

**ANALISIS PEMASARAN BUAH NAGA (*Hylocereus*) DI  
NAGARI KACANG KECAMATAN X KOTO SINGKARAK  
KABUPATEN SOLOK**

**SKRIPSI**

**OLEH**



**LOLIN TADURI**

**1910223023**

**Dosen Pembimbing :**

**Pembimbing 1 : Ir. Dwi Evaliza, MSi**

**Pembimbing 2 : Rina Sari, SP. M. Si**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

**ANALISIS PEMASARAN BUAH NAGA (*Hylocereus*) DI  
NAGARI KACANG KECAMATAN X KOTO SINGKARAK  
KABUPATEN SOLOK**

**SKRIPSI**

**Oleh**



**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

## PERNYATAAN ORISINIL SKRIPSI


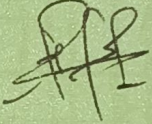
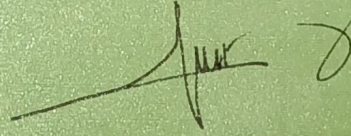
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Buah Naga (*Hylocereus*) di Nagari Kacang Kecamatan X Kota Singkarak Kabupaten Solok” adalah benar karya saya dan arahan dari pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain setelah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Padang, Juni 2024



Lolin Taduri  
NIM. 1910223023

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang panitia ujian sarjana  
Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 6 Juni 2024

No.	NAMA	TANDA TANGAN	JABATAN
1.	Dr. Devi Analia, SP. M.Si		Ketua
2.	Ir. Dwi Evaliza, MSi		Sekretaris
3.	Rina Sari, SP. M.Si		Anggota
4.	Lora Triana, SP. MM		Anggota
5.	Ir. Syahyana Rzesi, M.Sc		Anggota

**ANALISIS PEMASARAN BUAH NAGA (*Hylocereus*) DI  
NAGARI KACANG KECAMATAN X KOTO SINGKARAK  
KABUPATEN SOLOK**

Oleh

**LOLIN TADURI  
NIM. 1910223023**

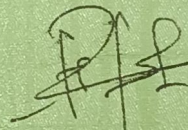
**MENYETUJUI**

**DOSEN PEMBIMBING I**



Ir. Dwi Evaliza, MSi  
NIP. 196204111989032001

**DOSEN PEMBIMBING II**



Rina Sari, SP. M.Si  
NIP. 197107151997032002

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas**

**Koordinator Program Studi  
Agribisnis Fakultas Pertanian**

Dr. Ir. Indra Dwipa, MS.  
NIP. 196502201989031003

Dr. Zednita Azriani, S.P., M.Si  
NIP. 197709232001122003

Tanggal disahkan :



“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai dengan suatu pekerjaan, segeralah engkau kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya engkau berharap”

(Q.S. Al Insyirah : 6-8)

Alhamdulillahirabbil'alamin!.....

Puji Syukur saya sampaikan atas kehadiran Allah SWT atas karunia, rahmat, nikmat yang tiada taranya, serta berbagai kemudahan yang telah Engkau berikan. Shalawat beserta salam untuk Nabi Muhammad SAW pemimpin umat manusia dan suri tauladan dalam menjalani kehidupan ini.

Karya kecil ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, pahlawan saya yang sangat berjasa dalam hidup saya. Berkat do'a dan dukungan dari Papa dan Mama akhirnya saya bisa seperti sekarang. Terimakasih saya ucapkan atas segala yang Papa dan Mama berikan serta senantiasa berjuang dan bekerja keras tanpa henti untuk membiayai dan memenuhi kebutuhan saya. Terimakasih kepada adik-adik saya David, Windi dan Aurel yang turut memberikan do'a dan dukungan kepada saya selama ini. Terimakasih juga kepada Keluarga Besar Yusa atas do'a dan dukungannya. Saya berharap bisa membanggakan dan mengangkat derajat Papa dan Mama.

Terimakasih setulusnya kepada kedua pembimbing, Ibu Ir. Dwi Evaliza, MSi dan Ibu Rina Sari, SP. M.Si yang dengan sabar memberikan saran, arahan, waktu dan bimbingan hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Serta terimakasih kepada Ibu Dr. Devi Analia, S.P., M.Si, Ibu Lora Triana, SP, MM, dan Ibu Ir. Syahyana Raesi, M. Sc selaku dosen penguji yang telah memberikan kritikan, saran dan masukan demi kesempurnaan skripsi ini. Dan terimakasih kepada seluruh Dosen Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi saya.

Tidak lupa teman seperjuangan saya Amoy, Gita, Siski, Ami, Caca, Pocut dan Isil. Dan juga kepada Nia, Cika, Hana, Daboi dan Sasa. Kalian semua adalah teman terbaik saya, semoga kelak kita masih bersama-sama dengan kesuksesan masing-masing dan pertemanan ini abadi hingga tua. Terimakasih saya ucapkan kepada Faldi Ramadani yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah dan saya susahkan setiap saat, sukses selalu buat kita.

Buat teman-teman SOSEK 19, terima kasih atas dukungan dan kebersamaan kita selama ini.

