

**ANALISIS PEMASARAN TERUNG DI DESA FAFOE KECAMATAN
MALAKA BARAT KABUPATEN MALAKA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)**



OLEH

MELANIA YUNITA ATOK
12170083

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TIMOR
KEFAMENANU
2021**

PERNYATAAN
ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Terung Di Desa Fafae Kecamatan Malaka Barat Kabupaten Malaka” 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 ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan 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 saya peroleh Sarjana Agribisnis (S.P) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, 30 September, 2021
Yang Menyatakan

Melania Yunita Atok

PEPERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**ANALISIS PEMASARAN TERUNG DI DESA FAFOE KECAMATAN
MALAKA BARAT KABUPATEN MALAKA**

OLEH

MELANIA YUNITA ATOK
12170083

**Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing untuk diajukan
kepada Dewan Penguji Skripsi Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian**

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Agustinus Nubatonis, S.P.,M.P.
NIP: 197408132003121001

Yosefina M. Fallo, S.P., M.Agb.
NIP: 197904152005012002

Kefamenanu

Dekan Fakultas Pertanian Agribisnis

Eduardus Yosef Neonbeni, S.P.,M.P
NIP : 197305142005011002

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PEMASARAN TERUNG DI DESA FAFOE KECAMATAN
MALAKA BARAT KABUPATEN MALAKA**

OLEH

MELANIA YUNITA ATOK
12170083

**Skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Program Studi
Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Timor**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

Dira Asri Pramita S.Pt.,M.Si.
NIP:198710052019032012

Yosefina M. Fallo, S.P., M.Agb.
NIP: 197904152005012002

Anggota Penguji

Agustinus Nubatonis S.P.,M.P.
NIP : 197408132003121001

Ketua Program Studi Agribisnis

Dekan Fakultas Pertanian

Simon Juan Kune, S.P.,M.P.
NIP : 197809222021211001

Eduardus Yosef Neonbeni, S.P.,M.P.
NIP : 197305142005011002

Tanggal Ujian :10 September 2021

Tanggal Lulus

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur patutlah penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat penyerta-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “ Analisis Pemasaran Terung di Desa Fafoe Kecamatan Malaka Barat Kabupaten Malaka” Pada kesempatan ini penulis patut menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Timor
2. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Timor
3. Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Timor
4. Agustinus Nubatonis S.P.,M.P. selaku dosen pembimbing I, yang telah membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Yosefina Marice Fallo, S.P.,M.Ag. selaku dosen pembimbing II, Yang telah membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Teman-teman seperjuangan atas semua dukungan bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini bukanlah suatu pekerjaan yang secara pribadi melainkan berkat kerja sama dan bimbingan semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna meningkatkan mutu skripsi ini dan kepada pihak yang telah membantu penulis, baik selama penulisan hingga penyusunan skripsi ini, hanya doa yang penulis dapat panjatkan kepada-Nya kiranya amal dan budi baik sekalian mendapatkan berkat-Nya.

Kefamenanu, 30 September, 2021

Melania Yunita Atok

ABSTRAK

MELANIA YUNITA ATOK Analisis Pemasaran Terung Di Desa Fafoe Kecamatan Malaka Barat Kabupaten Malaka Dibimbing oleh AGUSTINUS NUBATONIS S.p.,M.p dan YOSEFINA MARICE FALLO S.p.,M.Agb.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Fafoe Kecamatan Malaka Barat Kabupaten Malaka dari bulan Juli 2021 sampai selesai. Tujuan dari penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui saluran pemasaran terung di Desa Fafoe. 2). Untuk mengetahui margin pemasaran di Desa Fafoe. 3). Untuk mengetahui Farmer's share dalam pemasaran terung di Desa Fafoe. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui saluran pemasaran terung, analisis margin pemasaran untuk mengetahui selisih harga beli terung ditingkat konsumen dengan harga jual yang diterima produsen dan Farmer's Share untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani. Hasil analisis menunjukkan bahwa Saluran pemasaran di daerah penelitian terdiri dari tiga saluran pemasaran yaitu: 1). Produsen- Konsumen 2). Produsen- Pedagang Pengecer- Konsumen 3). Produsen- Pedagang Pengumpul- Pedagang Pengecer- Konsumen. Margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp.0/Kg karena harga jual terung di tingkat petani sama dengan harga beli ditingkat konsumen. Sementara pada saluran pemasaran II margin yang diperoleh adalah sebesar Rp.5.000/Kg dan pada saluran pemasaran III margin yang diperoleh sebesar Rp.7.500/ Kg. Nilai *Farmer's Share* saluran pemasaran I sebesar 100%, Nilai *Farmer's Share* saluran pemasaran II sebesar 66,67% dan Nilai *Farmer Share's* saluran pemasaran III sebesar 50%. Ketiga saluran tersebut memiliki nilai *farmer's share* >40% maka ketiga saluran pemasaran tersebut tergolong efisien.

