

BAB V PENUTUP

3.4 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tomat merupakan saluran dua tingkat yaitu dari petani produsen ke pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer sampai produksi tomat tersebut sampai ke tangan konsumen.
2. Margin tertinggi terdapat pada saluran II yaitu Rp 15.000 per Kg. Saluran pemasaran ke II merupakan saluran pemasaran yang paling banyak melibatkan lembaga pemasaran.
3. Usahatani tomat di Kecamatan Tasifeto Timur Kabupaten Belu memiliki keuntungan privat sebesar Rp 1.549.240.000 dan keuntungan sosial sebesar Rp 772.260.000
4. Hasil analisis *Farmer share* tomat di Kecamatan Tasifeto Timur Kabupaten Belu menunjukkan bahwa *Farmer share* yang diterima petani yang tertinggi terdapat pada saluran ketiga yaitu 100% dengan harga di tingkat konsumen akhir Rp 5.000. Terendah terdapat pada saluran kedua yaitu 25% dengan harga ditingkat konsumen akhir Rp 20.000
5. Nilai efisiensi Pemasaran tomat pada saluran pemasaran I yaitu 0,008% artinya persentase biaya dengan nilai produk adalah 0,008%. Sedangkan nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran II yaitu 10% artinya persentase total biaya pemasaran tomat dengan nilai produk yang dihasilkan sebesar 10%. Kedua saluran pemasaran tomat di Kecamatan Tasifeto Timur Kabupaten Belu dinyatakan efisien.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Pada saluran pemasaran, petani perlu mencari informasi harga di tingkat konsumen agar posisi petani dalam tawar-menawar lebih kuat. Diharapkan setiap lembaga pemasaran melakukan pola kerjasama yang baik.
2. Perlu dilakukan pembinaan yang terus menerus kepada petani mengenai pemasaran tomat agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas buah tomat. Dengan adanya pembinaan secara terus menerus petani juga bias memilih saluran pemasaran yang paling tepat, sehingga memperoleh hasil yang maksimal.
3. Tomat di Kecamatan Tasifeto Timur Kabupaten Belu penting untuk dikembangkan dalam rangka meningkatkan efisien pengguna input produksi

serta meningkatkan output hasil usahatani tomat pada masing – masing usahatani tomat guna untuk meningkatkan keuntungan privat dan keuntungan sosial serta keunggulan komperatif dan keunggulan kompetitif.

4. Pemerintah khususnya dinas pertanian diharapkan dapat memberikan modal kepada para petani tomat berupa benih unggul, pupuk, pestisida, serta memberikan perhatian kepada para petani melalui penyuluhan mengenai usahatani tomat dan pendampingan serta berkelanjutan tentang usahatani yang baik

