

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Hortikultura merupakan sumberdaya nabati di Indonesia dan kontribusi sub sektor dalam sektor pertanian termasuk komoditas tomat yang kaya akan keanekaragamannya. Selain itu tomat merupakan subsektor pertanian yang sangat berpotensi secara agroklimat (lahan pertanian/Iklim) untuk dibudidayakan di Indonesia. Hortikultura terdiri dari buah-buahan, sayuran, biofarmaka, tanaman hias produk tersebut selain memberikan gizi juga berperan sebagai memperluas kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan petani serta memenuhi segi keindahan dan kelestarian lingkungan. (Sunu pratignja dan Wartoyo, 2006) *dalam* Haira 2013

Strategi pemasaran produk hortikultura akan berpengaruh terhadap kualitas. Karena harus ada Salah satunya produk tomat yang termasuk dalam Komoditas tomat dilihat dari cara yang digunakan petani di Desa Pasir Datar Indah dalam mengenai pembenihan masih belum menggunakan benih yang tersertifikasi sehingga dapat mempengaruhi terhadap harga jual, selain itu pedagang menyalurkan atau mendistribusikan komoditas tomat ke tengkulak untuk menyalurkan produknya. Harga tomat cenderung fluktuatif namun petani yang ada di Desa Pasir Datar Indah tidak mengurangi produksinya. Sehingga mereka tetap Semangat melakukan produksi tomat ini. Ketika petani Desa Pasir Datar Indah tidak bisa memenuhi permintaan pasar pemerintah mengambil tomat di daerah lain atau melakukan ekspor. Adapun tujuan pemasaran tomat di Pasir Datar Indah di pasarkan kepasar tradisional sehingga banyak yang menjadi pesaing dari petani yang ada di Desa Pasir Datar Indah,

Jika manajemen produksinya tepat, maka kualitas hasilnya akan terjaga dan harga komoditas tetap mengikuti harga pasar. Sedangkan kualitas menurun maka harga komoditas akan lebih rendah dari harga pasar. Sehingga strategi pemasaran menjadi suatu yang penting untuk pengoptimalkan pendapatan panen, dimana masalah tersebut sering munculnya ketidaktepatan dalam menangani pemasaran yang mengakibatkan kehilangan hasil panen dan kerusakan pada komoditas. Banyaknya pesaing produksi tomat dari daerah lain kepasar yang tujuannya sama ke

pasar tradisional sehingga membuat petani yang ada di Desa Pasir Datar harus mampu menjaga kualitas komoditas tomat yang dapat menjamin kualitas, proses, harga tomat di pasaran, serta saluran distribusi yang diterapkan agar di Desa Pasir Datar dapat bersaing dengan pesaing pasar melalui strategi pemasaran. Oleh sebab itu maka perlu kiranya dilakukan penelitian terkait :” Strategi Pemasaran Tomat ( *Solanum Lycopersicum* ) Hibrida Desa Pasir Datar Indah Kecamatan Caringin”.

Tabel 1. Berikut Dibawah ini adalah Hasil Produksi Tomat Terbesar Dilima Kecamatan Kabupaten Sukabumi

No	Kecamatan	Produksi (Ton) 2016-2017
1.	Gegerbitung	68.515
2.	Sukabumi	14.450
3.	Kalapanunggal	14.750
4.	Kabandungan	12.410
5.	Caringin	3.491
	Jumlah	113.616

*Sumber: Sukabumi dalam angka 2018*

Berdasarkan Data Tabel Diatas maka jumlah produksi tomat yang ada di Desa Pasir Datar kecamatan Caringin memiliki 3.491 (ton) pertahun. Sehingga saat dibandingkan dengan hasil produksi Kecamatan yang lain tomat yang ada di Pasir Datar Indah dari segi produksi bisa dikatakan kecil sedangkan diKecamatan lain produksi lebih besar karena sebenarnya jumlah produksi tomat yang ada di Pasir Datar Indah berada pada kondisi yang kurang. Dari sekian banyak Kecamatan yang tertera di atas maka kecamatan Sukabumi pada tahun 2016 menghasilkan produksi tomat mencapai 197.487 dan pada tahun 2017 menghasilkan 171.846 pertahun.

Adapun permasalahan yang terjadi dalam strategi pemasaran tomat adalah banyaknya petani yang tidak mampu mengalahkan pesaing sehingga sering mengalami kerugian karena harga yang ditawarkan terlalu kecil, produk yang dijual tidak sesuai dengan keinginan konsumen, tidak adanya promosi serta tempat yang digunakan biasanya menggunakan lahan sewa. sehingga ini perlu di kaji lebih dalam lagi apakah petani yang ada di pasir datar memiliki strategi untuk menjalankan usahatani tomatnya. Hal ini yang membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai “Strategi Pemasaran Tomat Desa Pasir Datar Indah’kecamtan caringin’

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang diambil pada penelitian tersebut ini adalah bagaimana Strategi Pemasaran Tomat ( *Solanum Lycopersicum*) Hibrida Desa Pasir Datar Indah Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan permasalahan diatas bertujuan penelitian ini yang akan di bahas adalah Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Tomat ( *Solanum Lycopersicum* ) Hibrida Desa Pasir Datar Indah Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi

## **1.4 Kegunaan penelitian**

### **1.4.1 Aspek Guna Teoritis**

- a. Untuk mengembangkan hasil komoditas tomat dan penerapan strategi pemasaran tomat
- b. Sebagai salah satu bahan rujukan untuk penelitian yang berkaitan.

### **1.4.2 Aspek Guna praktis**

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan wawasan mengenai penerapan strategi pemasaran tomat yang mempengaruhi 4P produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*)
- b) Dapat mendapatkan koleksi bagi perpustakaan sehingga dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian yang sejenis
- c) Bagi petani sebagai motivasi untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi tomat serta pertimbangan dan memproduksi serta memasarkan tomat.

