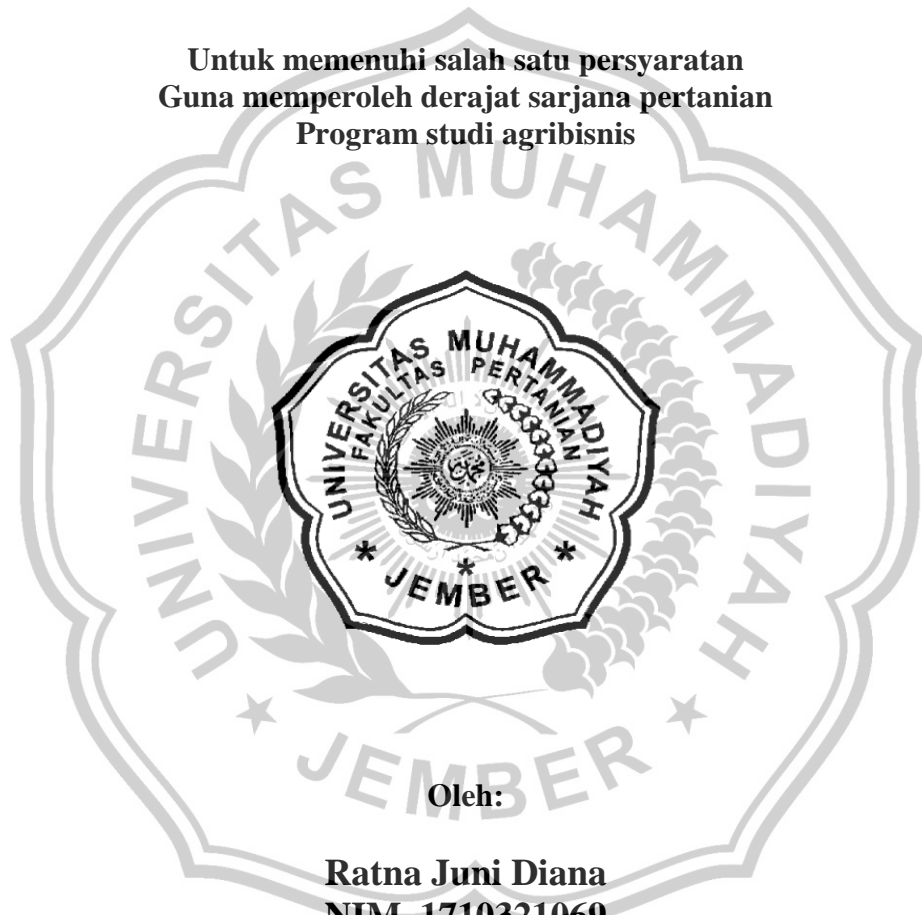


**ANALISIS EFISIENSI DAN STRATEGI PEMASARAN
SEMANGKA (*Citrullus vulgaris*) DI LAHAN PASIR
DESA PASEBAN KECAMATAN KENCONG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Guna memperoleh derajat sarjana pertanian
Program studi agribisnis**



Oleh:

**Ratna Juni Diana
NIM. 1710321069**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

**ANALISIS EFISIENSI DAN STRATEGI PEMASARAN
SEMANGKA (*Citrullus vulgaris*) DI LAHAN PASIR
DESA PASEBAN KECAMATAN KENCONG
KABUPATEN JEMBER**

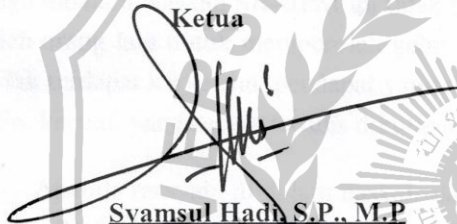
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Ratna Juni Diana
NIM. 1710321069

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal 16 Februari 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Tim Penguji:

Ketua



Syamsul Hadi S.P., M.P.
NPK. 9608017

Sekretaris



Saptva Prawitasari, S.P., M.P.
NIP. 197305242005012006

Anggota I




Ir. Henik Pravuginingsih, M.P.
NIK. 9110376

Anggota II



Atok Ainur Ridho, S.P., M.P.
NPK. 1978082511703791

Mengetahui,
Dekan


Ir. Iskandar Umarie, M.P.
NIP. 196401031990091001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

FAKULTAS PERTANIAN

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS



Jl. Karimata 49 Telp/Fax. (0331) 336728 (112) / 337957 Kotak
Pos 104

JEMBER

PERNYATAAN
ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya didalam Naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana Pertanian) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jember, 16 Februari 2022

Mahasiswa,



Nama : Ratna Juni Diana

NIM : 1710321069

PS : Agribisnis

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Jember

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan maghfirah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Analisis Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Usahatani Semangka Di Lahan Pasir Desa Paseban Kecamatan Kencong Kabupaten Jember”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyusunan karya ilmiah tertulis ini, yaitu:

1. Orang tua tercinta Ayah Ahmad Hasyim BA dan Ibu Almh. Siti Muntiqoh serta seluruh kakak tercinta Shalahudin Serbabagus S.H., M.H., Sudi Rahayu S.H, Abdur Rahman S.Pd, Sri Murtini, Izzudin Gunawan S.Pd, Asfiyah, Abdul Aziz Muslim S.T.P, Ninik Munawaroh S.H, Lulu Mahmudah S.T, Angga Rizky Ekayana S.T, yang selalu mengingatkan, memberikan dukungan dan doa demi kelancaran penyusunan karya tulis ini.
2. Ir. Iskandar Umarie, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Jember dan Ir. Wiwit Widiarti, M.P. selaku Wakil Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Ir. Teguh Hari Santosa, M.P. selaku ketua Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Syamsul Hadi, S.P., M.P. dan Saptya Prawitasari, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan karya tulis ini.

5. Ir. Henik Prayuginingsih, MP. dan Atok Ainur Ridho, S.P., M.P. selaku Dosen Penguji Utama dan Dosen Penguji Anggota yang telah memberikan evaluasi dan masukan demi kesempurnaan karya tulis ini.
6. Ir. Henik Prayuginingsih, MP. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia membimbing penulis selama kegiatan perkuliahan dari awal hingga akhir dan juga memberikan arahan serta motivasi pada penulis.
7. Hendra Kurniawan yang telah membantu kelancaran penelitian lapang dan mendampingi penulisan karya tulis ini.
8. Segenap keluarga besar tercinta Adam Wildan Mubarak, Michelle Havilah Rahma, Jihan Falih dziaulhaq, Edward Jihad Muslim, Baim Ghilman Hilmi, Miftahul Jannah, Fajrul Fauzi, Faisal, Ahmad Aidan Aziz, Elmaira Khairana Aziz, Eiren, Ameera Masha Latisha, Almeera Jena Kiyana, dan semua yang tidak dapat disebutkan seluruhnya, terima kasih atas segala dukungan dan doa untuk saya.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga diharapkan adanya kritik dan saran untuk perbaikan selanjutnya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Februari 2022

Penulis

MOTTO

“Better Late Than Never”

“Lebih baik terlambat daripada tidak sama sekali”

"Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS Ar Rad : 11)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu. Dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui”

(QS. Al-Baqarah : 216)

“You will never win if you never start it. A responsibility, an obligation, and any work will never be completed if you never start it”

(Helen Rowland)

“Kamu tidak akan pernah menang jika kamu tidak pernah memulainya. Suatu tanggung jawab, kewajiban, dan pekerjaan apapun tidak akan pernah selesai jika kamu tidak memulainya”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komoditas Semangka	8
2.2 Lahan Pasir	10
2.3 Landasan Teori.....	12
2.3.1 Teori Pemasaran	12
2.3.2 Lembaga Pemasaran.....	13
2.3.3 Saluran Pemasaran	15
2.3.4 Efisiensi Pemasaran.....	17
2.3.5 Analisis SWOT	18
2.4 Penelitian Terdahulu	23

BAB III KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	27
3.1 Kerangka Pemikiran	27
3.2 Hipotesis	32
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	33
4.1 Metode Penelitian	33
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
4.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	34
4.4 Metode Pengumpulan Data	34
4.5 Metode Analisis Data	35
4.6 Definisi dan Pengukuran Variabel	40
BAB V GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	43
5.1 Keadaan Wilayah	43
5.2 Keadaan Penduduk	44
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	47
6.1 Profil Petani.....	47
6.2 Profil Lembaga Pemasaran	49
6.3 Saluran Pemasaran Semangka.....	52
6.4 Efisiensi Pemasaran	57
6.4.1 Margin Pemasaran	57
6.4.2 <i>Farmer share</i>	60
6.5 Strategi Pemasaran Semangka	61
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	75
7.1 Kesimpulan	75
7.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
RINGKASAN	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

