayur. Rendahnya bagian yang diterima oleh produsen juga mengindikasikan bahwa pemasaran tomat dari produsen ke konsumen belum efisien. Menurut Agustono (*cit* Triswardani, 2008), bila bagian yang diterima produsen $< 50\%$ berarti pemasaran belum efisien secara ekonomi. Bila bagian yang diterima produsen $\geq 50\%$, maka pemasaran sudah efisien secara ekonomi. Usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan petani adalah dengan penetapan harga patokan, dimana mekanisme penentuan harga patokan dilakukan oleh KUD (Koperasi Unit Desa) sebagai lembaga tempat bernaungnya para petani di Kabupaten Karanganyar. Ditambah lagi selama ini petani memperoleh pasokan bibit tomat dari KUD. Dengan adanya harga patokan tersebut dimana harga ini bukan harga minimum dan bukan juga harga eceran tertinggi, dengan

tujuan supaya jika terjadi fluktuasi harga tomat, fluktuasinya masih berkisar pada harga patokan sehingga posisi tawar petani menjadi lebih baik dan mendapatkan keuntungan yang lebih.

Hal lain yang menjadi penyebab harga yang diterima oleh produsen lebih rendah daripada harga yang dibayarkan oleh konsumen adalah pemberian harga yang sama untuk kualitas yang berbeda, artinya, dari produsen tomat sayur dijual tanpa *grade* berarti baik tomat yang besar maupun yang kecil dijual dengan harga yang sama. Apabila produsen melakukan *grading*, produsen dapat meningkatkan pendapatannya karena tomat yang berukuran besar dan tomat berukuran kecil dapat dijual dengan harga yang berbeda. Menurut Wiryanta (2007) pembagian *grade* pada tomat untuk pasar local yaitu tomat jenis super dengan berat > 150 gram, tomat jenis sedang dengan berat 100-150 gram dan tomat jenis kecil dengan berat < 100 gram. Dengan adanya sortasi dan *grading* diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani. Tomat jenis super dan sedang dapat di jual ke pedagang pengumpul atau dijual langsung ke pasar Legi, sedangkan yang kecil dapat dijual ke Pasar Tawangmangu.

B. Analisis Hasil Penelitian

Dalam analisis regresi dapat diperoleh nilai koefisien regresi masing-masing variabel bebas (b_1 , b_2 , b_3), konstanta, R^2 , nilai F hitung, nilai t hitung, Berikut adalah hasil analisis regresi dari harga tomat antara Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi Kota Surakarta.

Tabel 24. Hasil Analisis Regresi Keterpaduan Pasar Tomat antara Pasar Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Pasar Legi Kota Surakarta

Variabel Bebas	Koefisien	Signifikansi
1. Harga tomat di tingkat produsen pada waktu t-1 (Pasar Tawangmangu)	0,322 ^{***} (3,407)	0,002
2. Selisih harga tomat di tingkat konsumen pada waktu t dengan waktu t-1	0,233 [*] (1,738)	0,094
3. Harga tomat di tingkat konsumen pada waktu t-1(Pasar Legi)	0,270 (1,453)	0,158
Konstanta	-17,851	0,960
R ²	0,783	
F	13,695 ^{***}	0,000
DW	1,684	
IMC	1,19	

Sumber : Diolah dan Diadopsi dari Lampiran

Keterangan: *** = nyata pada tingkat kepercayaan 99%

** = nyata pada tingkat kepercayaan 95%

* = nyata pada tingkat kepercayaan 90%

Angka dalam kurung adalah t hitung

1. Uji R²

Uji R² digunakan sebagai ukuran ketepatan/kecocokan suatu garis regresi yang diterapkan terhadap suatu kelompok data observasi. Nilai R² menyatakan berapa besar (%) variasi variabel tak bebas bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi. Nilai R² (Koefisien Determinasi) yang diperoleh dari hasil analisis regresi antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi yaitu sebesar 0,783 atau sebesar 78,3 persen. Hal ini berarti bahwa harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya yaitu harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t-1, selisih harga tomat di Pasar Legi pada waktu t dengan waktu t-1, dan harga tomat di Pasar Legi pada waktu t-1 sebesar 78,3 persen yang dimasukkan dalam model, sedangkan sisanya yaitu sebesar 21,7 persen dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model yaitu musim dan produksi.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tak bebasnya. Hasil analisis regresi antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi didapatkan

nilai F hitung sebesar 13,695 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F hitung sebesar 13,695 lebih besar dari nilai F tabel pada tingkat kepercayaan 95 persen yang besarnya 3,35. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel bebas yaitu harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t-1, selisih harga tomat di Pasar Legi pada waktu t dengan waktu t-1, dan harga tomat di Pasar Legi pada waktu t-1 secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t.

3. Uji t

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam mempengaruhi variabel tak bebasnya secara individu pada masing-masing variabel. Dari hasil analisis regresi bisa diketahui bahwa dari masing-masing variabel bebas, maka variabel yang berpengaruh terhadap harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t adalah harga tomat di Pasar Tawangmangu waktu t-1.

Nilai t hitung pada variabel harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t-1 yaitu 3,407 dengan nilai t tabel $\alpha/2$ pada selang kepercayaan 95 persen yaitu 2,052. Dengan demikian maka t hitung $>$ t tabel $\alpha/2$, sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t-1 secara individu berpengaruh terhadap variabel harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t. Nilai koefisien regresi variabel harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t-1 sebesar 0,322, yang berarti bila terjadi peningkatan harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t-1 sebesar Rp 1,- per kilogram maka harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t akan meningkat sebesar Rp 0,322 per kilogramnya.

