

MUHAMMAD ILHAM GEMILANG 21542010020 :
Efisiensi Pemasaran Nanas Varietas Simplex (*Ananas comosus* L.) di Desa Babadan Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri dibawah bimbingan : **Nastiti Winahyu, SE., M.Si dan Endro Puji Astoko, S.P., M.M.A.**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis jalur pemasaran buah nanas varietas *Simplex* di Desa Babadan, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri, guna menentukan saluran yang paling efisien dan menguntungkan bagi petani. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis yang mencakup identifikasi saluran pemasaran, fungsi pemasaran, perhitungan margin dan biaya pemasaran, rasio keuntungan, serta *farmer share* di setiap saluran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima jalur pemasaran utama, yaitu: (I) petani-konsumen, (II) petani-pengecer-konsumen, (III) petani-pedagang besar-pengecer-konsumen, (IV) petani-pedagang besar-konsumen, dan (V) petani-pengepul/koperasi-pasar modern-konsumen. Saluran I terbukti paling efisien karena memotong mata rantai distribusi, sehingga petani memperoleh *farmer share* terbesar dan menanggung biaya pemasaran yang paling rendah. Saluran II juga tergolong cukup efisien meskipun terdapat satu perantara, karena margin dan biaya tambahan masih terkendali. Sebaliknya, saluran III dan IV menunjukkan efisiensi rendah akibat panjangnya rantai distribusi dan pembagian keuntungan yang lebih besar kepada perantara. Sementara itu, saluran V yang melibatkan koperasi dan pasar modern menunjukkan efisiensi cukup tinggi, dengan rasio

keuntungan mencapai 4,62 serta nilai tambah ekonomi yang signifikan. Namun, efisiensi ini sangat tergantung pada kemampuan petani dalam memenuhi standar mutu dan membangun kemitraan dengan lembaga koperasi atau pengepul yang profesional. Secara keseluruhan, efisiensi pemasaran dipengaruhi oleh jumlah pelaku dalam rantai distribusi, fungsi dan peran lembaga pemasaran, serta akses petani terhadap kelembagaan dan pasar bernilai tinggi. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas petani dalam pengelolaan mutu, dukungan kelembagaan, serta strategi pemasaran langsung menjadi kunci untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha tani nanas di wilayah tersebut.

MUHAMMAD ILHAM GEMILANG 21542010020 :
Marketing Efficiency of Simplex Pineapple Variety (Ananas comosus L.) in Babadan Village, Ngancar Sub-district, Kediri Regency, under the supervision of: Nastiti Winahyu, SE., M.Si dan Endro Puji Astoko, S.P., M.M.A.

SUMMARY

This study aims to identify and analyze the marketing channels of the Simplex pineapple variety in Babadan Village, Ngancar Sub-district, Kediri Regency, in order to determine the most efficient and profitable channel for farmers. A quantitative approach was used, with analytical techniques including the identification of marketing channels, marketing functions, calculation of marketing margins and costs, profit ratios, and the farmer's share in each channel. The results show that there are five main marketing channels: (I) farmer-consumer, (II) farmer-retailer-consumer, (III) farmer-wholesaler-retailer-consumer, (IV) farmer-wholesaler-consumer, and (V) farmer-collector/cooperative-modern market-consumer. Channel I proved to be the most efficient as it shortens the distribution chain, allowing farmers to obtain the highest farmer's share while incurring the lowest marketing costs. Channel II is also considered fairly efficient despite involving one intermediary, as the margins and additional costs remain manageable. In contrast, Channels III and IV are less efficient due to their longer distribution chains and a greater share of profit taken by intermediaries. Meanwhile, Channel V, which involves cooperatives and modern markets, shows relatively high efficiency with a profit ratio of 4.62 and significant added economic value. However, this efficiency highly depends on farmers' ability to meet quality standards and establish partnerships with cooperatives or professional collectors. Overall, marketing efficiency is influenced by the number of actors in the distribution chain, the role and