Kata Kunci : Pemasaran Terung, Saluran pemasaran, Margin Pemasaran, Farmer's Share

ABSTRACT

MELANIA YUNITA ATOK Marketing Analysis of Eggplant in Fafoe Village, West Malaka District, Malacca Regency Supervised by AGUSTINUS NUBATONIS S.p,M.p and YOSEFINA MARICE FALLO S,p.,M.Agb.

This research was conducted in Fafoe Village, West Malaka District, Malacca Regency from July 2021 to completion. The aims of this research are 1). To knowing the marketing channels of eggplant in Fafoe Village. 2). To find out the margin marketing in Fafoe Village. 3). To find out Farmer's share in marketing eggplant in Fafoe Village. The data analysis method used in this research is descriptive qualitative analysis to determine the marketing channel of eggplant, marketing margin analysis to determine the difference between the purchase price of eggplant at the consumer level and the selling price received by producers and Farmer's Share to determine the share of the price received by farmers. The results of the analysis show that the marketing channel in the research area consists of three marketing channels, namely: 1). Producer-Consumer 2). Manufacturer Trader Retailer- Consumer 3). Producers - Collectors -Retailers -Consumers. The marketing margin in channel I is Rp.0/Kg because the selling price of eggplant at the farmer level is the same as the purchase price at the consumer level. While in marketing channel II the margin obtained is Rp. 5,000/Kg and in marketing channel III the margin is Rp. 7,500/Kg. The value of *Farmer's Share in* marketing channel I is 100%, the value of *Farmer's Share in* marketing channel II is 66.67% and the value of *Farmer's Share in* marketing channel III is 50%. The three channels have a *farmer's share value* >40%, so the three marketing channels are classified as efficient.

Keywords: Eggplant Marketing, Marketing channels, Marketing Margin, Farmer's Share

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	5
2.2 Gambaran Umum Buah Terung.....	7
2.3 Gambaran Umum Pemasaran	8
2.4 Fungsi-fungsi Pemasaran	9
2.5 Saluran dan Lembaga Pemasaran	11
2.5.1 Saluran Pemasaran	11
2.5.2 Lembaga Pemasaran.....	12
2.6 Biaya Dan Keuntungan Pemasaran.....	12
2.7 Margin Pemasaran.....	13
2.8 Farmer's Share	14
2.9 Efisiensi pemasaran.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Kerangka Berpikir.....	17
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	18
3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	18

3.4 Metode Pengumpulan Data	18
3.5 Pengamatan Dan Konsep Pengukuran	19
3.6 Metode Analisis Data	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	22
4.1.1 Keadaan Geografis	22
4.1.2 Keadaan Penduduk.....	22
4.1.3 Fasilitas.....	22
4.2 Deskripsi Identitas Responden	23
4.2.1 Umur.....	23
4.2.2 Pendidikan	24
4.2.3 Tanggungan Keluarga	25
4.2.4 Pengalaman Berusahatani.....	25
4.2.5 Informan Pedagang Pengumpul.....	26
4.2.6 Informan Pedagang Pengecer	27
4.3 Gambaran Umum Usahatani Terung Di Desa Fafoe	28
4.3.1 Saluran Pemasaran Terung	28
4.3.2 Penentuan Harga Jual	31
4.4 Biaya, Keuntungan, Margin Dan Efisiensi Pemasaran	33
4.4.1 Biaya, Keuntungan, Margin Dan Efisiensi Pemasaran Pada saluran I.....	34
4.4.2 Biaya, Keuntungan, Margin Dan Efisiensi Pemasaran Pada saluran II	34
4.4.3 Biaya, Keuntungan, Margin Dan Efisiensi Pemasaran Pada saluran III	35
4.5 Farmer's Share	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	39
5.1 Kesimpulan.....	39
5.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	41
PERSEMBAHAN	43
RIWAYAT DAN MOTTO PENELITI.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Penduduk Desa Fafoe Menurut Jenis Kelamin	22
2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur Petani Terung Di Desa Fafoe	24
3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Petani Terung Di Desa Fafoe	25
4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Petani Terung Di Desa Fafoe.....	25
5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani Petani Terung Di Desa Fafoe.....	26
6. Identitas Responden Pedagang Pengumpul	27
7. Identitas Responden Pedagang Pengumpul	28
8. Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Petani Responden Di Desa Fafoe	31
9. Perhitungan Biaya, Keuntungan, Margin dan Efisiensi Pemasaran pada saluran pemasaran II	36
10. Perhitungan Biaya, Keuntungan, Margin dan Efisiensi Pemasaran pada saluran pemasaran III	37
11. Farmer's Share Pada Saluran Pemasaran I, II dan III	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berpikir	18
2. Saluran Pemasaran I	32
3. Saluran Pemasaran II	33
4. Saluran Pemasaran III.....	33