Koefisien regresi variabel selisih harga tomat di Pasar Legi antara waktu t dengan waktu t-1 sebesar 0,233. Tanda koefisien yang positif ini memberi petunjuk adanya hubungan searah antara selisih harga tomat di Pasar Legi antara waktu t dengan waktu t-1 dan harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t. Hal ini berarti bahwa apabila ada peningkatan perubahan selisih harga tomat di Pasar Legi antara waktu t dengan waktu t-

1 sebesar Rp 1,- per kilogram maka harga riil tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t akan naik sebesar Rp 0,322 per kilogramnya.

Nilai koefisien regresi variabel harga tomat di Pasar Legi pada waktu $t-1$ yaitu sebesar 0,270. Tanda koefisien yang positif ini menunjukkan adanya hubungan searah antara harga tomat di Pasar Legi pada waktu $t-1$ dengan harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t .

4. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data memiliki sebaran normal maka dilakukan uji normalitas. Jika sebaran data mengikuti bentuk sebaran normal yang ditunjukkan dengan grafik histogram dan P Plots maka data menyebar secara normal. Uji normalitas dapat pula dilakukan dengan metode analisis statistik dengan menggunakan aturan Skewness dan Kurtosis dimana jika rasio Skewness dengan standar errornya dan rasio Kurtosis dengan standar error terlentak antara minus dua (-2) dengan plus dua (+2). Dari hasil uji normalitas dari grafik histogram dengan PP Plots diketahui bahwa penyebarannya mengikuti bentuk distribusi normal. Selain itu nilai rasio Skewness dan Kurtosis untuk masing-masing variabel baik bebas maupun tidak bebas berada antara -2 dan +2 yaitu, untuk variabel harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu t sebesar 1,68, untuk variabel harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu $t-1$ sebesar -1,2, untuk variabel selisih harga tomat di Pasar Legi pada waktu t dengan waktu $t-1$ sebesar 2,00 dan variabel harga tomat di Pasar Legi waktu t sebesar 1,00, sehingga dapat disimpulkan data menyebar secara normal.

5. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas digunakan matriks korelasi yaitu hubungan antara berbagai variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Jika nilai *Pearson Correlation* $> 0,8$ dan nilai *Eigenvalue (Colinearity diagnostik)* mendekati nol maka model yang diestimasi terjadi multikolinieritas. Dari hasil analisis regresi antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi diperoleh nilai *Pearson Correlation* $< 0,8$ dan nilai *Eigenvalue (Colinearity diagnostik)*

tidak mendekati nol. Hal ini berarti bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

6. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui melalui metode grafik, yaitu dengan melihat diagram pencar (*scatterplot*). Dari diagram *scatterplot* dapat terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola yang teratur. Hal ini menunjukkan bahwa kesalahan pengganggu mempunyai varian yang sama (homoskedastisitas). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu juga dilakukan Uji Park, dimana jika nilai koefisien regresi tidak ada yang signifikan maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil analisis Uji Park didapat hasil tidak ada satupun nilai koefisien regresi yang signifikan (signifikansinya lebih besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas.

7. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai Durbin Watson. Dari hasil analisis memberikan nilai Durbin Watson sebesar 1,684. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai d pada tingkat $\alpha = 5\%$ didapatkan nilai $d_u = 1,65$ dan nilai $d_l = 1,214$, sehingga diperoleh $d_u < d < 4-d_u$ ($1,65 < 1,684 < 2,35$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi baik autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif.

Dengan sebaran data yang normal serta tidak terjadinya multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, maka persamaan regresi yang dihasilkan telah memenuhi asumsi klasik sehingga koefisien regresi yang dihasilkan merupakan pemerkira yang terbaik, linier, dan tidak bias (*Best Linier Unbiased Estimator*).

8. Analisis Keterpaduan Pasar

Dari hasil analisis, maka didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$P_t = 0,322 (P_{t-1}) + 0,233 (P^*_t - P^*_{t-1}) + 0,270 (P^*_{t-1})$$

Hasil regresi antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi tersebut dapat digunakan untuk tingkat keterpaduan pasar dengan melihat nilai IMC

(*Indeks Market of Connection*). Tingkat keterpaduan pasar dapat diukur dengan menggunakan perumusan sebagai berikut:

$$IMC = \frac{b_1}{b_3}$$

Keterangan:

b_1 = Koefisien regresi P_{t-1}

b_3 = Koefisien regresi P^*_{t-1}

Dari perbandingan nilai koefisien regresi variabel harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu $t-1$ dengan nilai koefisien regresi variabel harga tomat di pasar Legi pada waktu $t-1$ dapat diketahui nilai IMC sebesar 1,19. Menurut Timmer (1987) dalam Setyowati (2005), IMC dengan nilai kurang dari satu merefleksikan tingkat keterpaduan pasar dalam jangka pendek (*short run integration*) yang tinggi. Nilai IMC yang diperoleh dalam penelitian ini lebih besar dari satu sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat keterpaduan pasar jangka pendek komoditas tomat antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi rendah atau perubahan harga yang terbentuk di Pasar Legi hanya sedikit yang ditransmisikan ke Pasar Tawangmangu.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dari penelitian ini yaitu bahwa diduga keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi di Kota Surakarta rendah dapat diterima. Harga tomat di Pasar Tawangmangu tidak terlalu dipengaruhi oleh harga tomat di Pasar Legi pada waktu sebelumnya serta selisih harga tomat di Pasar Legi pada waktu t dengan waktu $t-1$. Kondisi tersebut juga diperkuat dengan nilai koefisien regresi harga tomat di Pasar Legi pada waktu sebelumnya yaitu sebesar 0,270 dan koefisien regresi selisih harga tomat di Pasar Legi pada waktu t dengan waktu $t-1$ sebesar 0,233. Harga tomat di Pasar Tawangmangu lebih dipengaruhi oleh harga tomat di Pasar Tawangmangu pada musim panen sebelumnya, dimana koefisien harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu sebelumnya yaitu sebesar 0,322. Hal ini berarti bahwa apabila terjadi kenaikan harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu sebelumnya sebesar satu persen maka harga

tomat di Pasar Tawangmangu akan naik sebesar 0,322 persen. Dengan kata lain jika harga tomat di Pasar Tawangmangu pada waktu sebelumnya naik Rp 100, maka harga tomat sayur di Pasar Tawangmangu pada waktu sekarang naik sebesar Rp 32,2.

