

ANALISIS PEMASARAN USAHATANI TOMAT DI KEBUN PRAKTEK INPEKMA, KELURAHAN KOTA UNENG, KECAMATAN ALOK, KABUPATEN SIKKA

Maria Dewi Derosari¹, Yohanis Alfridus Tajin², KapistranoHefronsius Dewa³, Adrianus Bei⁴,
Selvi Irawati Kwuta⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Agribisnis, Universitas Nusa Nipa

Email: dewiderosary@gmail.com¹, alfridtajin89@gmail.com², kapistranoefronsiusdewa@gmail.com³,
adrianusbei39gmail.com⁴

Abstrak

Kegiatan pemasaran Tomat di Kebun Praktek INPEKMA saat ini masih kurang efisien, hal ini disebabkan karena rantai pemasaran yang terlalu panjang, semakin panjang rantai pemasaran maka pemasaran tersebut semakin kurang efisien, karena semakin banyak biaya yang dikeluarkan dan mengakibatkan semakin mahalnya harga produk yang diterima oleh konsumen akhir. Oleh karena itu, tujuan pemasaran sangat penting untuk membuat keputusan yang tepat. Dengan analisis pemasaran, bisnis dapat menganalisis perilaku dan preferensi konsumen untuk lebih memahami target audiensnya sesuai dengan kebutuhan mereka. Topik yang diangkat kegiatan wawancara di Kebun Praktek INPEKMA, kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten SIKKA, yakni Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Di Kebun Praktek INPEKMA. Tujuan dari wawancara ini di tunjukan untuk Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pertanian yang semakin maju, membawa dampak positif bagi usahatani tanaman tomat, dimana tomat mendapat perhatian dan berkembang secara baik di daerah beriklim tropis. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu: pertama, Tahap mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pekerja di Kebun Praktek INPEKMA terkait permasalahan pemasaran tomat. Dan kedua melakukan tahap kedua wawancara dan pengumpulan data. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat Varietas tomat yang di tanam yaitu varietas servo F1, resiko atau kendala yang dihadapi pada pemasaran seperti resiko harga, persaingan, dan ketersediaan pasar, dan untuk menjaga kualitas tomat maka hal yang pertama yang di lakukan adalah mengemas tomat dan menyimpan di wadah atau tempat yang telah disiapkan. Dari musim ke musim saluran pemasaran memperoleh hasil pendapatan yang sedikit karena pengepul membeli hasil pertanian dengan harga yang lebih rendah.

Kata Kunci: Rantai Pemasaran, Perilaku Konsumen, Varietas Tomat, Persaingan Pasar.

Abstract

Tomato marketing activities in the INPEKMA Practice Garden are currently still less efficient, this is because the marketing chain is too long, the longer the marketing chain, the less efficient the marketing, because the more costs are incurred and this results in higher product prices received by consumers end. Therefore, marketing objectives are very important to make the right decisions. With marketing analysis, businesses can analyze consumer behavior and preferences to better understand their target audience according to their needs. The topic raised by the interview activity at the INPEKMA Practice Farm, Uneng city sub-district, Alok district, SIKKA Regency was marketing analysis of tomato farming in the INPEKMA practice farm. The purpose of this interview is almed the increasingly advanced development of agricultural science and technology, which has a positive impact on tomato farming, where tomatoes receive attention and develop well in tropical climates. The method used in this community service activity is first, the stage of identifying problems faced by workers at the INPEKMA Practice Garden related to tomato marketing problems. And second, carrying out the second stage of interview and data collection. The results of community service activities. The tomato variety planted is the servo F1 variety, the risks or obstacles faced in marketing such as price risk, competition, and market availability, and to maintain the quality of the tomatoes, the first thing to do is pack the tomatoes and store them. In a container or place that has been prepared.

From season to season, marketing channels earn less income because collectors buy agricultural products at lower prices.

Keyword: Marketing Chain, Consumer Behavior, Tomato Varieties, Market Competition

