

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN JAMBU
KRISTAL PADA KELOMPOK TANI ARTHA MANDIRI
DI DESA BONO KECAMATAN BOYOLANGU
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI



**Oleh :
DEVI FEBRIANTI
NPM. 2060118100015**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2024**

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN JAMBU
KRISTAL PADA KELOMPOK TANI ARTHA MANDIRI
DI DESA BONO KECAMATAN BOYOLANGU
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian dari Fakultas Pertanian Universitas
Tulungagung**

**Oleh :
DEVI FEBRIANTI
NPM. 2060118100015**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN
JAMBU KRISTAL PADA KELOMPOK TANI ARTHA
MANDIRI DI DESA BONO KECAMATAN BOYOLANGU
KABUPATEN TULUNGAGUNG

Nama Mahasiswa : DEVI FEBRIANTI

NPM : 2060118100015

Program Studi : Agribisnis

Menyetujui : Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.M.A.)
NIDN. 0710066101

Dosen Pembimbing II



(Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M.)
NIDN. 0713127401

Dekan



(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.M.A.)
NIDN. 0710066101

Tanggal Persetujuan

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN JAMBU KRISTAL PADA KELOMPOK TANI ARTHA MANDIRI DI DESA BONO KECAMATAN BOYOLANGU KABUPATEN TULUNGAGUNG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Devi Febrianti
NPM : 2060118100015

Yang dipertimbangkan di depan Dewan Penguji pada

Tanggal : 26 Juni 2024

dan dinyatakan telah memenuhi syarat yang diterima

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji Pertama



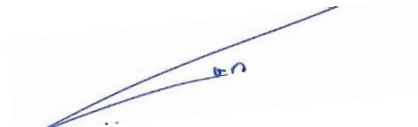
(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA.)
NIDN. 0710066101

Penguji Kedua



(Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M.)
NIDN. 0713127401

Penguji Ketiga



(Herry Nur Faisal, S.Pt., M.Agr.)
NIDN. 0720128102

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ditunjukkan kepada

Ayah dan ibu tercinta

Adikku tersayang

Dan juga teman – teman yang telah
mendukung dalam pembuatan skripsi ini

HALAMAN MOTTO

Just do it!

**Lakukan apa yang bisa kamu lakukan
Kerjakan apa yang bisa kamu kerjakan**

RIWAYAT HIDUP



Devi Febrianti lahir di Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur pada tanggal 22 Februari 2001. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan suami istri Suyadi dan Sulistiani. Penulis mengenyam pendidikan dasar di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Boyolangu, pada tahun 2008 dan tamat pada tahun 2014. Dilanjutkan dengan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Boyolangu di tahun yang sama dan tamat pada tahun 2017. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Tulungagung dan lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2020 penulis mendaftar menjadi mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, jenjang Strata Satu (S1) di Universitas Tulungagung. Alasan menempuh pendidikan di Universitas Tulungagung adalah ingin menambah wawasan yang luas terkait pertanian, mengimplementasikan ilmu yang sudah didapat sewaktu SMK dan ingin berperan aktif untuk memajukan sektor pertanian.

Pengalaman Organisasi penulis antara lain adalah menjadi anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Tulungagung periode 2021–2022, menjadi anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fakultas Pertanian periode 2022–2023, menjadi Sekretaris di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Kewirausahaan dan mengikuti organisasi eksternal Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) tingkat perguruan tinggi. Pada tahun 2023 penulis mengikuti program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Batch 4 di Seameo Biotrop, Bogor.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Jambu Kristal Pada Kelompok Tani Artha Mandiri di Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan studi pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tulungagung. Adapun tujuan penulis memilih judul tersebut adalah untuk menganalisis pola saluran pemasaran petani jambu kristal serta margin pemasaran dengan menghitung perbedaan harga antara lembaga pemasaran dan harga yang diterima oleh petani. Manfaat penelitian ini dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan kelompok tani Artha Mandiri serta mengoptimalkan saluran pemasaran jambu kristal. Harapan penulis dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pertanian lokal di Kabupaten Tulungagung.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terimakasih atas bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan secara langsung maupun tidak langsung kepada :

1. Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA. selaku Dosen Pembimbing I
2. Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M. selaku Dosen Pembimbing II
3. Semua keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat
4. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam pembuatan skripsi.

