

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN
KOMODITAS TOMAT(*lycopersicum esculentum mill*) DI DESA
BOCEK KECAMATAN KARANGPLOSO KABUPATEN
MALANG**

SKRIPSI



**Oleh :
IREINE MALINDA KALILA TEDA
2014310048**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2019**

RINGKASAN

Penduduk Indonesia mayoritas (40%) memiliki mata pencaharian bertani karena itu Sektor pertanian merupakan Harapan bagi para petani agar dapat mewujudkan pembangunan nasional untuk bisa mencukupi kebutuhan pangan para Petani. Berhasilnya pembangunan di sektor Pertanian diharapkan agar dapat Terjaminnya ketahanan pangan, produksi berbagai komoditas di Sektor Pertanian untuk memenuhi bahan pangan dan kebutuhan nasional, sudah banyak memberikan Kontribusi terhadap kemajuan pembangunan Indonesia dan telah menunjukkan pertumbuhan ekonomi pedesaan yang lebih layak khususnya di daerah pedesaan. Berkaitan dengan meningkatnya kebutuhan pangan, salah satu komoditi yang mempunyai prospek sebagai bahan pangan alternatif yang mulai dikembangkan yaitu Tomat. Karena komoditas Tomat memiliki nilai ekonomi yang sangat menjanjikan maka para petani banyak membudidayakan Komoditas ini sudah sangat banyak dibudidayakan karena tanaman ini . Nilai ekonomis Komoditas tomat yang tinggi tersebut tidak serta merta memudahkan pengembangan tomat di tempat lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keuntungan usahatani tomat di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, menganalisis saluran pemasaran komoditas tomat di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso dan menganalisis besarnya margin pemasaran komoditas tomat di Desa Bocek Kecamatan Karangploso. Sampel penelitian ini menggunakan teknik Snowball sampling dan purposive sampling. Metode penelitian menggunakan analisis usahatani, analisis saluran pemasaran dan analisis margin pemasaran. Hasil Dari peneliti ini menunjukkan bahwa dan dapat disimpulkan bahwa: 1). Penerimaan diperoleh dari usahatani tomat di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang dengan luas lahan 0,32 Ha sebesar Rp. 7.050.000,-. Sedangkan pengeluaran petani (biaya) sekali dalam musim tanam sebesar Rp. 5.264.390,- dengan luas lahan 0,32 Ha. Dengan demikian usahatani tomat di Desa Bocek Kecamatan Karangploso layak dijalankan karena nilai R/C yang diperoleh sebesar 1,34. 2). Ada dua Saluran Pemasaran komoditas tomat di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang yaitu: saluran I (petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen) dan saluran II (petani, pedagang pengecer dan konsumen). Margin pemasaran pada saluran I = Rp 2.000 sedangkan margin pemasaran pada saluran II = Rp 1.500. Margin pemasaran pada saluran II, menyatakan harga jual petani atau harga beli pedagang pengecer sebesar Rp 1.500/kg dan harga jual pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp 3000/kg sehingga margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp 1.500/kg. Maka keuntungan pemasaran dari petani ke konsumen sebesar Rp 1.500/kg. 3) Bagian harga yang diterima petani pada masing-masing saluran pemasaran adalah pada saluran pemasaran I sebesar 33,33%, dan saluran pemasaran II sebesar 50%.

Kata Kunci : Pemasaran, Margin, Tomat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang pertaniannya sangat besar, dimana mayoritas penduduk Indonesia (40%) memiliki mata pencaharian bertani atau bercocok tanam berarti yang memegang peran sangat penting dari keseluruhan perekonomian nasional adalah pertanian. Banyaknya penduduk dan tenaga kerja pada sektor pertanian dapat ditunjukkan bahwa telah banyak memberikan kontribusi pada progress pembangunan pertanian di Indonesia, karena sektor untuk mendorong peningkatan hasil dan mutu produksi pada saat ini adalah menjadikan pembangunan sebagai target utama agar terdapat pemerataan, pertumbuhan ekonomi pada peluang sejahterannya kehidupan petani yang bagus (Yantu, 2008).

