

## ABSTRAK

Tomat merupakan tumbuhan siklus hidup singkat, dapat tumbuh setinggi 1 sampai 3 meter. Tumbuhan ini memiliki buah berwarna hijau, kuning dan merah yang bias di pakai sebagai sayur dalam masakan atau di makan secara langsung tanpa di proses. Tomat memiliki batang dan daun yang tidak dapat di konsumsi karena masih sekeluarga dengan kentang dan terung yang mengandung Alkaloid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran tomat di Kabupaten Lombok Timur dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran tomat terhadap pendapatan petani di Kabupaten Lombok Timur. Untuk itu, kita bisa tahu berapa jumlah saluran pemasaran di Kabupaten Lombok Timur dan apakah saluran pemasaran itu efisien.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik yang digunakan yaitu teknik survey dan wawancara. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lombok Timur dengan mengambil tiga Kecamatan sebagai lokasi sampel secara purposive sampling yaitu Kecamatan Suralaga, Kecamatan Aikmel dan Kecamatan Wanasaba dengan pertimbangan kecamatan tersebut memiliki luas panen terluas dan produksi tertinggi. Penentuan jumlah responden di lakukan secara Quota Sampling, yaitu ditetapkan sebanyak 30 orang petani sebagai responden. Sedangkan penentuan pedagang responden dilakukan dengan metode Snow Ball. Analisis data menggunakan analisis saluran pemasaran dan analisis efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran dalam penelitian ini yaitu, saluran pemasaran I meliputi : petani – pedagang pengcer – konsumen. Dan pemasaran II meliputi : petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp 3000 dan saluran pemasaran II sebesar Rp 5000. Dengan efisiensi pada saluran I sebesar 12,57 dan saluran pemasaran II sebesar 44,31. Sedangkan farmer's share 80% untuk saluran I dan 66,67% untuk saluran II, Sehingga setiap saluran pemasaran efisien.

**Kata Kunci :** Tomat, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.