Akhir kata penulis mengharapkan saran-saran dari pembaca untuk kesempurnaan isi dari skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dalam menambah pengetahuan dan wawasan kita khususnya dalam bidang pertanian.

Tulungagung, 2024

Penulis

RINGKASAN

DEVI FEBRIANTI Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Jambu Kristal pada Kelompok Tani di Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung, di bawah bimbingan Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA. dan Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M.

Penelitian yang dilakukan pada Kelompok Tani Artha Mandiri di Desa Bono, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran dan pola saluran pemasaran yang sesuai bagi petani, serta *farmer's share* (proporsi harga) dengan nilai terbesar. Penelitian yang dilakukan dengan metode *purposive sampling* untuk memilih 15 petani jambu kristal dikarenakan sebagian petani memiliki lahan luas dan sempit. Sampel pedagang pengumpul berjumlah 2 orang, sedangkan sampel pengecer sejumlah 5 orang. Selain itu, pengambilan sampel konsumen jambu kristal yang berjumlah 25 orang dilakukan dengan metode *accidental sampling* untuk menyesuaikan dengan kriteria penelitian. Pengumpulan data primernya dilakukan wawancara dengan petani jambu kristal, pengepul, pengecer dan konsumen menggunakan daftar pertanyaan yang disiapkan dan observasi di tempat penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian ada tiga pola saluran pemasaran jambu kristal di Desa Bono meliputi saluran I (petani – konsumen), saluran ke II (petani – pengecer – konsumen), dan saluran III (petani – pengepul – pengecer – konsumen). Berdasarkan margin penjualan dan *farmer's share*, saluran ke I dan II termasuk sesuai bagi petani. Pada saluran I, petani menjual jambu kristalnya ke konsumen dengan perolehan margin sebesar Rp.600/kg sehingga menghasilkan *farmer's share* tertinggi sebesar 95,54%. Hal ini menunjukkan bahwa petani mendapatkan sebagian besar dari harga jual akhir, yang dapat meningkatkan penjualan petani jambu kristal. Sedangkan saluran ke II, petani menjual jambu kristalnya ke pengecer dengan perolehan marginnya Rp.3.000/kg dan nilai *farmer's share* sebesar 81,25%. Meskipun *farmer's share* lebih kecil dibandingkan saluran pemasaran ke I, harga jual dan volume penjualan yang lebih tinggi pada saluran pemasaran II memberikan keuntungan tambahan bagi petani.

Kata kunci : *saluran pemasaran, margin pemasaran, farmer's share, jambu kristal*

SUMMARY

DEVI FEBRIANTI Analysis of Crystal Guava Marketing Channels and Margins in Farmer Groups at Bono Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency, under the guidance of Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA. and Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M.

Research conducted at Artha Mandiri Farmer Group in Bono Village, Boyolangu Subdistrict, Tulungagung Regency aims to determine the marketing margin and marketing channel pattern that is suitable for farmers, as well as farmer's share (price proportion) with the largest value. The research was conducted using purposive sampling method to select 15 crystal guava farmers because some farmers have large and narrow land. The sample of collecting traders amounted to 2 people, while the sample of retailers amounted to 5 people. In addition, sampling of 25 crystal guava consumers was carried out by accidental sampling method to adjust to the research criteria. Primary data collection was conducted interviews with crystal guava farmers, collectors, retailers and consumers using a list of questions prepared and observation at the research site.