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad dan Eko, 2017. Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit (Studi Kasus Di Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar). *Jurnal Viabel Pertanian*. Vo. 11. No. 1 2017. Universitas Islam Blitar.
- Andi, sridianto. 2016. Analisis pemasaran petani tomat di desa kanreapia Kecamatan tombolo pao Kabupaten Gowa. [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam negeri (UIN) Alauddin makassar.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2019. Produksi Tomat Menurut Provinsi. Nusa Tenggara Timur : Badan Pusat Statistik Direktorat Hortikultura.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2019. Produksi Tomat Menurut Kabupaten. Kabupaten Belu: Badan Pusat Statistik Direktorat Hortikultura.
- Bespati, A.B., et al. (2020). Analisis Saluran Pemasaran Komoditas Padi (Studi Kasus di Desa Selasari Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroindo Galuh*. 7(1): 97 – 111.
- Elisa dan Handayani. 2016. Analisis pemasaran usahatani tomat kelurahan Boyage kecamatan tatanga kota palu. Universitas Tadulako.
- Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, dan Isu – isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Hasyim, Ali Ibrahim. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung
- Hidayah Nusnusi. 2018. Analisis Daya Saing Komoditas Kakao dan Kopi Di Provinsi Sulawesi Selatan. Skripsi. Universitas Hassanuddin. Makasar.
- Irfanda, A Dan Yuliawati. 2019. Analisis Daya Saing Kopi Di Desa Tleter Kecamatan Kaloran Kabupaten Temanggung. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 13(2) : 264 – 278.
- Iswahyudi dan Sustiyana. (2019). Pola Saluran Pemasaran dan *Farmer's Share* Jambu Air CV Camplong. *Jurnal Hexagro*. 3 (2) : 33 – 38.
- Jumiati, E, et. Al 2013. *Analisis Saluran Pemasaran Dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Borneo.
- Kai, Y., et al. (2016). Analisis Distribusi dan Margin Pemasaran Usaha tani Kacang Tanah di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*. 1 (1): 70 – 78.
- Karlina, P., Nurmala, R dan Burhanuddin. 2018. Analisis Efisiensi dan Faktor yang mempengaruhi pemilihan Saluran Pemasaran. *J. Ilmiah Manajemen*. 7(1) : 109-135.
- Karlinda F. 2012. Analisis Daya Saing dan Faktor – faktor yang memengaruhi Permintaan Espor Mutiara Indonesia.
- Lane, keller, 2014. Analisis Margin Pemasaran Para Ahli Pemasaran. Jakarta: Press.
- Melani. 2017. Efisiensi Pemasaran Kentang. [Skripsi]. Departemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor, Bogor. [Indonesia].
- Multinigrum. 2013. *Analisis Daya Saing Usahatani Kopi Robusta (Coffee Canephora) di Kabupaten Rejang Lebong*. Tesis Bengkulu; Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu.

- Nuryati Aisyah. 2015. Analisis Daya Saing dan kebijakan Pemerintah Terhadap Usahatanipadi, Jagung, Dan Kedelai Provinsi Jawa Tengah. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang. <http://lib.unnes.ac.id/id/edprint/22944>.
- Nyoto, 2016. Analisis pendapatan dan pemasaran usahatani tomat di desa Babulu kabupaten penajam paser utara. Universitas Mulawarman.
- Pratama MS. 2017. Efisiensi Pemasaran Wortel. [Skripsi]. Institut Pertanian Bogor, Bogor. [Indonesia]
- Rafian Novaldy dan Rekha Nova iyos. 2016.
- Rahayu, nigsih octaviani. 2015. Analisis pemasaran wortel di kelurahan blumbang kecamatan tawangmangu kabupaten karanganyar. Universitas pembangunan surakarta. Kerawang. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Rahim, Abd. 2016. *Landasan Teori Ekonomi dengan Model Fungsi Persamaan (Telaah Kasus Penelitian)*. Carabaca: Makasar.
- Riyadh, M.I. (2018). Analisis Saluran Pemasaran Lima Pangan Pokok dan Penting di Lima Kabupaten Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*. 9 (2): 161 – 171.
- Rizky. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok Di Kabupaten Seruyan*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Darwan Ali
- Sucita, *et.al*. 2017. *Analisis Pemasaran usahatani Tomat di Desa Nupabomba Kecamatan Tanatonvea Kabupaten Donggala*. E-J. Agrotekbis 5 (2) 260-268, April 2017.
- Sumardi. 2015. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Farming Semarang.
- Suminartika, E., dan In, D. (2017). Efisiensi Pemasaran Beras di Kabupaten Ciamis dan Jawa Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 3 (1): 13 – 28.
- Wibowo, Imam Mukti. 2013. Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Usahatani Padi Semiorganik Di Desa Ciburuy, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor. *skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian. Bogor.
- Wuryantoro dan Chandra, A. (2021). Analisis Marjin Pemasaran Agroindustri Beras di Kota Mataram. *Jurnal Agrimans ion*. 22 (1) : 39 – 48.