Masalah terapan cara tanam komoditas tomat yang tepat harus maksimal agar permintaan pasar dari tahun ke tahun semakin meningkat. Sehingga kendala yang dialami para petani dapat diminimalisir.

Sebagai penyuplai PDB yang sangat penting terhadap pertanian, maka dalam neraca perdagangan Indonesia subsektor Hortikultura mempunyai peran sangat penting. Dalam selang waktu maka nilai ekspor Hortikultura menunjukkan angka yang positif, sebesar 6,57 persen/tahun dapat menunjukkan lajunya pertumbuhan pada komoditas tanaman obat 6,00 persen/tahun, florikultura 29,64/tahun (BPS, 2014).

Komoditas tomat (*Lycopersicon esculentum* Mill.) adalah salah satu komoditas sayuran yang fungsinya serbaguna. Oleh karena itu, tanaman tomat sebagai komoditas komersial yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Komoditas tomat dapat dibudidayakan di daerah dataran rendah, sedang dan dataran tinggi, tergantung jenis tomat yang dibudidayakan, tanaman tomat merupakan tanaman sayuran yang menjadi penyuplai terbesar selain wortel, kentang dan kol.

Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Hortikultura dan Kementerian Pertanian RI bahwa produktivitas sayuran tomat dalam skala nasional pada jangka waktu 2013-2015 nilai produksi mengalami ketidakstabilan atau tidak stabil. Data Tingkat Produksi tomat dan laju pertumbuhan dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Perkembangan Produktivitas Tomat Nasional 2013-2015

Tahun	Produktivitas Tomat (Ton/Ha)	Laju pertumbuhan
2003	17,33	-
2014	11,89	-31,39
2005	12,64	6,30
2006	11,77	-6,88
2007	12,33	4,75
2008	13,66	10,78
2009	15,27	11,78
2010	14,58	-4,51
2011	16,65	14,19
2012	15,75	-5,4
2013	16,613	5,47
2014	15,523	-6,56
2015	16,09	3,65
Rata-rata		-0,18

Sumber: (Ditjen Hortikultura Kementan RI.2016)

Pada Tabel di atas menunjukkan bahwa produksi tomat pada tahun 2003 di Jawa Timur sebesar 17,33 ton, dan mengalami penurunan pada tahun 2004 yaitu sebesar 11,89 ton. Pada tahun 2005 sebesar 12,64 ton, namun pada tahun-tahun berikutnya terus mengalami peningkatan sebesar 13,66 ton di tahun 2014, tahun 2015 sebesar 16,09, dan pada tahun 2015 produksi tomat sebesar 16,09 dengan total pertumbuhan/growth 2015 over 2014 sebesar 4,32%

Di Indonesia pada Tahun 2015 Pusat produksi Komoditas tomat masih di kuasai pulau Jawa terlebih khusus di Jawa Timur. Berdasarkan data BPS dan Direktur Jenderal Hortikultura, Jawa Timur merupakan sentra produksi komoditas tomat tertinggi di Indonesia jumlah produksi 88,668 Ton.

Produksi Tomat yang besar di Jawa Timur khususnya Kabupaten Malang juga didukung oleh luas lahan yang dimiliki, Menurut Muiz (2017) luas tanaman cabai di Kabupaten Malang mencapai 5.000 hektar, area tanaman Tomat paling luas berada di Pujon dan Ngantang yaitu mencapai 3.500 hektar, disusul Wajak, Tumpang dan Poncokusumo seluas 400 hektar. Sementara di Karangploso ada sekitar 250 hektar. Meskipun memiliki lahan tomat yang luas namun pada pasar yang terjadi petani masih mengalami kelumpuhan dalam bidang perekonomian. Tidak meratanya pendapatan yang terjadi baik pada tingkat petani hingga ke konsumen akhir membuktikan bahwa rantai pemasaran juga berperan penting

dalam proses distribusi suatu barang dan jasa yang akan terus berkelanjutan pada lembaga pemasaran di tingkat petani. Pendapatan akan merata pada tingkat petani dan tingkat pedagang yang terlibat apabila memiliki kompetitif pasar yang kuat.