Based on the results of the study, there are three patterns of crystal guava marketing channels in Bono Village including channel I (farmers - consumers), channel II (farmers - retailers - consumers), and channel III (farmers - collectors - retailers - consumers). Based on sales margin and farmer's share, channels I and II are suitable for farmers. In channel I, farmers sell their crystal guava to consumers with a margin of Rp.600/kg, resulting in the highest farmer's share of 95.54%. This shows that farmers get most of the final selling price, which can increase the sales of crystal guava farmers. While the second channel, farmers sell their crystal guava to retailers with a margin of Rp.3.000/kg and a farmer's share value of 81.25%. Although the farmer's share is smaller than in marketing channel I, the higher selling price and sales volume in marketing channel II provide additional benefits for farmers.

Keywords : *marketing channel, marketing margin, farmer's share, crystal guava*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Pembatasan Masalah	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Konsep Pemasaran	12
2.2.2 Saluran Pemasaran	21
2.2.3 Margin Pemasaran	28
2.2.4 <i>Farmer's Share</i>	29
2.2.5 Jambu Kristal	30
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian	36
3.2 Metode Pengambilan Sampel	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	37
3.4 Metode Analisis Data	37
3.5 Definisi Operasional	40
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	42
4.1 Topografi Daerah	42
4.2 Keadaan Sosial Ekonomi	43
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
5.1 Analisis Saluran Pemasaran Jambu Kristal	49
5.2 Fungsi Lembaga Pemasaran Jambu Kristal	52
5.3 Margin Pemasaran Jambu Kristal	54
5.4 <i>Farmer's Share</i> (Bagian Petani)	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	63
6.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Halaman
4.1	Tingkat Pendidikan Petani Jambu Kristal	44
4.2	Umur Petani Jambu Kristal.....	45
4.3	Luas Lahan Petani Jambu Kristal	46
4.4	Pengalaman Usaha Tani Petani Jambu Kristal	48
5.1	Rata-rata Margin Pemasaran Petani Jambu Kristal dengan Konsumen Akhir pada Saluran Pemasaran I	54
5.2	Rata-rata Margin Pemasaran Petani Jambu Kristal, Pedagang Pengecer dan Konsumen Akhir pada Saluran Pemasaran II	56
5.3	Rata-rata Margin Pemasaran Petani Jambu Kristal, Pedagang Pengumpul Pedagang Pengecer dan Konsumen Akhir pada Saluran Pemasaran III	58
5.4	<i>Farmer's Share</i> Saluran Pemasaran Jambu Kristal	60

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Halaman
1.1	Data Konsumsi Makanan Penduduk Indonesia	2
2.1	Pemasaran Tingkat Nol	27
2.2	Pemasaran Tingkat Pertama	27
2.3	Pemasaran Tingkat Kedua	28
2.4	Pemasaran Tingkat Ketiga	28
2.5	Kerangka Berpikir Saluran dan Margin Pemasaran	34
5.1	Saluran Pemasaran Jambu Kristal Tingkat Nol	49
5.2	Saluran Pemasaran Jambu Kristal Tingkat Satu	50
5.3	Saluran Pemasaran Jambu Kristal Tingkat Dua	51

DAFTAR LAMPIRAN

No	Uraian	Halaman
	Lampiran 1. Daftar Kuesioner	69
	Lampiran 2. Data Kondisi Sosial Petani Jambu Kristal.....	71
	Lampiran 3. Data Kondisi Ekonomi Petani Jambu Kristal	72
	Lampiran 4. Fungsi Lembaga Pemasaran Jambu Kristal	73
	Lampiran 5. Data Analisis Margin Saluran Pemasaran Jambu Kristal I	74
	Lampiran 6. Hasil Analisis Margin Saluran Pemasaran Jambu Kristal I	75
	Lampiran 7. Data Analisis Margin Saluran Pemasaran Jambu Kristal II	76
	Lampiran 8. Hasil Analisis Margin Saluran Pemasaran Jambu Kristal II	77
	Lampiran 9. Data Analisis Margin Saluran Pemasaran Jambu Kristal III	78
	Lampiran 10. Hasil Analisis Margin Saluran Pemasaran Jambu Kristal III	79
	Lampiran 11. Data Konsumen Pembelian Jambu Kristal	80
	Lampiran 12. Dokumentasi	81