

Daftar Pustaka

- Abdullah Thamrin dan Tantri Francis. 2019. Manajemen Pemasaran. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Anindita, Ratya. 2003. Dasar-Dasar Pemasaran Hasil Pertanian. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Anindita. R dan N. Baladina. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Andi Publisher (Andi Offset) : Surabaya. 316..
- Apriyantono, Anton. 2005. Produk Pertanian Hadapi Distorsi Tata Niaga. Available online with up dates at [http : www.agroindonesia.com](http://www.agroindonesia.com). (Verified 18 Oktober 2009).
- Ashari, A.2018. Potensi Ekonomi Perkebunan Jeruk Siam Nagari Pandam Gadang Kecamatan Gunuang Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Buana*. 2(3): 783-793
- Asista, E., Mulyasari, G., & Sumantri, B. (2022). Marketing Analysis Of Watermelon (*Citrullus Vulgaris*) In Pesisir Barat District Of Lampung Province. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu dan Teknologi Pertanian*, 9(1), 69-84.
- Auria, R. S., Puspitaningrum, D. A., & Widayanto, B. (2022). Potensi Subsektor Tanaman Pangan Komoditas Padi di Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Agrifitia*. Vol, 2(01).
- Daniel, Andri. 2020. Intensif Bertanam Semangka Tanpa Biji Manisnya Laba Semanis Rasa Buahnya. Pustaka Baru Press, Yogyakarta, Indonesia.
- Donni Junni Priansa. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Aldabeta.
- Efrizal, Y., Nurung, M., & Mulyasari, G. (2011). Analisis Pendapatan, Efisiensi dan Pemasaran Semangka (*Citrullus Vulgaris*) di Kampung Tempuran Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 273-286.
- Fandari. A. F. 2015. “Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Day Old Duck (DOD) Pada Beberapa Lembaga Pemasaran di Kabupaten Sidrap”. Fakultas Peternakan. Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Isdiantoni, I., Wahdah, R., & Prasetyo, H. (2020). Usahatani DAN Pemasaran Semangka (Studi Kasus Pada Budidaya Semangka Biji Di Lahan Tegal). *Jurnal Pertanian Cemara*, 17(1), 30-48.
- Kotler P, Armstrong G. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Penerbit Erlangga.
- Kotler P, Keller KL. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Penerbit Erlangga.

- Kotler Philip & Keller Kevin Lane (2016) Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ke 13 Jakarta, Erlangga
- Kotler, P. (2010). Marketing. Jilid 2; Jakarta: Erlangga.
- Mariyono, J., Waskito, J., Kuntariningsih, A., Gunistiyo, & Sumarno. (2019). Distribution Channels of Vegetable Industry in Indonesia: Impact on Business Performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJPPM-11-2018-0382>
- Mubiyarto, 2002, Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi ke 3. PT. Pustaka LP3ES.
- Mulyadi. 2014. Akuntansi Biaya. Edisi Ke-5. Cetakan Keduabelas. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Nawawi, Hadari. 2012. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nurhayati, R., Husaini, M., & Rosni, M. (2020). Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras di Desa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru. *Frontier Agribisnis*, 4(3).
- Oberton, O., & Kassa, S. (2020). Analisa Pemasaran Semangka di Desa Kotaraya Kecamatan Mepanga Kabupaten Parigi Moutong. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 8(3), 562-572.
- Oktavia ND. 2015. "Penggunaan Pestisida dan Kandungan Residu pada Tanah dan Buah Semangka (*Citrullus Vulgaris*) Studi di Kelompok Tani Subur Jaya Desa Mojosari Kecamatan Puger Kabupaten Jember". Skripsi. Fakultas Kesehatan Masyarakat. Bagian Kesehatan Lingkungan dan Kesehatan Keselamatan Kerja. Universitas Jember. Jember.
- Prihatman, K. 2000. Semangka (*Citrullus Vulgaris*). BAPPENAS, Jakarta.
- Putri. R. K., R. Nurmalina dan Burhanuddin. 2018. Analisis Efisiensi Dan Faktor Yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 8 (1) : 109-135.
- Rukmana, R. 1994. Budidaya Semangka Hibrida. Kanisius, Yogyakarta
- Setiaji, J., & Suroto, K. S. (2022). Segmentasi Pasar Buah Jeruk Keprok Lokal (*Citrus Nobilis L*) Di Kota Malang. *Buana Sains*, 22(3), 127-136.
- Sitorus, A. K. (2019). Pengaruh Penambahan Fruktosa dan Waktu Fermentasi dengan Tauge Sebagai Sumber Nitrogen Terhadap Kualitas Nata de citrullus dari Buah Semangka (*Citrullus lanatus*) (Doctoral dissertation, Institut Kesehatan Helvetia).

