

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara agraris yang mempunyai keanekaragaman hayati serta kaya akan hasil pertanian. Karena letak geografis Indonesia yang berada di daerah tropis terdapatlah banyak jenis dan varietas tanaman seperti tanaman pangan, hortikultural, perkebunan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai usaha agribisnis.

Hortikultural termasuk salah satu sektor pertanian yang mempunyai berbagai macam ragam komoditas dan termasuk sektor yang dibutuhkan masyarakat. Mangga (*Mangifera indica L*) merupakan salah satu buah yang sangat penting di bagian dunia dan telah dibudidayakan lebih dari 100 negara terutama di Asia, karena mangga memiliki rasa yang enak, warna yang menarik, aroma yang eksotik, kaya akan nutrisi, sebagai sumber karoten yang tinggi serta mengandung asam askorbat dan senyawa fenolik, dan juga dikenal sebagai *king of the fruit* di Asia Timur (pott et al 2003).

Dari 4 macam produksi buah-buahan di Kabupaten Pasuruan pada tahun 2013 meliputi mangga, srikaya, durian dan salak. Tetapi mangga merupakan produk unggulan karena jumlah produksi mangga lebih banyak dibandingkan dengan produksi buah yang lainnya, yang mana jumlah produksi mangga sebanyak 1,822,372 kw, srikaya sebanyak 2,406 kw, durian sebanyak 846,696 kw, salak sebanyak 22,977 kw, jadi dapat dilihat bahwa mangga lebih unggul dari pada buah yang lainnya. Penyebaran mangga ada di setiap Kecamatan yang ada di Kabupaten Pasuruan sedangkan buah-buahan yang lainnya hanya di beberapa Kecamatan tidak menyeluruh (Diperta Kab Pasuruan 2013).

Pemerintah Kabupaten Pasuruan mengembangkan mangga gadung 21 dengan sebutan mangga gadung *klonal 21* melalui program pembangunan petani rakyat terpadu dengan luas 3.925 ha dengan jumlah tanaman sebanyak 337.375 pohon, pengembangan yang dilakukan tersebar di tiga Kecamatan yaitu di Kecamatan Rembang seluas 2.159 ha sebanyak 215.853 pohon, Kecamatan Sukorejo seluas 981 ha sebanyak 98.115 pohon, dan Kecamatan Wonorejo seluas 785 ha sebanyak 78.492 pohon. Pengembangan mangga gadung 21 ini menggunakan benih Arumanis 143 karena dianggap sinonim oleh pakar mangga (Diperta Kab Pasuruan 2013).

Mangga Klonal 21 (Mangga Alpukat) yang ada di Desa Oro-Oro Ombo Kulon Rembang Pasuruan merupakan icon atau prodak unggulan pasuruan yang telah memiliki brand mangga yang berasal dari pasuruan. Karena mangga Klonal 21 ini merupakan mangga asli hasil budidaya petani dan Dinas Petanian Tanaman Pangan yang diproduksi oleh Kelompok Tani Kertosari dan Kelompok Tani Sidodadi. Mangga Klonal 21 juga sudah memperoleh Sertifikat Prima III yaitu aman pangan, sehingga setiap buahnya dapat diberi label berupa stiker dan bisa dijual ke pasar internasional. Disebut mangga alpukat karena dapat dimakan dengan cara diputar dan disendok seperti halnya memakan buah alpukat.

Dari ketiga kecamatan tersebut yang menjadi tempat pengembangan mangga secara insentif sehingga produktivitasnya tinggi yaitu di Desa Oro-Oro Ombo, di Desa ini dibentuklah suatu kelembagaan yang merupakan pengembangan pertanian dan memiliki peranan penting dalam mengembangkan usaha agribisnis yang lebih ekonomis dan efisien. Kelembagaan yang dibentuk di Desa Oro-Oro Ombo Kulon Kecamatan Rembang pada tahun 2007 yaitu Gapoktan Tani Makmur Sejati. Gapoktan

makmur sejati menjadi salah satu tempat yang dilakukan sebagai latar belakang penelitian, yakni efisiensi pemasaran mangga.

Dari pertimbangan yang telah ada, maka peneliti perlu melakukan penelitian tentang efisiensi pemasaran mangga di Gapoktan Tani Makmur Sejati Desa Oro-Oro Ombo Kulon Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan, tepatnya di Gapoktan Tani Makmur Sejati. Dalam menghadapi hal seperti ini diperlukan strategi pemasaran agar petani dapat memperluas pemasaran dengan cara mengefektifkan pemasaran yang lebih efisien serta memperlancar arus barang mulai dari petani produsen hingga ke konsumen akhir, jadi efisiensi pemasaran ini dapat meningkatkan harga buah mangga dan dapat meningkatkan keuntungan petani mangga.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran pada mangga di Gapoktan Tani Makmur Sejati Desa Oro-Oro Ombo Kulon Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran mangga di Gapoktan Tani Makmur Sejati Desa Oro-Oro Ombo Kulon Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan melalui pendekatan margin pemasaran, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya?

1.3 Tujuan Masalah

1. Mengetahui saluran pemasaran mangga di Gapoktan Tani Makmur Sejati Desa Oro-Oro Ombo Kulon Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan.
2. Mengetahui efisiensi pemasaran mangga di Gapoktan Tani Makmur Sejati Desa Oro-Oro Ombo Kulon Kecamatan Rembang Kabupaten

Pasuruan melalui pendekatan margin pemasaran, share's share dan rasio keuntungan terhadap biaya.

1.4 Manfaat

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan informasi bagi lembaga-lembaga yang terkait.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau pembandingan bagi peneliti selanjutnya.