

RINGKASAN

Ubaidillah. (712.3.1.0646). “Analisis Pendapatan Usahatani Dan Pemasaran Buah Melon Di Desa Muangan Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep”. Dosen Pembimbing 1: Ir. Insusmoko Adi Jansen, MMA., Dosen Pembimbing 2: Ir. Purwati Ratna W, MMA

Buah melon merupakan salah satu komoditi pertanian yang banyak di gemari oleh masyarakat luas sebagai menu untuk pemenuhan gizi sehari-hari, selain itu buah melon juga mempunyai prospek pasar dan memiliki nilai ekonomis serta publisitas yang cukup tinggi yang tidak hanya diminati pasar dalam negeri namun juga merupakan komoditi ekspor yang banyak diminati konsumen luar negeri. Salah satu yang membudidaya buah melon yaitu Desa Muangan Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan, saluran pemasaran dan efisiensi usaha pemasaran hasil usahatani buah melon di Desa Muangan Kecamatan Saronggi. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja atau purposive di Desa Muangan Kecamatan Saronggi dengan pertimbangan bahwa Desa Muangan merupakan salah satu yang membudidaya buah melon. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode sampel jenuh (sensus). Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan program excel. Metode analisis yang pertama menggunakan R/C Ratio, analisis kedua menggunakan Analisis Margin Pemasaran, Share Biaya, Share Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata total biaya yang dikeluarkan oleh petani melon di Desa Muangan Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep adalah sebesar Rp. 37.319.109 per 70 hari dengan rata-rata total penerimaan sebesar Rp. 59.185.185. Sehingga pendapatan rata-rata per produksi (70 hari) yang diperoleh sebesar Rp. 21.866.077. Dan nilai R/C Ratio yang dihasilkan sebesar 1,58 dengan kesimpulan bahwa usahatani melon efisien atau menguntungkan.

Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I adalah 55% dan saluran pemasaran II adalah 50 % . Maka saluran pemasaran I lebih efisien. Pada saluran pemasaran I untuk pengepul diperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 4.000 per kg, share pemasaran sebesar 4,375 % per kg dan share keuntungan sebesar 95,625 % per kg. Pada saluran pemasaran II untuk pengepul diperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 2.000 , share pemasaran sebesar 8,75 % per kg dan share keuntungan sebesar 91,25 % per kg. Untuk pedagang pengecer diperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 3.000 per kg, share pemasaran sebesar 14,17 % per kg dan share keuntungan sebesar 85,83 %.

Kata Kunci: *Melon, Biaya, Pendapatan, R/C Ratio, Analisis Margin Pemasaran, Share Biaya Dan Share Keuntungan, Efisiensi Pemasaran.*