Meninjau kondisi petani tomat yang berada di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso yang memiliki mata pencaharian dengan berusahatani tomat, peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana struktur pasar yang terbentuk, sehingga nantinya akan mempengaruhi pembentukan harga jual pada tingkat petani dan pemerataan pendapatan pada setiap pihak pemasaran yang terbentuk. Serta kekuatan pasar yang terjadi, ketika petani memiliki struktur pasar persaingan sempurna maka tidak akan adanya terbentuk derajat kompetitif kekuatan pasar dalam pemasaran tomat/ derajat kekuatan pasar lemah, yang nantinya akan memberikan arahan kepada petani dalam pembentukan strategi pemasaran tomat sehingga petani mampu memperkuat harga tawarnya. Maka dari itu peneliti mengajukan judul "*Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Tomat Di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang*".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Usahatani Tomat Di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso Menguntungkan?
2. Bagaimana saluran pemasaran komoditas tomat di Desa Bocek Kecamatan Karangploso?
3. Berapa besarnya margin pemasaran komoditas tomat di Desa Bocek Kecamatan Karangploso?

1.3 Tujuan

1. Menganalisis Saluran Pemasaran Komoditas Tomat di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso
2. Menganalisis besarnya Margin Pemasaran komoditas tomat di Desa Bocek Kecamatan Karangploso.
3. Menganalisis Keuntungan Usahatani Tomat di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini bisa memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata (S-1) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tunggaladewi.
2. Bagi Pembaca
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada pembaca, dan menjadi acuan bagi mahasiswa yang hendak melakukan penelitian yang sama atau pun melanjutkan dari penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Daniel, M. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian, Bumi Aksara, Jakarta
- Frandy, G. 2016. *Analisis Margin Pemasaran Tomat Apel Di Desa Kamanga 11 Kecamatan Tamposo Kabupaten Minahasa*”.Vol.01No.2
- Jumiati, E., Dwidjono Hadi Darwanto, Slamet Hartono dan Masyhuri. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*.Jurnal AGRIFOR Volume XII (1), hal 1-10
- Kasim, S. 2004. *Petuntujuk Menghitug Keuntungan dan Pendapatan USahatani. Universits Lampung Mangkrut. Banjarbaru*
- Kolter, Philip. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid 1. Jakarta: indeks
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Limbong W.H, Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian IPB. Bogor
- Meitasari,Yenni, M. 2011. *Studi Tataniaga Jamur Tiram Puti (Pleurotus Ostreatus) Di Kota Samarinda*. EPP, 8 (2), 1-9
- Menggasa, M. 2015. *Margin Pemasaran Tomat Apel Di Kelurahan Kolongan Beha Baru Kecamatan Tahuna Barat*.
- Musaddad, D,. dan Hartuti, N,. (2003), *Produk Olahan Tomat*, seri agribisnis,Penebar Swadaya, Jakarta
- Nurlaili, S. 2009. *Analisis Margin Pemasaran Ubi Kayu Di Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri*.
- Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas Jilid Dua. Jakarta: Indeks
- Rizka, M., 2015. *Analisis Pemasaran Tomat Didesa Labuan Toposo Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala*. e-J. Agrotekbis 3 (6) : 759-764
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Thamrin & Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Yantu, M.R., Sisfayuni, Ludin dan Taufik, 2008. *Komposis Industri Subsektor-Subsektor Di Kelembagaan Sektor Pertanian Sulawesi Tengah*, Jurnal Agroland 15 (4) :316-322.