PENDAHULUAN

Sektor yang dapat diandalkan untuk menunjang laju pertumbuhan ekonomi nasional adalah sektor pertanian, karena sebagian besar penduduk bangsa Indonesia bermata pencaharian sebagai petani. Sektor pertanian telah banyak memberikan kontribusinya terhadap kemajuan pembangunan pertanian saat ini yaitu peningkatan hasil dan mutu produksi dalam mendorong pertumbuhan dan dinamika ekonomi pedesaan, yang pada gilirannya akan memberikan peluang mensejahterakan kehidupan masyarakat secara lebih layak khususnya di daerah pedesaan dan perkotaan. Pembangunan pertanian dapat diartikan sebagai proses yang ditujukan untuk meningkatkan produksi pertanian sebagai kebutuhan konsumen, sekaligus meningkatkan pendapatan dan produktivitas usahatani dengan jalan menambahkan model dan keterampilan. Kebutuhan masyarakat terhadap pangan yang bergizi dewasa ini dan dimasa-masa mendatang akan selalu meningkat terus menerus secara proposional (Daniel, 2004). Kegiatan pemasaran Tomat di Kebun Praktek INPEKMA saat ini masih kurang efisien, hal ini disebabkan karena rantai pemasaran yang terlalu panjang, semakin panjang rantai pemasaran maka pemasaran tersebut semakin kurang efisien, karena semakin banyak biaya yang dikeluarkan dan mengakibatkan semakin mahalnya harga produk yang diterima oleh konsumen akhir. Oleh karena itu, tujuan pemasaran sangat penting untuk membuat keputusan yang tepat. Dengan analisis pemasaran, bisnis dapat menganalisis perilaku dan preferensi konsumen untuk lebih memahami target audiensnya sesuai dengan kebutuhan mereka.

Usahatani adalah ilmu yang menyelidiki segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan orang melakukan pertanian dan masalahnya. Tepatnya ilmu usahatani menyelidiki cara-cara seorang petani sebagai pengusaha menyusun, mengatur, dan menjalankan usahanya. Dewasa ini sektor pertanian mendapat prioritas utama karena sektor ini merupakan sektor yang dominan dalam perekonomian nasional, pertanian saat ini diharapkan menjadi sektor andalan yang dapat dengan cepat menghasilkan dan meningkatkan pendapatan kesejahteraan kehidupan masyarakat secara lebih layak khususnya di daerah pedesaan (Yantu, dkk 2008).

Tomat (*Lycopersicon esculentum* Mill) merupakan salah satu komoditas hortikultura terpenting terutama untuk negara-negara beriklim subtropis. Permintaan dunia akan Tomat terus meningkat dari tahun ke tahun, ini berarti bahwa daya serap pasar yang semakin tinggi membuat prospek agribisnis tomat akan semakin baik dan cerah. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pertanian yang semakin maju, membawa dampak positif bagi usahatani tanaman tomat, dimana tomat mendapat perhatian dan berkembang secara baik di daerah beriklim tropis. Walaupun tomat bukan merupakan tanaman asli Indonesia, tapi komoditas ini dapat dikategorikan sebagai salah satu sumber pendapatan dalam sektor pertanian dalam pola agribisnis dan agroindustri. Potensi pasar buah tomat juga dapat dilihat dari segi harga yang terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat sehingga membuka peluang yang lebih besar terhadap serapan pasar (Cahyono, 1998). Tanaman tomat dapat tumbuh baik di musim kemarau dengan pengairan yang cukup, jika kekurangan sinar matahari akan menyebabkan tanaman tomat mudah terserang penyakit, baik parasit maupun non parasit. Di Nusa Tenggara Timur (NTT) terkhususnya di kota maumere tepatnya di Kebun Praktek INPEKMA, komoditas tomat sudah di kenal dan banyak di usahakan oleh masyarakat tani, mengingat ketersediaan sumberdaya lahan yang cukup luas, iklim yang cocok, teknologi budidaya yang ada, serta sumber daya manusia yang cukup terampil dalam usahatani tomat. Oleh karena itu tujuan wawancara ini untuk melakukan "Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Di Kebun Praktek INPEKMA"

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lakukan oleh mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan, Universitas Nusa Nipa Indonesia, dengan metode wawancara, dan dokumentasi (Bare et al., 2021), (Bare et al., 2019), (Hiko et al., 2022) berkaitan kegiatan pemasaran usahatani tomat di Kebun Praktek INPEKMA. Kegiatan ini

dapat memberikan solusi terkait masalah pemasaran hasil usahatani tomat di Kebun Praktek INPEKMA. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

1. Tahap Mengidentifikasi Masalah

Tahap mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pekerja di Kebun Praktek INPEKMA terkait permasalahan pemasaran tomat.