function of marketing institutions, and farmers' access to institutions and high-value markets. Therefore, improving farmers' capacity in quality management, institutional support, and direct marketing strategies is essential to increase income and ensure the sustainability of pineapple farming in the region.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	III
RIWAYAT HIDUP.....	IV
RINGKASAN.....	V
SUMMARY.....	VII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Nanas	8
2.2 Morfologi Nanas	9
2.3 Jenis Jenis Nanas	10
2.4 Tataniaga	11
2.5 Fungsi Pemasaran	13
2.6 Saluran Pemasaran.....	14

2.7 Efisiensi Pemasaran	16
2.7.1 Margin Pemasaran.....	17
2.7.2 <i>Farmer Share</i>	18
2.8 Penelitian Terdahulu	19
2.9 Kerangka Berpikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	27
3.2 Metode Penentuan Sampel Penelitian.....	27
3.3 Metode Penentuan Data	27
3.4 Metode Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian	31
4.2 Karakteristik Responden.....	32
4.2.1 Usia.....	32
4.2.2 Jenis Kelamin	35
4.2.3 Pengalaman.....	38
4.2.4 Pendidikan Terakhir.....	42
4.3 Fungsi Pemasaran	45
4.4 Segmentasi Pasar	49
4.5 Saluran Pemasaran	50
4.6 Margin Pemasaran.....	52
4.7 Rasio Keuntungan.....	60
4.8 <i>Farmer Share</i>	70
4.9 Biaya pemasaran.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87

5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian terdahulu	19
2.	Data reponden menurut usia petani nanas.....	32
3.	Data responden menurut usia pedagang besar	33
4.	Data responden menurut usia pengecer	34
5.	Data responden menurut jenis kelamin petani nanas..	35
6.	Data responden menurut jenis kelamin Pedagang besar	36
7.	Data responden menurut jenis kelamin Pengecer	37
8.	Data responden menurut pendidikan terakhir petani nanas.....	42
9.	Data responden menurut pendikan terakhir pedagang besar	43
10.	Data responden menurut pendikan terakhir pedagang pengecer	44
11.	Lembaga pemasaran.....	45
12.	Perbedaan antar grade pada nanas varietas simplex di Desa Babadan Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri	48
13.	Pemeliharaan saluran pemasaran nanas oleh petani nanas di Desa Babadan Kecamatan Ngancar Kabupatane kediri	52
14.	Margin pemasaran saluran I.....	53
15.	Margin pemasaran saluran II.....	54
16.	Margin pemasaran saluran III	55
17.	Margin pemasaran saluran IV	56
18.	Margin pemasaran saluran V.....	58
19.	Rasio keuntungan I	60
20.	Rasio keuntungan II	62
21.	Rasio keuntungan III.....	64
22.	Rasio keuntungan IV.....	66
23.	Rasio keuntungan V	68
24.	Farmer's share A.....	71
25.	Farmer's share B	73
26.	Farmer's share C.....	74

27. Biaya pemasaran saluran I	77
28. Biaya pemasaran saluran II.....	79
29. Biaya pemasaran saluran III.....	80
30. Biaya pemasaran saluran IV.....	82
31. Biaya pemasaran saluran V.....	84

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data Produksi Nanas di Provinsi Jawa Timur (BPS, 2023)	3
2.	Data Produksi Nanas di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri (BPS, 2023)	4
3.	Kerangka pemikiran	26
4.	Peta Kecamatan Ngancar	32
5.	Diagram lama pengalaman petani nanas	38
6.	Diagram lama pengalaman sebagai pedagang besar	39
7.	Lama pengalaman pedagang pengecer nanas	40

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner penelitian	94
2.	Foto penelitian	100
3.	Rekap Margin pemasaran	105
4.	Rekap Rekap rasio keuntungan.....	106
5.	Rekap <i>farmer's shere</i>	110
6.	Rekap biaya pemasaran.....	112