Penyebab rendahnya keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi ada beberapa faktor. Faktor penyebab yang pertama yaitu struktur pasar yang tidak sempurna. Hal ini dapat dilihat dari kurang lengkapnya informasi pasar (data informasi pasar yang dimaksud antara lain data perkembangan harga tomat, jenis dan kualitas tomat yang diinginkan oleh konsumen, serta waktu dan jumlah tomat yang diinginkan konsumen) atau walaupun informasi pasar itu ada tetapi belum dimanfaatkan secara maksimal karena para pelaku pasar bertindak sesuai dengan kebiasaan mereka sehingga apabila terjadi hal-hal di luar kebiasaan mereka, maka hal tersebut dianggap kurang penting. Kebiasaan dari para pelaku pasar yaitu pada umumnya pedagang pengumpul tidak menginformasikan keadaan harga tomat yang sebenarnya kepada petani dengan tujuan pedagang dapat menentukan besarnya harga tomat serta perubahan harganya serta pedagang dapat secara bebas menentukan besar keuntungan yang diterimanya sehingga pada akhirnya petani banyak dirugikan. Hal ini dilakukan pedagang pengumpul agar dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Disamping itu, petani juga memiliki kebiasaan enggan untuk mencari informasi harga kepada lembaga-lembaga pemasaran atau Dinas Pertanian.

Faktor kedua yang menyebabkan rendahnya keterpaduan pasar tomat antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi adalah lokasi produsen (Tawangmangu) dan lokasi konsumen (Pasar Legi) yang berjauhan (± 50 km) sehingga menyulitkan baik dalam penyampaian tomat maupun dalam penyampaian informasi pasar terutama mengenai perubahan harga tomat. Di samping itu, medan yang harus dilalui juga menyulitkan karena lokasi Pasar Tawangmangu berada di dataran tinggi sehingga menyulitkan dalam distribusi tomat. Jarak antara kedua pasar yang saling berjauhan tersebut sebenarnya tidak akan menjadi penghalang dalam

penyampaian informasi pasar apabila Dinas Pasar Kota Surakarta secara rutin mengumpulkan informasi pasar di pasar tingkat konsumen dan segera menyampaikannya ke Dinas Pertanian Kabupaten Karanganyar dengan memanfaatkan jaringan sistem informasi *via* telepon agar informasi pasar terutama mengenai perubahan harga tersebut dapat segera disampaikan Dinas Pertanian Kabupaten Karanganyar kepada petani melalui kelompok tani, ditambah lagi dengan adanya wacana sistem *on line* antar wilayah se eks karisidenan Surakarta. Dengan adanya sistem *on line* ini harapannya pengiriman informasi mengenai harga dapat lebih lancar, namun tergantung pula dengan kesiapan masing-masing daerah.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa hal-hal tersebut yang dapat memperbesar kesenjangan harga yang akan diterima oleh petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen yang menunjukkan bahwa tidak efisiennya pemasaran. Hal ini juga sesuai dengan besarnya nilai IMC yang diperoleh yaitu 1,19 yang artinya bahwa keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi rendah atau hanya sedikit informasi tentang perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (Pasar Legi) yang ditransmisikan ke pasar lokal (Pasar Tawangmangu) secara langsung dan segera. Harga hanya sedikit dipengaruhi oleh harga di pasar acuan dan cenderung lebih dipengaruhi oleh harga di pasar lokal yaitu Pasar Tawangmangu pada waktu sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan produsen lebih mengetahui perubahan harga yang terjadi di pasar lokal yaitu Pasar Tawangmangu karena lokasi Pasar Tawangmangu yang dekat dengan lokasi produsen dan pasar tujuan untuk menjual hasil tomatnya. Sedangkan Pasar Legi lokasinya jauh dari lokasi produsen sehingga produsen tidak banyak mengetahui informasi mengenai perubahan harga yang terjadi di Pasar Legi. Selain itu, selama ini penjualan tomat dilakukan secara bertahap, yaitu dari petani ke pedagang pengumpul di pasar tawangmangu baru kemudian di jual ke Pasar Legi, sehingga pengetahuan petani terbatas pada kondisi harga yang terjadi di Pasar Tawangmangu.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Keterpaduan pasar tomat dalam jangka pendek antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi di Kabupaten Boyolali rendah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis IMC yang nilainya lebih dari satu yaitu sebesar 1,19 yang artinya bahwa hanya sedikit informasi tentang perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (Pasar Legi) yang ditransmisikan ke pasar lokal (Pasar Tawangmangu).

