

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH SEMANGKA
DI DESA BANGO KECAMATAN DEMAK
KABUPATEN DEMAK**

SKRIPSI

Oleh:

IFFATUL KHOIRIYYAH



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 5**

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH SEMANGKA
DI DESA BANGO KECAMATAN DEMAK
KABUPATEN DEMAK

Oleh:

IFFATUL KHOIRIYYAH
NIM: 23020318120020

Salah Satu Syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 5

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iffatul Khoiriyyah
N I M : 23020318120020
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Semangka Di Desa Bango, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan hasil kerja penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu: **Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.** dan **Dr. Ir. Mukson, M.S.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal – hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Maret 2025

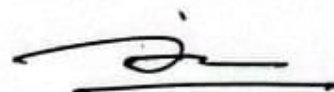

Iffatul Khoiriyyah

Mengetahui

Pembimbing Utama


Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.

Pembimbing Anggota


Dr. Ir. Mukson, M.S.

Judul Skripsi : ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH
SEMANGKA DI DESA BANGO,
KECAMATAN DEMAK, KABUPATEN
DEMAK

Nama Mahasiswa : IFFATUL KHOIRIYYAH

Nomor Induk Mahasiswa : 23020318120020

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS / PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal.....

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.

Dr. Ir. Mukson, M.S.

Ketua Program Studi

Ketua Panitia Ujian Akhir Program

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen Pertanian

Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH SEMANGKA DI DESA BANGO KECAMATAN DEMAK KABUPATEN DEMAK

**Oleh:
Iffatul Khoiriyyah**

ABSTRAK

Pemasaran merupakan proses keseluruhan dari kegiatan usaha dalam merencanakan dan menentukan harga produk hingga pendistribusian produk kepada konsumen. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pola saluran dan efisiensi pemasaran buah semangka serta faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Lokasi penelitian di Desa Bango, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak pada bulan Agustus – September 2024. Pengambilan sampel secara *quota sampling* dengan jumlah sampel keseluruhan 60 petani semangka dan 14 lembaga pemasaran. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan statistik. Hasil penelitian menunjukkan distribusi pemasaran semangka terbagi menjadi tiga saluran. Saluran I (petani – tengkulak – pedagang pengecer – konsumen), saluran II (petani– pedagang pengecer – konsumen), saluran III (petani– konsumen). Nilai rata-rata margin pemasaran pada masing-masing saluran yaitu Rp3.405/kg, Rp1.780/kg, dan Rp0/kg. Nilai rata-rata *farmer's share* masing-masing saluran yaitu 44%, 72% dan 100%. Nilai rata-rata efisiensi pemasaran pada saluran I, II, III berturut-turut yaitu 11,52%, 11,06%, dan 8,7% dengan standar efisiensi sebesar 33%. Berdasarkan pengujian regresi linear berganda terdapat pengaruh yang nyata baik secara simultan maupun parsial antara variabel margin pemasaran, biaya pemasaran, dan harga jual ditingkat petani terhadap variabel efisiensi pemasaran. Nilai koefisien determinasi menunjukkan hasil sebesar 96,9%.

Kata kunci: Efisiensi pemasaran, margin, *farmer's share*, semangka

**ANALYSIS OF WATERMELON MARKETING EFFICIENCY
IN BANGO VILLAGE DEMAK DISTRICT
DEMAK REGENCY**

ABSTRACT

Marketing is the overall process of business activities in planning and determining product prices to distributing products to consumers. The research aims to analyze the channel pattern and marketing efficiency of watermelon as well as the factors that affect marketing efficiency. The research method used was the survey method. The research location was in Bango Village, Demak District, Demak Regency in August – September 2024. Sampling was conducted by quota sampling with a total sample of 60 watermelon farmers and 14 marketing institutions. The data analysis method used quantitative descriptive analysis and statistics. The results of the study show that the distribution of watermelon marketing is divided into three channels. Channel I (farmers – middlemen – retailers – consumers), channel II (farmers – retailers – consumers), channel III (farmers – consumers). The average value of marketing margin in each channel were IDR 3,405/kg, IDR 1,780/kg, and IDR 0/kg. The average farmer's share value of each channel were 44%, 72% and 100%. The average value of marketing efficiency in channels I, II, III was 11.52%, 11.06%, and 8.7% respectively with an efficiency standard of 33%. Based on the multiple linear regression test, there was a real influence both simultaneously and partially between the variables of marketing margin, marketing cost, and selling price at the farmer level on the variable of marketing efficiency. The value of the determination coefficient showed a result of 96.9%.

