

**PEMASARAN TOMAT DI DUSUN MARON SEBALUH DESA
PANDESARI KECAMATAN PUJON KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

**ASADULLAH ANTAR
2015310077**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2022**

RINGKASAN

SURYADI. 2015310041. Pemasaran Tomat di Dusun Maron Sebaluh Desa Pandesari Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. Pembimbing Utama : Ana Arifatus Sa'diyah. Pembimbing Pendamping : A. Yusuf kholil

Desa Pandesari ialah diantara kota di Daerah Pujon, Kabupaten Malang, yang berbatasan langsung dengan Kota Batu di Timur, Kota Ngabab di Barat, Kota Pujon Kidul di Utara dan Gunung Banyak di Selatan. Luas wilayah Kota Pandesari ialah 7.538 ha yang terdiri dari 40% sawah, 5% pekarangan dan sekitar 55% lahan hutan. Mayoritas masyarakat di desa tersebut yaitu sebagai petani.

Produktivitas tomat di Desa pandesari tidak hanya di pasarkan di wilayah Desa Pandesari, melainkan juga dipasarkan ke pasar besar dan keluar kecamatan atau ke luar kabupaten. Untuk tercapai pasar yang lebih luas ini, peternak harus menyertakan beberapa kantor pemasaran agar dapat mengirimkan barang dengan cepat dan sukses. Diantara Tanda kemajuan memasarkan produk ialah kerangka promosi yang produktif. Sistem pemasaran yang efektif berarti memiliki opsi untuk mengirimkan barang dengan biaya yang paling minimal, dengan biaya dan tingkat keuntungan yang masuk akal dan harus dapat dilakukan secara akurat. Eksplorasi diarahkan di Dusun Sebaluh, Kota Pandesari, Kawasan Pujon, Kota Batu, Wilayah Jawa Timur. Daerah eksplorasi ini dipilih secara purposive dengan pertimbangan bahwasannyasanya daerah tersebut ialah di antara fokus tanaman tomat di Lokal Pujon, sebagian besar penduduknya ialah peternak, Kota Pandesari melakukan budidaya tomat secara terus-menerus. Pemeriksaan ini diarahkan sejak lama mulai September 2021 hingga November 2021.

Tomat yang tayang langsung di Dusun Maron Sebaluh, Kota Pandesari, Kawasan Pujon terdiri dari 2 saluran periklanan, yaitu saluran I, (peternak, slasher, pengecer dan pelanggan) dan saluran promosi 2, lebih spesifik (peternak, slasher, grosir, pedagang kecil). dan pembeli) Tepi iklan saluran I ialah Rp. 6.500/kg. Mempromosikan channel II sebesar Rp. 10.600/Kg. Selanjutnya, keunggulan penawaran pada saluran I ialah 54%, sedangkan untuk saluran II ialah setengahnya.

Kata kunci: Tomat, Pemasaran, margin dan *farmer's share*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tomat bagian dalam tumbuhan sayuran, khususnya Famili Solanaceae. Tanaman tomat umumnya ditanamkan di negara sedang dan rawa. Tanaman tomat masuk pada tanaman tahunan yang mana memiliki ketahanan umur 3 sampai 4 bulan (Surtinah, 2007). Pada tanaman tomat bisa tanam dengan cara konsisten. Meskipun demikian, durasi waktu yang bagus sebagai 718 tanaman tomat ialah pada musim kemarau disuport dengan cara menyiram yang cukup (Pracaya, 1994). Tomat ialah tanaman sayuran produk alami yang diperlukan oleh orang-orang untuk mengatasi masalah mereka. Hal ini disebabkan oleh kandungan nutrisi tomat yang mengandung nutrisi bermanfaat Sebagai menjaga kesehatan dan pencegah pada penyakit. Zat sehat pada 100 gram tomat ada kandunagan protein (1 g), pati (4,2 g), lemak (0,3 gram), kalsium (5 mili gram), fosfor (27 mg), zat besi (0,5 mg), Vitamin A (Karoten) 1500 SI, Vitamin B (Tiamia) 60 mg dan L-asam askorbat 40 mg (Pudjiatmoko, 2008). Butuhnya tomat pemanfaatannya terus semakin peningkat, namun untuk pengembangan tanaman tomat tidak diperluas. Menurut Focal Measurements Organization (2014), Produktivitas tomat di Indonesia selama 3 tahun terakhir, dimulai pada tahun 2011 mengalami pembusukan Dengan luas panen 57.758 ha sehingga efisiensi tercapai 16,65 ton/ha dan pada tahun 2013 penurunan yang sedang berlangsung tercapai 893.504 ton dari luas panen 56,724 ha sehingga efisiensinya ialah 15,75 ton/ha. Produktivitas tomat Riau tahun 2011 di lahan gambut 146 ton dengan efisiensi hanya 2,52 ton/ha sedangkan efisiensi masyarakat tercapai) ,16,65 ton/ha (Badan Pusat Statistik dan Ditjen Budidaya, 2012. Tanah gambut memiliki masalah tidak adanya suplemen dan pH rendah lalu jadi penghambat pembangunan di lahan gambut.