B. Saran

1. Produsen diharapkan lebih aktif dalam mencari informasi perubahan harga tomat secara langsung.
2. Perlu adanya penetapan harga patokan dimana harga ini bukan harga minimum dan juga bukan harga eceran tertinggi, dengan harapan fluktuasi harga tomat masih pada kisaran harga patokan sehingga pedagang tidak bisa mengambil keuntungan yang terlalu tinggi agar bagian yang diterima petani semakin banyak.
3. Produsen perlu melakukan sortasi dan grading sehingga tomat dijual sesuai dengan gradenya misalnya saja untuk jenis super dengan berat > 150 gram, jenis sedang dengan berat 100-150 gram dan jenis yang kecil < 100 gram, dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan produsen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W., Keith O.F., dan Rachman S. 2006. *Integrasi Pasar Kentang Indonesia Analisis Korelasi dan Kointegrasi*. <http://www.litbang.deptan.go.id>. Diakses tanggal 13 Februari 2009.
- Amalo, P. 2008. *Efficiency Analysis of Fishery Marketing System in The Region of Fish Market Base of Muara Baru Jakarta*. <http://mbipb.go.id>. Diakses tanggal 10 april 2009.
- Anonim. 2008. *Konsep Pasar*. <http://blog.uad.ac.id>. Diakses tanggal 22 Januari 2009
- Anonim. 2009. *Pemasaran*. <http://id.wikipedia.org>. Diakses tanggal 22 Januari 2009.
- Arief, A. 1990. *Hortikultura*. Andi Offset. Yogyakarta.
- BPS. 2007. *Surakarta dalam angka Tahun 2007*. BPS. Surakarta.
- _____. 2008. *Karanganyar dalam angka Tahun 2008*. BPS. Karanganyar
- _____. 2008. *Statistik Harga*. BPS. Surakarta.
- _____. 2008. *Jawa Tengah Dalam Angka Tahun 2008*. BPS. Karanganyar.
- Budi, S. 2008. *Kenapa Harga-harga Harus Naik*. <http://www.bali-travelnews.com>. Diakses Tanggal 27 Januari 2009.
- Dinas Pertanian. 2008. *Laporan Tanaman Sayuran dan Buah-buahan Semusim*. Dispartan. Karanganyar.
- Gujarati. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta
- Hadijanto, I. 2008. *PDRB Jateng Tumbuh 1,5%*. <http://www.radarsemarang.com>. Diakses tanggal 13 Februari 2009.
- Handayani, S. M dan Minar, F. 2000. *Integrasi Pasar Antar Wilayah Dalam Pemasaran Ubi Kayu Di Daerah Yogyakarta*. Penelitian Kelompok dalam Bidang Pertanian. UNS Press. Surakarta.
- Humairoh, H. 2008. *Analisis Keterpaduan Pasar Secara Vertikal Dalam Sistem Pemasaran Gula Kelapa Di Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi*. <http://digilib.unej.co.id>. Diakses tanggal 22 Januari 2009.
- Iskandar, D.M. 2008. *Teknik Budidaya Tomat*. <http://www.jabarprov.go.id>. Diakses tanggal 13 Februari 2009.
- Kiky. 2008. *Manfaat Tomat*. <http://www.anekatipsmenarik.blogspot.com>. Diakses tanggal 13 Februari 2009.
- Kotler, P. 1994. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Implementasi dan kontrol* (Terjemahan : Jaka wasana). Edisi keenam, jilid I. Prenhallindo. Jakarta.
- Lea. 2007. *Strategi Pemasaran*. <http://punyalea.blogspot.com>. Diakses tanggal 22 Januari 2009.

- Malian, H dan Adimesra, D. 2008. *Struktur dan Integrasi Pasar Ekspor Lada Hitam Dan Lada Putih di Daerah Produksi Utama*. <http://bppp.go.id>. Diakses tanggal 10 April 2009.
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Munir, A., S Sureshwaran, H.M.G. Selasie, dan S.C.O. Nyankori. 1997. An Analysis of Market Integration for Selected Vegetables in Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*. 16 (1dan 2): 1-11.
- Pegbintangkab. 2008. *Sektor Pertanian*. <http://www.pegbintangkab.go.id>. Diakses tanggal 13 Februari 2009.
- Plantus. 2008. *Tanaman Tomat*. <http://anekaplanta.wordpress.com>. Diakses tanggal 21 Januari 2009.
- Prabowo, A.Y. 2007. *Budidaya Tomat*. <http://teknis-budidaya.blogspot.com>. Diakses tanggal 13 Februari 2009.
- Purnawarman, T. 2001. *Strategi Pemasaran dan Pengendalian Mutu Produk*. <http://trioso@net.id>. Diakses tanggal 22 Januari 2009.
- Santoso, P. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Andi Yogyakarta.
- Sasmita, G. 2006. *Budidaya Tomat di Luar Musim*. <http://sa4ti.wordpress.com>. Diakses tanggal 13 Februari 2009.
- Setyowati, Wiwit R., dan Sri W. 2005. Analisis Keterpaduan Pasar Komoditas Wortel Antara Kota Surakarta dan Kabupaten Karanganyar. *Sepa*. 2(1):16-27.
- Sihotang, B. 2008. *Tomat*. <http://www.benss.co.cc>. Diakses tanggal 21 Januari 2009.
- Singarimbun, M dan Sofian, E. 1989. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta
- Sitorus, E. 2003. *Keterpaduan Pasar Tuna Segar Benoa/Bali Indonesia dan Sentral Pasar Tuna Tokyo Jepang*. <http://ejournal.unud.ac.id>. Diakses tanggal 21 Januari 2009.
- Soetriono, Anik S., dan Rijanto. 2007. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Bayumedia. Malang.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Andi Yogyakarta.
- Supranto. 1983. *Ekonometrika*. LPFE UI. Jakarta.
- Surakhmad. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode dan Teknik*. CV Tarsito. Bandung.
- Winardi. 1992. *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran (Marketing)*. Cipta Aditya Bakti. Bandung.
- Wiriyanta, T. W. 2007. *Bertanam Tomat*. Agromedia Pustaka. Jakarta.