2. Tahap kedua wawancara dan pengumpulan data

Tahap kedua adalah tahap wawancara langsung yang dilaksanakan di Kebun Praktek INPEKMA, pada tanggal 14 juni 2024. Pengumpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada reponden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kusioner) dan dokumentasi. Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (purposive) bahwa di Kebun Praktek INPEKMA merupakan salah satu tempat penghasil tomat di Kota Maumere. Responden dalam penelitian ini adalah pekerja di Kebun Praktek INPEKMA yang mengusahakan usahatani tomat, yakni responden yang diambil sebanyak 1 responden dari populasi pekerja sebesar 7 responden. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa jumlah tersebut telah mewakili petani yang mengusahakan tanaman tomat di Kebun Praktek INPEKMA di kota Maumere.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang di laksanakan di Kebun Praktek INPEKMA pada tanggal 14 juni 2024 dengan cara melakukan wawancara langsung kepada pekerja usahatani tomat terkait permasalahan pemasaran usahatani tomat, dimana kegiatan ini menganalisis pemasaran usahatani tomat di Kebun Praktek INPEKMA, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten SIKKA. Dengan memulai kegiatan usahatani tomat di butuhkan modal awal sebesar RP.15.000.000 dan setiap kali panen menghasilkan 5 ton dalam 3 bulan sekali.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kebun Praktek INPEKMA dengan mewawancarai secara langsung pekerja yang bernama Yoseph Amolius sebagai narasumber untuk memperoleh data. Data yang di peroleh sebagai berikut: Varietas tomat yang di tanam yaitu varietas servo F1, resiko atau kendala yang dihadapi pada pemasaran seperti resiko harga, persaingan, dan ketersediaan pasar, dan untuk menjaga kualitas tomat maka hal yang pertama yang di lakukan adalah mengemas tomat dan menyimpan di wadah atau tempat yang telah disiapkan. Dari musim ke musim saluran pemasaran memperoleh hasil pendapatan yang sedikit karena pengepul membeli hasil pertanian dengan harga yang lebih rendah.

Penjelasan tersebut terkait saluran pemasaran usahatani tomat pada pekerja di Kebun Praktek INPEKMA, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten SIKKA adalah sebagai berikut :

Saluran 1

petani	konsumen
--------	----------

Saluran pemasaran 1 petani menjual langsung ke konsumen dengan harga Rp. 8.000/kg. saluran pemasaran ini merupakan rantai pemasaran paling pendek

Saluran 2

petani	Pedagang pengepul	Pedagang pengecer	konsumen
--------	-------------------	-------------------	----------

Saluran pemasaran 2 petani menjual ke pedagang pengepul dengan harga Rp. 5.000/kg, kemudian pedagang pengepul menjual ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 8.000/kg, selanjutnya pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp. 10.000/kg.

Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin banyak biaya yang dikeluarkan dan mengakibatkan semakin mahalnya harga tomat yang diterima oleh konsumen dan saluran pemasaran harus sampai ke tangan konsumen dengan efektif dan efisien, dikarenakan konsumen menginginkan tomat dalam keadaan segar sehingga proses penyimpanan yang cukup lama dapat mengakibatkan kerugian.



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan mengenai analisis pemasaran usahatani tomat di Kebun Praktek INPEKMA adalah sebagai berikut :

1. Keadaan usahatani di Kebun Praktek INPEKMA sangat tergolong maju, di mana sudah memenuhi cara budidaya tomat yang baik. Petani sudah menanam tomat dengan perawatan yang cukup baik, memberikan pupuk dengan tepat serta melakukan tindakan pengendalian hama penyakit setiap waktu atau dari waktu ke waktu.
2. Pola pemasaran Tomat yang dilakukan oleh petani di Kebun praktek INPEKMA, Kecamatan Kota uneng, Kabupaten SIKKA ada 2 yaitu: a. petani menjual langsung kepada konsumen akhir, b. petani menjual hasil panen kepada pengepul, kemudian pedagang pengecer dan ke konsumen akhir.
3. Besaran pendapatan usahatani tomat yang diterima oleh pekerja di Kebun Praktek INPEKMA dalam setahun sebesar Rp. 100.000.000.

DAFTAR PUSTAKA

- Asriani, marcelita, marthen robinsonpelokila, and selfius PN nainiti. "ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN TOMAT(lycopersicon escelentum Mill) DI DESA TESBATAN, KECAMATAN AMARASI, KABUPATEN KUPANG." *Bulletin Ilmiah IMPAS* 22.3(2021):230-239
- Bare, Y., Hadi, S., Putra, J., & Bunga, Y. N. (2021). Implementasi Biology Club I di SMA Karitas Watuneso, Kecamatan Lio Timur, Kabupaten Ende. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(2), 321–328.
- Fadli, Saddam. " Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usahatani Tomat Di Kelurahan Boyaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu". *Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 21.1 (2014)
- Hiko, M. F., Bare, Y., Bunga, Y. N., & Putra, S. H. J. (2022). Improving Students' Interest in Reading at SDN Gembira Sikka Regency through the Reading Corner. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 489–494. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1318>
- Sucita, Reski, Dance Tangkesalu, and Arifuddin Lamusa. " Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Di Desa Nupabomba Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala". *AGROTEKBIS JURNAL ILMU PERTANIAN (e-journal)* 5.2 (2017):260-268.
- Yohanes Bare, Sukarman Hadi Jaya Putra, Yohanes Nong Bunga, Oktavius Yoseph Tuta Mago, Yohanes Boli Tematan, Mansur S, P. Y. S. R. (2019). IMPLEMENTATION BIOLOGY CLUB II: SMA NEGERI 1 TALIBURA. *JPM Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(5), 739–746.