Tomat ialah tanaman sayuran produk organik yang diinginkan masyarakat sebagai pemenuhan keinginan sehari-hari. Karenanya terdapat kandungan nutrisi tomat yang mengandung nutrisi dan mineral sangat bermanfaat untuk menjaga kesehatan dan mencegah penyakit. Tanaman tomat termasuk tanaman tahunan dari permintaan Solanales, keluarga Solanaceae, varietas Lycopersicon, spesies Lycopersicon esculentum Factory. Tomat sangat berharga bagi tubuh karena mengandung nutrisi dan mineral yang dibutuhkan untuk perkembangan dan kesejahteraan. Latihan pamer tomat di Dusun Maron Sebaluh saat ini masih boros, hal ini dikarenakan rantai pemasaran yang terlalu panjang. akhir. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan keadaan saluran tayangan, seberapa besar keunggulan promosi, porsi biaya yang diperoleh peternak dan efektivitas periklanan Tomat di setiap saluran promosi. Tanaman tomat (*Lycopersicum esculentum* Factory), berawal dari Peru dan Ekuador, kemudian menyebar ke seluruh Amerika, terutama ke daerah yang panas dan lembab. Namun, sekitar saat itu tanaman tomat dipandang sebagai tanaman yang berbahaya dan hanya dikembangkan sebagai tanaman hias dan obat pertumbuhan ganas. Tanaman tomat mulai tumbuh di Indonesia setelah

munculnya bangsa Belanda, hal ini menunjukkan bahwasannyasanya tanaman tomat telah menyebar ke seluruh dunia, baik di hutan rimba maupun di daerah subtropis (Cahyono, 1998).

Desa Pandesari ialah diantara kota di Daerah Pujon, Kabupaten Malang, yang berbatasan langsung dengan Kota Batu di Timur, Kota Ngabab di Barat, Kota Pujon Kidul di Utara dan Gunung Banyak di Selatan. Luas wilayah Kota Pandesari ialah 7.538 ha yang terdiri dari 40% sawah, 5% pekarangan dan sekitar 55% lahan hutan. Mayoritas masyarakat di desa tersebut yaitu sebagai petani. Mayoritas masyarakat di desa tersebut yaitu sebagai petani.

Produktivitas tomat di Desa Pandesari tidak hanya dipasarkan di wilayah Desa Pandesari, melainkan juga dipasarkan ke pasar besar dan keluar kecamatan atau ke luar kabupaten. Untuk tercapai pasar yang lebih luas ini, peternak harus menyertakan beberapa kantor pemasaran agar dapat menjual barang dengan cepat dan benar. Diantara Tanda hasil dari menampilkan produk ialah sistem promosi yang produktif. Sistem pemasaran yang mahir berarti memiliki opsi untuk mengirimkan barang dengan biaya seminimal mungkin, dengan biaya dan tingkat manfaat yang masuk akal dan harus dapat dilakukan secara akurat. Hal yang sering menjadi perhatian dalam mengakui iklan tomat yang efektif ialah rendahnya tingkat biaya yang didapat oleh peternak yang erat kaitannya dengan desain promosi yang dibingkai dan ukuran etalase, sehingga untuk membangun promosi peternak tomat itu. cenderung dicapai dengan asumsi contoh iklan dan alasan untuk menampilkan tinggi diketahui. Selain itu, ukuran penawaran yang diterima oleh peternak akan menunjukkan apakah sistem pemasaran berjalan dengan baik. Mulai dari ini, para ilmuwan tertarik untuk mengarahkan eksplorasi pada “Analisis pemasaran tomat di Dusun Maron sebelah Desa Pandesari, Kecamatan Pujon”.