Lampiran 1. Tabulasi Saluran Pemasaran, Harga Beli Rt, Harga Beli dari Pedagang Besar, Harga Beli dari Pengumpul dan Harga Beli dari Petani

Nama Pengecer	Harga Beli RT (Rp/kg)		Harga beli dari Pedagang Besar (Rp/kg)			Harga Beli dari Pengumpul (Rp/kg)			Harga Beli dari Petani
	Ht	Ht-1	Nama Pemasok	Ht	Ht-1	Nama Pengumpul	Ht	Ht-1	
Suparni	2000	2200				Nini	1200	1500	Mage
						Tia	1500	1600	Mage
						Suyani	1200	1500	Mage
Bu Agung	2200	2500				Mujiati	1200	1500	Mage
Widonarti	2300	2500	Bu Agung	2000	2000	Mujiati	1200	1500	Mage
Nagatinah	2000	2500				Tia	1500	1600	Mage
						Suyani	1200	1500	Mage
						Nini	1200	1500	Mage
Kartini	2200	2700	Suyatmi	2000	2500	Nita	1500	2000	Mate
Wagiyem	2000	2100				Suyani	1200	1500	Mage
						Nini	1200	1500	Mage
Darsini	2300	2200	Wagiyem	2000	2000	Mujiati	1200	1500	Mage
Supriyati	2000	2200	Sukiyem	1500	1600	Nini	1200	1500	Mage
						Suyani	1200	1500	Mage
Semi	2300	2500	Bu Agung	2000	2000	Mujiati	1200	1500	Mage
						Nita	1500	2000	Mate
Rosidah	2500	2700	Suyatmi	2000	2500	Nita	1500	2000	Mate
						Suyani	1200	1500	Mage
						Nini	1200	1500	Mage
Samino	2000	2700				Kartono	1600	2500	Ngar
Sri Rohadi	2500	2700	Samino	2000	2600	Kartono	1600	2500	Ngar
Suryani	2500	2700				Daliyem	2000	2200	Mate
Sri Lestari	2000	2500	Paimo	1500	2000	Suyani	1200	1500	Mage
						Nini	1200	1500	Mage
Muji	2000	2100				Tia	1500	1600	Mage
Sugiyem	2000	2500	Giyanti	1800	2000	Tia	1500	1600	Mage
Rohani	2300	2500	Bu Agung	2000	2000	Mujiati	1200	1500	Mage
						Nita	1500	2000	Mate
Karni	2000	2100	Sukiyem	1500	1600	Nini	1200	1500	Mage
						Suyani	1200	1500	Mage
Indri	2000	3000				Nini	1200	1500	Mage
Bakrun	2300	2500	Bu Agung	2000	2000	Mujiati	1200	1500	Mage
						Nita	1500	2000	Mate
Marfudah	2200	2700	Suyatmi	2000	2500	Nita	1500	2000	Mate
						Suyani	1200	1500	Mage

						Nini	1200	1500	Mage
Tuwi	2300	2700	Samino	2000	2600	Kartono	1600	2500	Ngar
Kartowiyono	2000	2200				Tia	1500	1600	Mage
Rujiati	2000	2500				Suparlan	1600	2000	Ngar
Dwi	2000	3200				Tumiyem	1500	3000	Tawa
Darti	2000	3200				Tumiyem	1500	3000	Tawa
Kuswantini	2000	2500				Suparlan	1600	2000	Ngar
Devi	2500	2700				Ike	2000	2500	Tawa
Istirokah	2500	2700				Ike	2000	2500	Tawa
Yanti	2200	2500	Wagiyem	2000	2000	Mujiati	1200	1500	Mage

Lampiran 2. Identitas Responden

No	Nama	Alamat	Status	Umur (tahun)	P
1	Bu Agung	Tawangmangu	Pedagang Besar dan pengecer	40	S
2	Widonarti	Mojosongo	Pengecer	42	S
3	Kartini	Jagalan	Pengecer	45	S
4	Wagiyem	Tawangmangu	Pedagang Besar dan pengecer	50	T
5	Darsini	Mangkunegaran	Pengecer	40	S
6	Supriyati	Banjarsari Solo	Pengecer	41	S
7	Semi	Gondangrejo	Pengecer	50	T
8	Rosidah	Jagalan	Pengecer	45	S
9	Samino	Tawangmangu	Pedagang Besar dan pengecer	49	S
10	Sri Rohadi	Banjarsari Solo	Pengecer	51	S
11	Suryani	Tawangmangu	Pengecer	36	S
12	Sri Lestari	Palur	Pengecer	38	S
13	Sugiyem	Solo	Pengecer	52	T
14	Rohani	Jetak	Pengecer	40	S
15	Karni	Wonorejo	Pengecer	42	S
16	Indri	Karangpandan	Pengecer	35	S
17	Bakrun	Gilingan	Pengecer	50	T
18	Marfudah	Cangkalan	Pengecer	41	S
19	Tuwi	Palur	Pengecer	50	T
20	Kartowitono	Gondang Tawangmangu	Pengecer	55	T
21	Rujiati	Karanglo Tawangmangu	Pengecer	45	S
22	Dwi	Bandarduwung	Pengecer	30	S
23	Darti	Tawangmangu	Pengecer	33	S
24	Kuswantini	Palur	Pengecer	48	S
25	Devi	Blumbang Tawangmangu	Pengecer	23	S