Keywords: Marketing efficiency, margin, farmer's share, watermelon

KATA PENGANTAR

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran tingkat kepuasan yang didapat oleh petani serta seluruh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan mendeskripsikan saluran pemasaran semangka serta menganalisis efisiensi pemasaran buah semangka di Desa Bango Kecamatan Demak Kabupaten Demak. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi petani semangka dalam memilih pola saluran pemasaran dalam memasarkan produknya, sehingga keuntungan yang didapat akan lebih maksimal.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Buah Semangka Di Desa Bango, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak” dapat terselesaikan. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan saran serta masukan kepada penulis. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan waktu, masukan, bimbingan dan dukungan kepada penulis selama penelitian.
2. Dr. Ir. Mukson, M.S. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan waktu, masukan, dukungan dan bimbingan kepada penulis selama penelitian.
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian yang telah membantu dengan memberikan dukungan fasilitas dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
4. Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian

yang telah memberi kemudahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.

5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S1 Agribisnis yang telah memberi kemudahan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
6. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis yang telah memberi kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kadhung Prayoga, S.P., M.Sc. selaku Dosen Wali yang telah mendukung penulis mulai dari usulan penelitian hingga penyelesaian skripsi.
8. Petani semangka di Desa Bango yang telah membantu dengan memberikan dukungan dan kemudahan penulis dalam memperoleh data-data penelitian.
9. Bapak Harsono dan Ibu Parinah selaku orang tua penulis, Kakak Rofiatul Wakhida dan Imroatul Azkiyyah beserta keluarga yang telah memberikan cinta dan dukungan penuh kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kesalahan serta kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Semarang, Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Semangka	6
2.2. Pemasaran Produk Agribisnis	7
2.3. Saluran Pemasaran	8
2.4. Fungsi Pemasaran.....	10
2.5. Margin Pemasaran.....	10
2.6. <i>Farmer's Share</i>	11
2.7. Efisiensi Pemasaran	12
2.8. Telaah Penelitian Terdahulu	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Kerangka Pemikiran.....	15
3.2. Hipotesis.....	17
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian	17
3.4. Metode Penelitian.....	17
3.5. Penentuan dan Pengambilan Sampel	18
3.6. Jenis dan Sumber Sampel.....	19
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.8. Metode Analisis Data.....	20

3.9. Konsep dan Pengukuran Variabel.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	27
4.2. Budidaya Semangka.....	31
4.3. Karakteristik Responden	32
4.4. Analisis Pola Saluran Pemasaran Semangka	36
4.5. Gambaran Fungsi-Fungsi Pemasaran Semangka	40
4.6. Gambaran Biaya Pemasaran	44
4.7. Margin Pemasaran.....	45
4.8. <i>Farmer's Share</i>	47
4.9. Efisiensi Pemasaran	48
4.10. Uji Beda <i>One Sample t-test</i>	50
4.11. Uji Normalitas.....	50
4.12. Uji Asumsi Klasik.....	51
4.13. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Pemasaran	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
RIWAYAT HIDUP	83

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Telaah Penelitian Terdahulu.....	13
2. Data Penduduk Desa Bango Berdasarkan Jenis Kelamin	28
3. Data Penduduk Desa Bango Berdasarkan Umur	29
4. Data Penduduk Desa Bango Berdasarkan Tingkat Pendidikan	29
5. Data Luas Penggunaan Lahan Desa Bango.....	30
6. Karakteristik Responden Petani	33
7. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran	35
8. Fungsi Pemasaran setiap Saluran Semangka di Desa Bango ...	40
9. Biaya Pemasaran setiap Saluran Semangka di Desa Bango	44
10. Hasil Analisis Margin Pemasaran Semangka.....	46
11. Hasil Analisis <i>Farmer's Share</i> Semangka	47
12. Hasil Analisis Efisiensi Pemasaran Semangka.....	49
13. Hasil Analisis One Sample T-Test	50
14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	53

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner.....	62
2. Data Responden Petani.....	67
3. Data Responden Lembaga Pemasaran.....	69
4. Harga Jual dan Volume Penjualan	70
5. Analisis Margin Pemasaran Semangka	72
6. Analisis <i>Farmer's Share</i> Semangka	73
7. Analisis Biaya Pemasaran Semangka.....	74
8. Analisis Efisiensi Pemasaran Semangka	75
9. Uji Beda One Sample t-test	76
10. Uji Normalitas	77
11. Uji Asumsi Klasik	78
12. Uji Regresi Linear Berganda	79
13. Peta Desa Bango.....	80
14. Dokumentasi.....	81

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor		Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	16
2.	Pola Saluran Pemasaran Semangka.....	37
3.	Pola Saluran Pemasaran I	38
4.	Pola Saluran Pemasaran II.....	39
5.	Pola Saluran Pemasaran III	40