1.2 Rumusan Masalah

Di Latar belakang pemaparan diatas sehingga timbulah permasalahan seperti ini :

1. Bagaimana penyaluran marketing tomat di Dusun maron maron sebelah Desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kota Batu?
2. Bagaimana margin pemasaran tomat di Dusun maron maron sebelah Desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kota Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan permasalahan riset berikut memiliki tujuan yang mana :

1. Menganalisis penyaluran marketing tomat di Dusun maron maron sebelah Desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kota Batu
2. Menganalisis margin pemasaran tomat di Dusun maron maron sebelah Desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kota Batu.

1.4 Manfaat Penelitian

Harapannya riset berikut bermanfaat untuk :

1. Bagi peneliti, riset berikut termasuk dalam fasilitator sebagai analisa real di lapangan dengan kajian yang sudah didapat di perkuliahan.
2. Bagi pembaca, bisa dimanfaatkan untuk acuan penelitian selanjutnya.
3. Bagi pemerintah desa, untuk dijadikan mempertimbangkan untuk pemerintah upaya merumuskan ketetapan tentang dangan usahatani tomat di Dusun maron maron sebaluh Desa Pandesari Kecamatan Pujon.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika 2018 “Produktivitas tanaman hortikultural “. Jawa timur
- Badan Pusat Statistika Indonesia 2019 *Bercocok tanam hortikultural*. Pujon Kabupaten Malang.
- Cahyono. 2006. *Analisis ekonomi dan teknik Bercocok tanam Sayuran*. Yogyakarta : Kanisiu.
- Fenti Nandia Lestari¹, Ilma Sarimustaqiya Rianse¹, Samsul Alam Fyka (2019) Analisis Perbedaan Pendapatan Usahatani Tomat Semi Organik Dan Non Organik Di Desa Aunupe Kecamatan Wolasi
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* , edisi 12 jilid 1. Jakarta: erlangga
- Lusi F. Simona, L O. Kakisina, J M. Luhukay (2016) Sistem Pemasaran Sayur Daun Di Pasar Moderen (*Hypermart*) Dan Pasar Tradisional Kecamatan Baguala Desa Waiheru
- M. erwan suriaatmaja (2015) Analisis Efisiensi Tataniaga Komoditas Hortikultura (Studi Kasus Sub Terminal Agribisnis Pasar Mantung, Kabupaten Malang). Vol 8
- Pristianingsih Sarif ,Abd. Hadid, Imam Wahyudi (2015) Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Tomat (*Brassica Juncea L.*) Akibat Pemberian Berbagai Dosis Pupuk Urea di Desa Sidera, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi. Vol. 5 Hal. 185-191
- Tinur Sulastri Situmorang, Zulkifli Alamsyah, dan Saidin Nainggolan (2015) Analisis Efisiensi Pemasaran Tomat Manis Dengan Pendekatan *Structure, Conduct, And Performance* (Scp) Di Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi.
- Rofiatin Umi (2010) Efisiensi Usahatani Tanaman Tomat, Tulung karyo, Kota Batu. Vol. 10 Hal. 189-194
- Y. Khairi, A. Yoesdiarti, dan H. Miftah (2017) Analisis Efisiensi Pemasaran Sayuran Daun Di Giant Ekstra Botanical Square Kota Bogor
- Yan Yozef Agus Suratman (2018) Analisis Pendapatan Usahatani Tomat (*Brassica Juncea L.*) Di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru Vol. 43 Hal. 133-140