26	Istirokah	Jaten	Pengecer	46	S
27	Yanti	Cangkalan	Pengecer	35	S
28	Suparni	Grogol	Pengecer	47	S
29	Ngatinah	Kadipiro	Pengecer	55	T
30	Muji	Prawit	Pengecer	50	S
31	Sukiyem	Tawangmangu	Pedagang Besar dan pengecer	48	S
32	Suyatmi	Tawangmangu	Pedagang Besar dan pengecer	45	S
33	Giyanti	Karangpandan	Pedagang Besar dan pengecer	42	S
34	Paimo	Tawangmangu	Pedagang Besar dan pengecer	24	T
35	Suparlan	Ngargoyoso	Pengumpul	50	S
36	Daliyem	Mbolotan Matesih	Pengumpul	45	S
37	Tumiyem	Blumbang Tawangmangu	Pengumpul	40	S
38	Nita	Banjarsari Matesih	Pengumpul	40	S
39	Ike	Blumbang Tawangmangu	Pengumpul	40	S
40	Mujiati	Magetan	Pengumpul	50	S
41	Tia	Magetan	Pengumpul	40	S
42	Nini	Magetan	Pengumpul	45	S
43	Suyani	Magetan	Pengumpul	42	S
44	Kartono	Ngargoyoso	Pengumpul	42	T

Lampiran 3. Data Analisis Regresi Antara Pasar Tawangmangu dengan Pasar Legi

Y	X1	X2	X3
867	1167	-200	2200
1000	1100	-300	2500
1000	1100	-200	2500
867	1167	-500	2500
1000	1500	-500	2700
800	1200	-100	2100
1000	1100	100	2200
800	1200	-200	2200
1000	1300	-200	2500
867	1300	-200	2700
1100	2000	-700	2700
1100	2000	-200	2700
1500	2000	-200	2700
800	1200	-500	2500
1000	1100	-100	2100
1000	1100	-500	2500
1000	1300	-200	2500
800	1200	-100	2100
1100	1300	-1000	3000
1000	1300	-200	2500
867	1300	-500	2700
1100	2000	-400	2700
1000	1100	-200	2200
1100	1300	-500	2500
1200	2000	-1200	3200
1200	2000	-1200	3200
1100	1300	-500	2500
1500	2000	-200	2700
1500	2000	-200	2700
1000	1100	-300	2500

Lampiran 4. Analisis Regresi

Regression**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)	1038.93	192.558	30
Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	1417.80	370.418	30
Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	-373.33	310.654	30
Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg)	2543.33	286.095	30

Correlations

		Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	Harga E Tomat Sa oleh Konsumr pada Wa t-1(Rp/k
Pearson Correlation	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)	1.000	.753	-.177	
	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	.753	1.000	-.380	
	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	-.177	-.380	1.000	
	Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg)	.530	.689	-.793	1.
Sig. (1-tailed)	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)	.	.000	.174	
	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	.000	.	.019	
	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	.174	.019	.	
	Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg)	.001	.000	.000	
N	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)	30	30	30	
	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	30	30	30	
	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	30	30	30	
	Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg)	30	30	30	

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783 ^a	.612	.568	126.603	1.684

- a. Predictors: (Constant), Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg), Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg), Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)
- b. Dependent Variable: Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	658543.6	3	219514.520	13.695	.000 ^a
	Residual	416738.3	26	16028.396		
	Total	1075282	29			

- a. Predictors: (Constant), Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg), Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg), Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)
- b. Dependent Variable: Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-17.851	353.530		-.050	.960		
	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	.322	.095	.620	3.407	.002	.451	
	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	.233	.134	.376	1.738	.094	.318	
	Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg)	.270	.186	.401	1.453	.158	.195	

- a. Dependent Variable: Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)

Collinearity Diagnostics^a

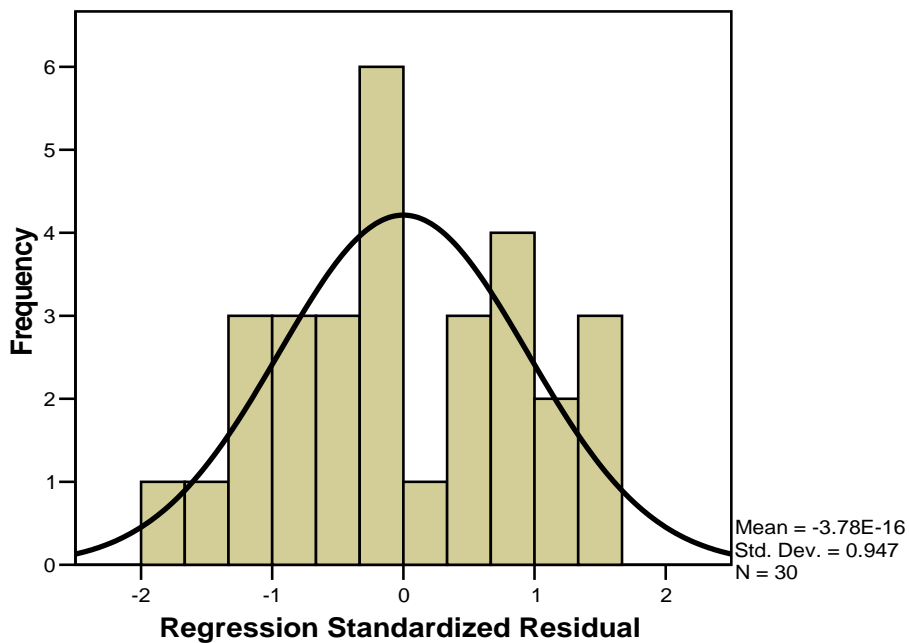
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	Harga E Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg)
1	1	3.683	1.000	.00	.00	.01	
	2	.283	3.606	.00	.00	.35	
	3	.032	10.729	.04	.58	.02	
	4	.002	49.542	.96	.41	.63	

a. Dependent Variable: Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)

