

RINGKASAN

Enam pilar pengembangan hortikultura, yaitu : (1) pengembangan kawasan Agribisnis Hortikultura, (2) penataan manajemen rantai pasokan, (3) penerapan budidaya pertanian yang baik, (4) fasilitasi terpadu investasi usaha, (5) pengembangan kelembagaan usaha, dan (6) peningkatan konsumsi dan akselerasi ekspor. Untuk itu pengembangan tanaman hortikultura perlu ditingkatkan, dalam upaya peningkatan pendapatan petani. Komoditas hortikultura, terutama komoditas sayuran berumur pendek seperti kangkung merupakan komoditas sayuran sumber pendapatan petani sentra produksi, namun selalu menjadi permasalahan jika terjadi kelebihan produksi, petani dirugikan karena daya beli konsumen kurang dan sebaliknya, jika terjadi kelangkaan produksi konsumen yang menanggung resiko atas kemahalan komoditas tersebut. Tujuan dari penelitian ini yaitu : 1. Untuk mengetahui kelayakan usahatani kangkung pada petani di Kabupaten Lombok Timur. 2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran usahatani kangkung di Kabupaten Lombok Timur

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Penelitian ini menggunakan metode deskriptif Petani yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah petani yang mengusahakan tanaman kangkung di Desa Bagik Nyaka Kecamatan Aikmel dan Desa Dasan Tapen Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. Jumlah petani kangkung di wanasaba 512 orang, dan Desa Dasan Tapen 498 orang Penentuan jumlah petani responden dalam penelitian ini dilakukan *quota sampling* sebanyak 30 orang dan dari masing-masing desa sampel sebanyak 15 orang yang diambil secara *accidental sampling*. Penentuan pedagang responden dilakukan dengan *metode snowball*, cara ini dilakukan dengan menelusuri alur pemasaran komoditi kangkung berdasarkan sumber informasi responden. Dimulai informasi dari petani ke pedagang pengepul dan terakhir pada pedagang pengecer. Dari hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut : 1. Usahatani kangkung di Kecamatan aikmel dan Pringgabaya layak untuk di usahakan dengan nilai R/C Rasio sebesar 2,36 2. Terdapat tiga saluran pemasaran kangkung di Kecamatan Pringgabaya dan aikmel yaitu:a. Saluran pemasaran I meliputi : petani-pedagang pengecer dan lnsung ke konsumen akhir. b. Saluran pemasaran II meliputi : petani-pedagang pengepul-konsumen ahir c. Saluran pemasaran III meliputi : petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen ahir. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I dan III, ini dapat dilihat dari indikator margin pemasaran yaitu Rp. 1.000 per Kg, farmer's share yaitu 50 % dan nilai efisiensi yaitu 15 %.

Kata Kunci : Usahatani, Produksi, Kelayakan, Pemasaran