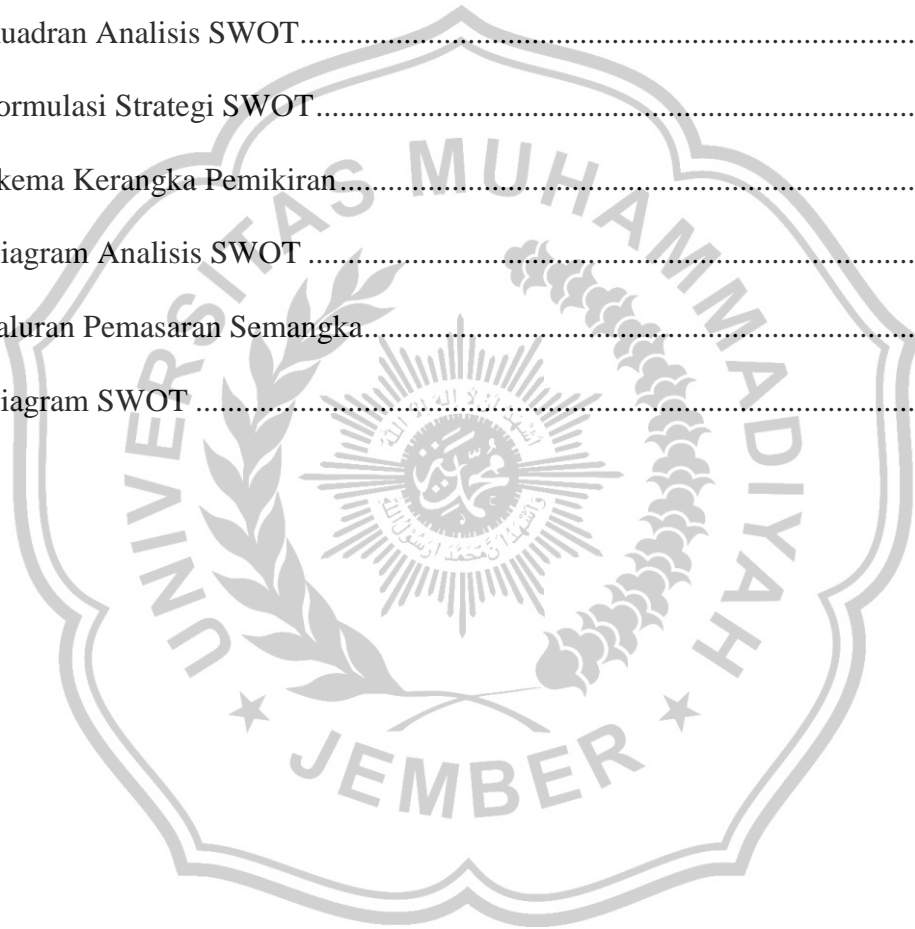
Tabel	Halaman
1.1 Data Tenaga Kerja Informal Sektor Pertanian	1
4.1 Analisis Faktor Internal (IFAS)	37
4.2 Analisis Faktor Eksternal (EFAS).....	38
4.3 Matrik SWOT	40
5.1 Jumlah Penduduk Menurut Desa, Jenis Kelamin, dan Rasio Jenis Kelamin di Kabupaten Jember 2020.....	44
5.2 Keadaan Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Kencong, Tahun 2021	45
6.1 Profil Umur Petani Semangka di Desa Paseban Kecamatan Kencong, Tahun 2021.....	47
6.2. Profil Pendidikan Petani Semangka di Desa Paseban Kecamatan Kencong, Tahun 2021	48
6.3. Rata-Rata Luas Lahan Petani Semangka di Desa Paseban Kecamatan Kencong, Tahun 2021	49
6.4 Profil Umur Lembaga Pemasaran Semangka Di Desa Paseban Kecamatan Kencong Kabupaten Jember	50
6.5 Profil Pendidikan Lembaga Pemasaran Semangka Di Desa Paseban Kecamatan Kencong Kabupaten Jember	51
6.6 Profil Pengalaman Berwirausaha Lembaga Pemasaran Semangka Di Desa Paseban Kecamatan Kencong Kabupaten Jember	51
6.7 Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Lembaga Pemasaran di Setiap Pola Saluran Pemasaran	57
6.8 Margin Saluran Pemasaran 1 tingkat	58
6.9 Margin Saluran Pemasaran 2 tingkat	60
6.10 Analisis Faktor Internal Pemaaran Semangka Desa Paseban Kecamatan Kencong Kabupaten Jember	62

6.11 Analisis Faktor Eksternal Pemasaran Semangka Desa Paseban Kecamatan Kencong Kabupaten Jember	64
6.12 Penentuan Strategi dengan Matrik SWOT	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Saluran Pemasaran Konsumen.....	16
2.2 Bentuk saluran pemasaran.....	17
2.3 Kuadran Analisis SWOT.....	21
2.4 Formulasi Strategi SWOT.....	22
3.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	32
4.1 Diagram Analisis SWOT.....	39
6.1 Saluran Pemasaran Semangka.....	52
6.2 Diagram SWOT.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Responden Petani Semangka	82
2. Data Lembaga Pemasaran Semangka.....	83
3. Saluran Pemasaran Semangka	84
4. Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Lembaga Pemasaran di Setiap Pola Saluran Pemasaran.....	85
5. Margin Pemasaran Semangka Pada Saluran Pemasaran 1 Tingkat.....	86
6. Saluran Pemasaran Semangka 2 Tingkat.....	87
7. Margin Pemasaran Semangka Pada Saluran Pemasaran 2 Tingkat.....	88
8. Perhitungan Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Usahatani Semangka	90
9. Analisis Faktor Internal Pemasaran Semangka	92
10. Analisis Faktor Eksternal Pemasaran Semangka.....	93
11. Gambar Diagram SWOT	94
12. Peta Lokasi Penelitian.....	95
13. Dokumentasi.....	96
14. Kuisisioner.....	97