- Sudana, I. W. 2019. ANALISIS Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 11 (2) : 637-648.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhamadiyah Malang. : Malang. 259 halaman.
- Sudjana. 1997. *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga II*. Tarsito:Bandung.
- Sunarjo, H. 2008. *Berkebun 21 Jenis Tanaman Buah*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Tajidan, T. (2022). *Buku Ajar Pemasaran Pertanian dan Rantai Nilai Agribisnis*.
- Umar, U., Syahrir, S., & Alyah, R. (2023, February). Pendekatan Non-invasif Untuk Memantau Kadar Glukosa Darah Dengan Jaringan Syaraf Tiruan (JST) menggunakan Gray Level Co-Occurrence Matrix (GLCM) Pada Citra Digital. In *Seminar Nasional Teknik Elektro dan Informatika (SNTEI)* (Vol. 8, No. 1, pp. 61-67).
- Yusnia, Y., Muis, A., & Sulaeman, S. (2017). Analisis Pemasaran Semangka Di Desa Maranata Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(2), 269-277.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PEMASARAN SEMANGKA KABUPATEN KLATEN

JAWA TENGAH

A. Identitas Responden (Produsen/Petani)

Nama :

Usia :

Alamat : RT RW Desa

: Kec Kab. Klaten, Jawa
Tengah

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

- a. Tidak Pernah sekolah
- b. SD
- c. SMP
- d. SMA
- e. D1-D2-S1

Jenis Pekerjaan Bapak/Ibu?

Pekerjaan Pokok :

Pekerjaan Sampingan :

Jumlah Anggota Keluarga :

Jumlah Tanggungan :

Pengalaman Bertani :

B. Status Kepemilikan Lahan

1. Status kepemilikan lahan
2. Luas lahan total yang digunakan Bapak/Ibu?
 - a. Milik sendiri :.....Ha
 - b. Sewa :.....Ha
3. Modal Berasal dari mana :

4. Komoditas apa saja yang ditanam

- a.
- b.
- c.

C. Biaya Pemasaran

Berapa biaya produksi per satu kali masa tanam semangka

Biaya Benih	:Rp...
Biaya Tenaga Kerja	:Rp...
Biaya Pupuk dan Pestisida	:Rp...
Biaya Transportas	:Rp...
Biaya Lainnya	:Rp...
<hr/>	
Total Biaya Produksi	:Rp...

D. Hasil Panen

1. Apa yang Bapak/Ibu lakukan terhadap hasil panen ?

- a. Dijual langsung
- b. Dijual dalam bentuk olahan
- c. Disimpan
- d. Lainnya,

2. Kepada siapa Bapak/Ibu menjual hasil panen?

- a. Pedagang Pengumpul
- b. Pedagang Pedagang Besar
- c. Pedagang Pengecer

3. Berapa jumlah hasil panen dan harga semangka Bapak/Ibu ?

Hasil panen = Kg/Ton

Harga Jual = Rp. / Kg

4. Bagaimana cara Bapak/Ibu menentukan harga jual semangka ?

- a. Tawar menawar
- b. Harga mengikuti pasar
- c. Lainnya,

5. Bagaimana cara pembayaran penjualan semangka Bapak/Ibu ?

- a. Tunai
 - b. b.Tidak tunai
 - c. Lainnya,
6. Cara penjualan semangka Bapak/Ibu ?
- a. Pesanan
 - b. Secara langsung
 - c. Lainnya,
7. Kendala apa saja yang dialami selama pemasaran?...