Charts

Histogram

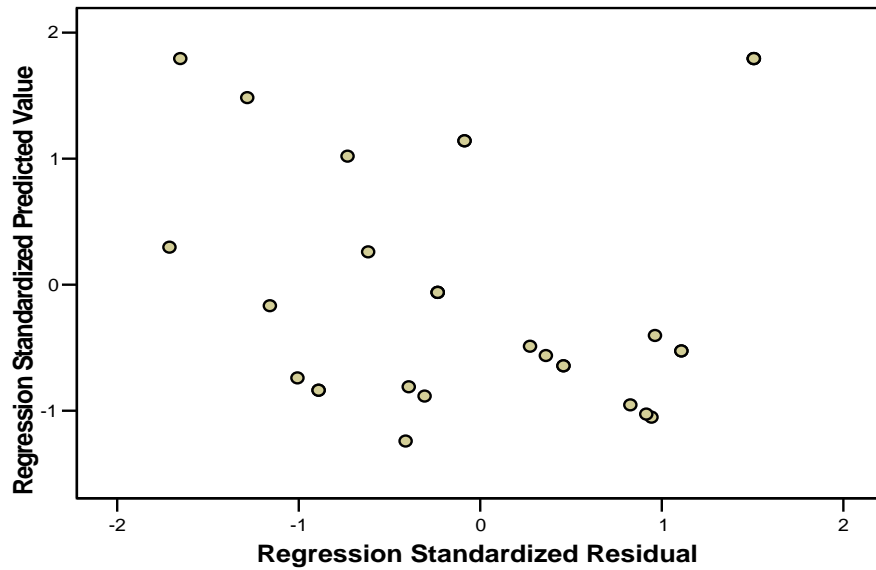
Dependent Variable: Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)



HETEROSKEDASTISITAS

Scatterplot

Dependent Variable: Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)



UJI PARK

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.079	3	5.026	2.059	.130(a)
	Residual	63.478	26	2.441		
	Total	78.558	29			

a Predictors: (Constant), Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg), Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg), Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)

b Dependent Variable: LN2RES_1

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.762	4.363		2.008	.055
	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	.001	.001	.299	1.140	.264
	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1 (Rp/kg)	.002	.002	.415	1.326	.196
	Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1 (Rp/kg)	.000	.002	-.077	-.192	.849

a Dependent Variable: LN2RES_1

NORMALITAS

Statistics

		Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t (Rp/kg)	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1 (Rp/kg)	Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1 (Rp/kg)
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
Mean		1038.93	1417.80	-373.33	25
Median		1000.00	1300.00	-200.00	25
Mode		1000	1300(a)	-200	
Std. Deviation		192.558	370.418	310.654	28
Variance		37078.685	137209.407	96505.747	8185
Skewness		1.181	.877	-1.472	
Std. Error of Skewness		.427	.427	.427	
Kurtosis		1.401	-1.000	2.034	
Std. Error of Kurtosis		.833	.833	.833	
Sum		31168	42534	-11200	

a Multiple modes exist. The smallest value is shown

UJI PARK

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.079	3	5.026	2.059	.130 ^a
	Residual	63.478	26	2.441		
	Total	78.558	29			

a. Predictors: (Constant), Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg), Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg), Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)

b. Dependent Variable: LN2RES_1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.762	4.363		2.008	.055
	Harga Beli Tomat Sayur dari Petani pada Waktu t-1 (Rp/kg)	.001	.001	.299	1.140	.264
	Selisih Harga Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t dengan t-1(Rp/kg)	.002	.002	.415	1.326	.196
	Harga Beli Tomat Sayur oleh Konsumen pada Waktu t-1(Rp/kg)	.000	.002	-.077	-.192	.849

