

**ANALISIS PEMASARAN SEMANGKA (*Citrullus lanatus*) KABUPATEN
KLATEN, JAWA TENGAH.**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH

GILBERT MATTHEW HUTAGAOL

19/21128/EP

**FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN STIPER
YOGYAKARTA**

2023

**ANALISIS PEMASARAN SEMANGKA (*Citrullus lanatus*) KABUPATEN
KLATEN, JAWA TENGAH.**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

GILBERT MATTHEW HUTAGAOL

19/21128/EP

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

INSTITUT PERTANIAN STIPER

YOGYAKARTA

2023

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**ANALISIS PEMASARAN SEMANGKA (*Citrullus lanatus*) KABUPATEN
KLATEN, JAWA TENGAN**

Disusun Oleh

GILBERT MATTHEW HUTAGAOL

19/21128/EP

Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis,
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta
pada tanggal 1 September 2023

Dosen Pembimbing : Ir. Listiyani. MP.

Dosen Penguji : Fitri Kurniawati, SP. MP



Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



(Ir. Samsuri Tarmadja, MP.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi ataupun bersifat plagiatisme. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak atau orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 14 September 2023

Yang menyatakan,

(Gilbert Matthew Hutagaol)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkah, rahmat, dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Pemasaran Semangka (*Citrulus Lanatus*) Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Penyusunan skripsi ini sebagai persyaratan mendapatkan gelar S1 yang diselenggarakan oleh Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan ketulusan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Harsawardana, M.Eng selaku Rektor Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Samsuri Tarmadja, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
3. Ibu Siwi Istiana Dinarti, S.P., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta dan
4. Ibu Ir. Listiyani. MP. selaku Dosen Pembimbing 1 Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
5. Ibu Fitri Kurniawati, SP. MP. selaku Dosen Pembimbing 2 Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan Do'a, semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi .
7. Teman-teman yang selalu mendukung dan membantu dalam pembuatan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, agar skripsi ini dapat berguna bagi siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 14 September 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
INTISARI	ix
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Buah Semangka (Citrullus Lanatus)	9
2. Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori.....	13
1. Pemasaran	13
2. Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran	14
3. Biaya Pemasaran	15
4. Margin Pemasaran.....	16
5. Efisiensi Pemasaran	17
C. Kerangka Pemikiran.....	18
III. METOLOGI PENELITIAN	19
A. Metode Dasar Penelitian	19

B. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	19
C. Metode Penentuan Sampel.....	19
D. Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data	20
E. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel.....	20
F. Analisis Data	21
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	23
A. Keadaan Geografis	23
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	25
A. Karakteristik Petani Semangka	25
B. Karakteristik Lembaga Pemasaran/Pedagang.....	27
C. Konsumen	30
D. Saluran Pemasaran Semangka.....	30
E. Biaya dan Margin Pemasaran.....	34
F. Efisiensi Pemasaran.....	37
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	39
Daftar Pustaka.....	40
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produksi Buah Semangka (/ton) di Indonesia tahun 2020-2022.....	3
Tabel 1. 2 Luas lahan dan Produksi Buah-buahan Semusin Menurut Jenis Tanaman di Kabupaten Klaten Tahun 2019-2022.	4
Tabel 1. 3 Produktivitas Semangka di Kabupaten Klaten Tahun 2019-2022	4
Tabel 1. 4 Rata-rata Konsumsi Perkapita Semangka Seminggu Kabupaten/Kota (kilogram).....	5
Tabel 5. 1 Umur Petani Semangka	25
Tabel 5. 2 Pendidikan Petani Semangka	26
Tabel 5. 3 Pengalaman Petani Semangka.....	26
Tabel 5. 4 Luas Lahan Petani Semangka.....	27
Tabel 5. 5 Umur Pedagang Semangka	28
Tabel 5. 6 Pendidikan Pedagang Semangka.....	29
Tabel 5. 7 Pengalaman Pedagang Semangka	30
Tabel 5. 8 Jumlah Petani Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran Di Kabupaten Klaten	33
Tabel 5.9. Jumlah Biaya dan Margin Pemasaran Saluran I.....	34
Tabel 5. 10 Jumlah Biaya dan Margin Pemasaran Saluran II	35
Tabel 5. 11 Jumlah Biaya dan Margin Pemasaran Saluran III	36
Tabel 5. 12 Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 5. 1 Pola Saluran Pemasaran	31
Gambar 5. 2 Saluran pemasaran I	31
Gambar 5. 3 Saluran Pemasaran II.....	32
Gambar 5. 4 Saluran Pemasaran III	33

**ANALISIS PEMASARAN SEMANGKA (*Citrullus lanatus*) KABUPATEN
KLATEN, JAWA TENGAH**

DISUSUN OLEH

GILBERT MATTHEW HUTAGAOL
19/21128/EP

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, serta efisiensi pemasaran buah semangka di Kabupaten Klaten. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Deskriptif. Metode penentuan lokasi menggunakan *purposive*, dengan penentuan sampel menggunakan *Snowball Sampling* yaitu penentuan data yang mula-mula kecil kemudian menjadi besar dengan mengikuti alur pemasaran mulai dari petani hingga konsumen akhir terdapat 30 orang petani (responden) dan 9 orang pedagang (responden). Analisa data yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif, data yang dikumpulkan dianalisis untuk mengetahui saluran pemasaran, margin dan efisiensi pemasaran yang di peroleh setiap lembaga pemasaran. Hasil penelitian terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran buah semangka yaitu saluran pemasaran I petani – konsumen, saluran pemasaran II petani – pedagang pengecer – konsumen dan saluran pemasaran III petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. Berdasarkan total margin pemasaran terbesar adalah saluran pemasaran III dengan margin sebesar Rp. 4500 dengan efisiensi pemasaran 8,9%. Saluran pemasaran I menjadi saluran pemasaran yang paling efisien karena tidak melibatkan lembaga pemasaran.

Kata Kunci: Saluran, Margin, Efisiensi Pemasaran

Yogyakarta, 15 September 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1



(Ir. Listiyani. MP.)

Dosen Pembimbing 2



(Fitri Kurniawati, SP. MP.)