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS PEMASARAN SEMANGKA KABUPATEN KLATEN
JAWA TENGAH

A. Identitas Responden (Produsen/Petani)

- Nama :
- Usia :
- Alamat : RT RW Desa
- : Kec Kab. Klaten, Jawa
Tengah
- Jenis Kelamin :
- Pendidikan Terakhir :
- f. Tidak Pernah sekolah
 - g. SD
 - h. SMP
 - i. SMA
 - j. D1-D2-S1
- Jenis Pekerjaan Bapak/Ibu?
- Pekerjaan Pokok :
- Pekerjaan Sampingan :
- Jumlah Anggota Keluarga :
- Jumlah Tanggungan :
- Lama Usaha :
- Posisi tingkat pedagang :
- a. Pedagang Pengumpul
 - b. Pedagang Pedagang Besar
 - c. Pedagang Pengecer

B. Data Perdagangan dan

1. Jenis buah apa saja yang dibeli selain semangka?
 - a.
 - b.
 - c.
2. Berapa volume pembelian semangka :...../kg/ton
3. Berapa jumlah penjualan semangka :/Kg/bulan
4. Berapa harga beli semangka :Rp /Kg
5. Berapa harga jual semangka :
 - a. Tanpa grading : Rp...../Kg
 - b. Grading :..a. Grade A : Rp/Kg
b. Grade B : Rp/Kg
c. Grade C : Rp/Kg
6. Bagaimana cara membeli semangka kepada petani?
 - a. Mendatangi
 - b. Didatangi
7. Alat transportasi yang digunakan dalam pengangkutan semangka? dan milik siapa?
 - a.,Milik sendiri
 - b.,Sewa
8. Biaya pemasaran:
 - a. Tenaga Kerja :.....
 - b. Transportasi :.....
 - c. Lainnya :.....
 - d.

C. Penentuan Harga dan Penjualan

1. Bagaimana cara menentukan harga jual semangka?
 - a. Tawar menawar
 - b. Harga mengikuti pasar
 - c. Lainnya,.....

2. Bagaimana pembayaran penjualan semangka Bapak/Ibu?
 - a. Tunai
 - b. Tidak tunai
 - c. Lainnya,.....
3. Bagaimana penjualan semangka Bapak/Ibu?
 - a. Pesanan
 - b. Secara langsung
 - c. Lainnya,.....
4. Kesulitan apa yang di alami dalam pemasaran?