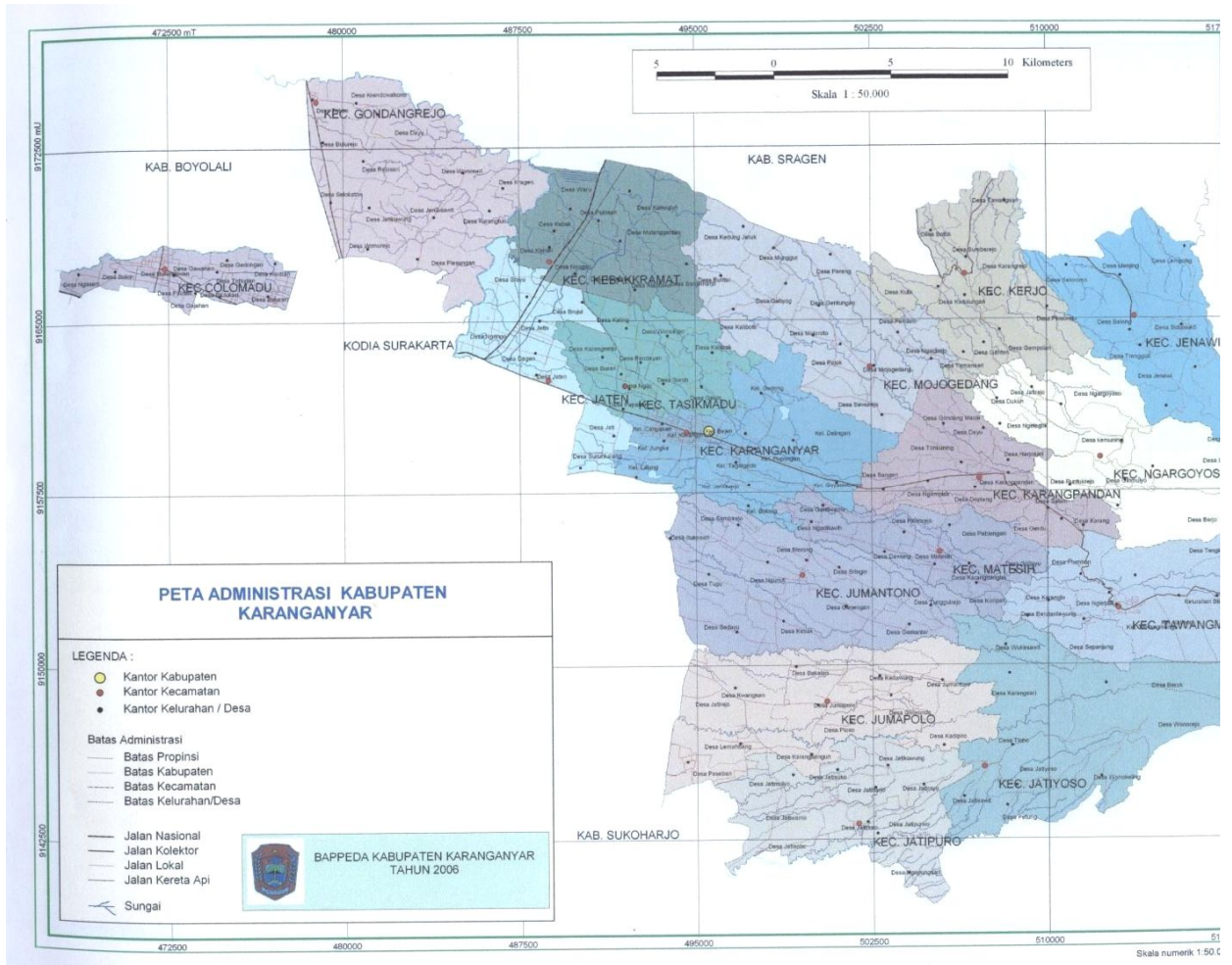
a. Dependent Variable: LN2RES_1

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian





Lampiran 7. Peta Kabupaten Karanganyar



Lmpiran 8. Peta Kota Surakarta



**KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI
UNTUK PEDAGANG TOMAT SAYUR DI PASAR
TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR DAN
PASAR LEGI KOTA SURAKARTA**

No :

Nama :

Alamat :

Status Pedagang : penebas/pedagang pengumpul/pedagang besar/pengecer

A. Identitas Responden

1. Identitas Pedagang

Nama	Kedudukan dalam Keluarga	Umur (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan		Lama Berdagang Tomat Sayur (tahun)
				Pokok	Sampingan	

2. Apa Alasan Anda berdagang tomat sayur ?

B. Pembelian Tomat Sayur

1. Dari siapakah Anda membeli tomat sayur?

Nama	
Alamat	
Status	
Grade tomat sayur	
Volume pembelian (kg)	
Harga waktu t (Rp/kg)	
Harga waktu t-1 (Rp/kg)	
Jumlah pembelian	
Cara pembelian	
a. Mendatangi penjual	
b. Didatangi penjual	

C. Pemasaran Tomat Sayur

1. Siapakah yang membeli tomat sayur Anda?

Nama	
Alamat	
Status	
Grade tomat sayur	
Volume pembelian (kg)	
Harga waktu t (Rp/kg)	
Harga waktu t-1 (Rp/kg)	
Jumlah pembelian	
Cara pembelian a. Mendatangi penjual b. Didatangi penjual	
Jarak pedagang-pembeli	
Alat angkut	

2. Apakah Anda mengetahui informasi tentang harga dan bagaimana cara mengetahuinya?
3. Menurut Anda siapakah yang menentukan harga tomat sayur?
4. Pada saat bagaimanakah permintaan tomat sayur rendah dan bilamana permintaannya tinggi?
5. Apa permasalahan yang Anda hadapi dalam memasarkan tomat sayur dan apa harapan Anda mengenai pemasaran tomat sayur ke depan?

**KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI
UNTUK PEDAGANG TOMAT SAYUR DI PASAR LEGI
KOTA SURAKARTA**

No :

Nama :

Alamat :

Status Pedagang : penebas/pedagang pengumpul/pedagang besar/pengecer

D. Identitas Responden

1. Identitas Pedagang

Nama	Kedudukan dalam Keluarga	Umur (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan		Lama Berdagang Tomat Sayur (tahun)
				Pokok	Sampingan	

2. Apa Alasan Anda berdagang tomat sayur ?

E. Pembelian Tomat Sayur

1. Dari siapakah Anda membeli tomat sayur?

Nama	
Alamat	
Status	
Grade tomat sayur	
Volume pembelian (kg)	
Harga waktu t (Rp/kg)	
Harga waktu t-1 (Rp/kg)	
Jumlah pembelian	
Cara pembayaran	
Cara pembelian a. Mendatangi penjual b. Didatangi penjual	

F. Pemasaran Tomat Sayur

1. Siapakah yang membeli tomat sayur Anda?

Nama	
Alamat	
Status	
Grade tomat sayur	
Volume pembelian (kg)	
Harga waktu t (Rp/kg)	
Harga waktu t-1 (Rp/kg)	
Jumlah pembelian	
Cara pembayaran	
Cara pembelian c.Mendatangi penjual d.Didatangi penjual	
Jarak pedagang-pembeli	
Alat angkut	

6. Apakah Anda mengetahui informasi tentang harga dan bagaimana cara mengetahuinya?
7. Menurut Anda siapakah yang menentukan harga tomat sayur?
8. Pada saat bagaimanakah permintaan tomat sayur rendah dan bilamana permintaannya tinggi?
9. Apa permasalahan yang Anda hadapi dalam memasarkan tomat sayur dan apa harapan Anda mengenai pemasaran tomat sayur ke depan?