

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dan banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian (Mubyarto, 1994 : 12).

Pembangunan pertanian yang berhasil dapat diartikan jika terjadi pertumbuhan sektor ekonomi yang tinggi dan sekaligus terjadi perubahan masyarakat dan taraf hidup yang kurang baik menjadi lebih baik. Hal ini terlihat dari peranan sektor pertanian terhadap penyediaan pangan, penyumbang devisa negara melalui ekspor dan lain sebagainya (Soekartawi, 1995 : 24).

Kegiatan agribisnis dimulai dari perencanaan usaha, penyediaan sarana dan prasarana, budidaya tanaman, penanganan hasil produksi sampai distribusi produk. Oleh karena itu diperlukan suatu manajemen (pengelolaan) yang dapat mengelola faktor alam, modal, tenaga kerja dan teknologi dengan faktor sarana prasarana agar dapat saling menunjang (Rahardi, 1997 : 24).

Salah satu tujuan utama pembangunan pertanian tanaman pangan adalah swasembada pangan. Kebijakan swasembada pangan diperluas, tidak hanya bertumpu pada komoditas beras saja tetapi juga pada komoditas lain yang mengandung karbohidrat, protein, mineral dan vitamin seperti buah-buahan, sayur-sayuran dan bunga-bunga, seperti halnya komoditas tomat (Soekartawi, 1995 : 33).

Buah tomat sebagai salah satu komoditas sayuran mempunyai prospek pemasaran yang cerah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya buah tomat yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat diantaranya adalah sebagai sumber vitamin. Buah tomat sangat baik untuk mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit, seperti sariawan karena mengandung vitamin C. Selain sebagai buah segar yang langsung dapat konsumsi, buah tomat juga dapat digunakan sebagai bahan penyedap berbagai

macam masakan seperti sop, gado-gado, sambal, dan juga dapat dijadikan bahan industri untuk dikonsumsi dalam bentuk olahan, misalnya untuk minuman sari buah tomat, es juice tomat, dan konsentrat. Berbagai macam kegunaan tersebut dapat memberikan keuntungan, baik bagi konsumen, produsen, maupun masyarakat pada umumnya.

Kelompok tani merupakan lembaga yang menyatukan para petani secara horizontal, dan dapat dibentuk beberapa unit dalam satu desa. Kelompok tani juga dapat dibentuk berdasarkan komoditas, areal pertanian, dan gender. Pengembangan kelompok tani dilatarbelakangi oleh kenyataan kelemahan petani dalam mengakses berbagai kelembagaan layanan usaha, misalnya lemah terhadap lembaga keuangan, terhadap lembaga pemasaran, terhadap lembaga penyedia sarana produksi pertanian serta terhadap sumber informasi Saptana, Saktyanu, Sri Wahyuni, Ening dan Valeriana Darwis, (2004:30). Sedangkan menurut di Suradisastra, Kelompok tani merupakan lembaga yang menyatukan para petani secara horizontal dan vertikal.

Salah satu desa yang ada di Kabupaten Bone Bolango yang memproduksi buah tomat yaitu di desa Butu Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango. Hal ini dapat ditunjukkan dari luas lahan, data produksi dan produktivitas tomat yang ada di desa Butu Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango yaitu pada tahun 2011 luas panen sebesar 3 Ha, dengan produksi 15 ton, produktivitas 5 ton/ha, harga Rp.5000/kg, sedangkan pada tahun 2012 luas panen 1 Ha, produksi 5 ton, produktivitas 5 ton/Ha, dan harga Rp. 4000/ kg. Pada tahun 2013 luas panen 2 Ha, produksi 10 ton, produktivitas 5 ton/Ha dengan harga Rp. 5000/Kg.

Menurut Sjarkowi dan Sufri (2004 : 10), Agribisnis adalah setiap usaha yang berkaitan dengan kegiatan produksi pertanian, yang meliputi pengusahaan input pertanian dan atau pengusahaan produksi itu sendiri ataupun juga pengusahaan pengelolaan hasil pertanian.

Agribisnis, dengan perkataan lain, adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi

memperoleh keuntungan dengan mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pasca panen, proses pengolahan, hingga tahap pemasaran.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran tomat yang ada di Desa Butu.
2. Bagaimana strategi bauran pemasaran tomat di Desa Butu.

C. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pemasaran tomat yang ada di Desa Butu.
2. Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran tomat yang ada di Desa Butu

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebagai acuan kepada para petani dalam mengembangkan usahatani tomat, agar bisa meningkatkan daya jual tomat.
2. Sebagai bahan informasi dalam mengembangkan kebijakan kepada dinas instansi terkait dalam usaha meningkatkan pemasaran tomat.
3. Untuk menambah wawasan penulis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam pemasaran tomat.