1. Identitas Petani

No sampel	Nama Petani	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Pokok	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah Tanggungan (orang)	Lama Bertani (Tahun)	Luas Lahan (Ha)	
								Milik sendiri	Sewa
1	Dimas	23	SMA	Petani	3	2	7		0,8
2	Rini	52	S1	Guru	4	2	15	0,2	0,4
3	Suparmin	56	S1	Petani	4	2	33		1
4	Joko	42	S1	Pegawai Negeri	3	2	15		0,4
5	Budi	33	SMP	Petani	4	3	10	0,2	0,5
6	Sucipta	58	SMA	Petani	3	2	15		0,46
7	Marsudi	39	SMA	Petani	3	2	20		0,22
8	Suryanto	43	SMP	Petani	4	3	10		0,82
9	Muhayadi	42	SMP	Petani	5	4	15		0,08
10	Suratno	54	SD	Petani	3	2	12		0,5
11	Agus	40	SMA	Petani	3	2	19		0,22
12	Nyakdin	42	SMA	Petani	4	3	25		0,4
13	Margianto	39	SMA	Petani	4	3	23		0,2
14	Andi	33	SMA	Petani	2	1	13		1
15	Budiman	34	SMA	Petani	2	1	9		0,23
16	Suroto	53	SMP	Petani	3	2	16		0,4
17	Gelondor	59	SMP	Perangkat Desa	4	1	14		0,21
18	Yahmin	46	S1	Pegawai Negeri	4	3	8		0,23
19	Kelik	55	SMA	Petani	4	1	12		0,43
20	Andi	43	SMA	Petani	5	4	15		0,2
21	Marto	37	SMA	Buruh	4	3	8		0,2
22	Widodo	63	SD	Petani	4	2	27		0,3
23	Suparman	49	SMA	Buruh	4	3	7		0,21
24	Suwito	52	SMP	Petani	4	3	16		0,2
25	Kunarso	44	SMP	Petani	3	2	11		0,2
26	Sutrisno	37	S1	Pegawai Negeri	2	1	4		0,21
27	Sani	39	SMA	Petani	3	2	7		0,4
28	Nurhadi	47	SMA	Petani	3	2	10		0,23
29	Legiman	38	SMA	Petani	3	2	8		0,2
30	Yatno	50	SMP	Petani	4	3	17		0,2
Jumlah		1342			105	68	421	0,4	11,05
Rata-rata		44,73333			3,5	2,26666667	27,16129	0,2	0,368333

2. Identitas lembaga pemasaran

No	Nama Pedagang	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Posisi Pedagang
1	Didik	43	SMP	Pengecer
2	Eko	28	SD	Pengumpul
3	Lestari	52	SMP	Pengecer
4	Yatin	33	SMP	Pengecer
5	Roni	46	SMA	Pengumpul
6	Pelenong	34	SMA	Pengumpul
7	Agus	49	SMA	Pengecer
8	Rani	36	SMA	Pengecer
9	Shinta	38	SMA	Pengecer

3. Rata-rata biaya pemasaran saluran II (/kg)

No	Sampel	Volume Pembelian (Kg)	Harga Beli	Transportasi	Biaya Tenaga	Pengemasan	Penyimpanan	Total Biaya
1	Pengecer I	1.300	4.000	38	38	60	38	175
2	Pengecer II	150	4.000	100	133	100	133	467
3	Pengecer III	300	4.000	50	67	50	67	233
Jumlah		1.750	12.000	188	238	210	238	875
Rata-Rata		583	4.000	63	79	70	79	292

4. Rata-rata biaya pemasaran III (/kg)

Pedagang pengumpul

No	Sampel	Volume Pembelian (Kg)	Harga Beli	Transportasi	Biaya TKDK	Biaya TKLK	Penyimpanan	Total Biaya
1	Pengumpul I	4.000	3.500	88	50	75	100	3.813
2	Pengumpul II	4.000	3.500	100	25	75	88	3.788
3	Pengumpul III	4.000	3.500	88	25	75	88	3.775
Jumlah		12.000	10.500	275	100	225	275	11.375
Rata-Rata		4.000	3.500	92	33	75	92	3.792

Pedagang pengecer

No	Sampel	Volume Pembelian (Kg)	Harga Beli	Transportasi	Biaya Tenaga	Pengemasan	Penyimpanan	Total Biaya
1	Pengecer I	200	5.000	60	100	75	100	335
2	Pengecer II	1.000	5.000	100	250	60	100	510
3	Pengecer III	1.500	5.000	33	200	60	100	393
4	Pengecer IV	1.000	5.000	50	200	60	100	410
5	Pengecer V	1.500	5.000	67	200	60	100	427
6	Pengecer VI	1.000	5.000	100	250	60	100	510
Jumlah		6.200	30.000	410	1.200	375	600	2.585
Rata-Rata		1.033	5.000	68	200	63	100	431

DOKUMENTASI