## BIODATA

Penulis dilahirkan di Solok, pada tanggal 7 Oktober 2000 sebagai anak pertama dari empat bersaudara dari Pasangan Bapak Yurlis dan Ibu Marniati. Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) ditempuh di TK Insan Kamil Kota Solok pada tahun 2006-2007. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SDN 06 Tanjung Paku Kota Solok pada tahun 2007 – 2013. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama ditempuh di SMPN 2 Solok pada tahun 2013 – 2016. Pendidikan Sekolah Menengah Atas ditempuh di SMAN 1 Solok pada tahun 2016-2019. Pada tahun 2019 penulis diterima melalui jalur SMMPTN Barat di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas.



Padang, Juni 2024

L.T

## KATA PENGANTAR

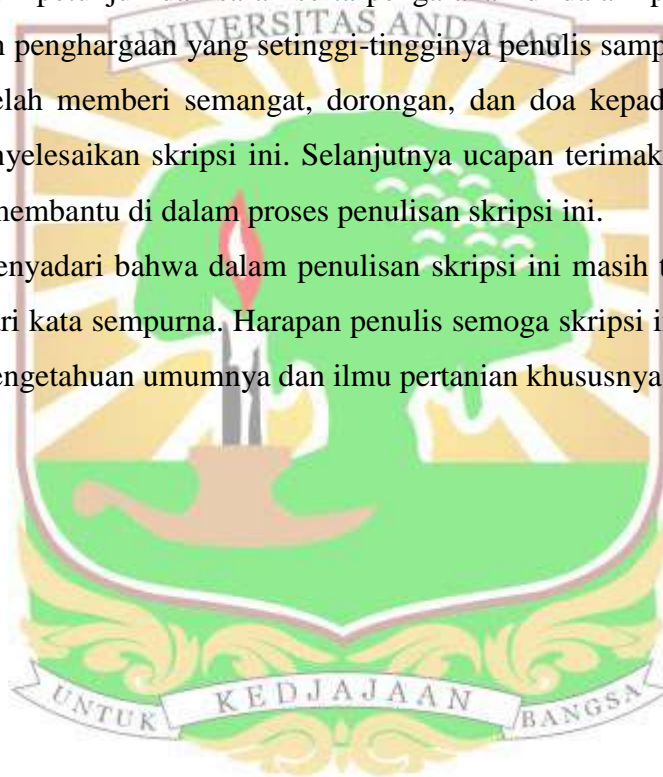
Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahuwata'ala atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini berjudul **“Analisis Pemasaran Buah Naga (*Hylocereus*) di Nagari Kacang Kecamatan X Kota Singkarak Kabupaten Solok”** dari program studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang setulusnya kepada kepada Ibu Ir. Dwi Evaliza, MSi dan Ibu Rina Sari, SP. M. Si selaku dosen pembimbing yang telah memberi petunjuk dan saran serta pengarahan di dalam penulisan skripsi ini. Penghormatan dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang telah memberi semangat, dorongan, dan doa kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu di dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan umumnya dan ilmu pertanian khususnya.

Padang, Juni 2024

L.T

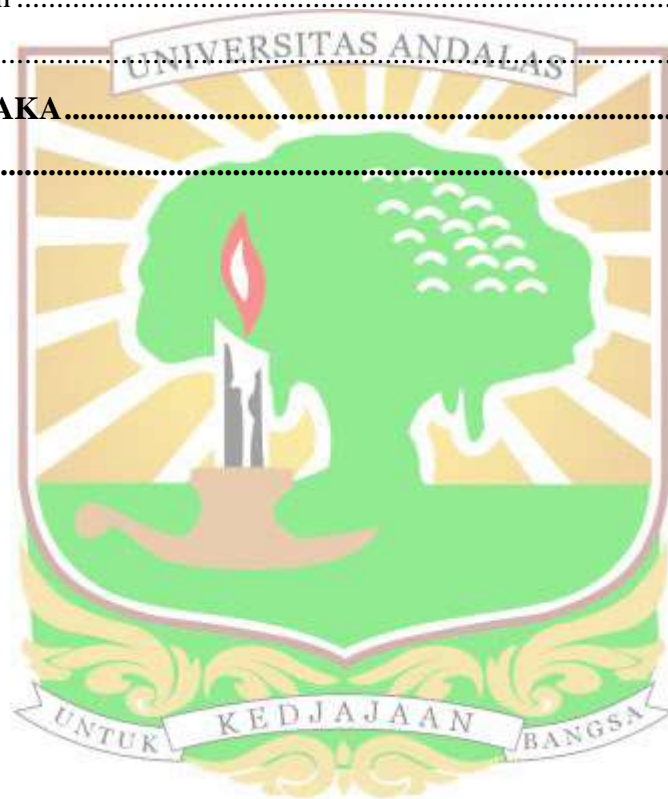




# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Gambaran Umum Buah Naga .....	7
B. Konsep Pemasaran .....	8
C. Lembaga Pemasaran .....	9
D. Saluran Pemasaran .....	10
E. Fungsi Pemasaran .....	13
F. Biaya dan Margin Pemasaran .....	14
G. Efisiensi Pemasaran .....	15
H. Penelitian Terdahulu .....	17
I. Kerangka Pemikiran.....	19
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	21
B. Metode Penelitian .....	21
C. Metode Pengambilan Sampel .....	21
D. Metode Pengumpulan Data.....	23
E. Variabel dan Data .....	25
F. Analisis Data.....	26
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>30</b>

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	30
B. Identitas Petani dan Pedagang .....	33
C. Saluran Pemasaran Buah Naga .....	37
D. Analisis Fungsi Pemasaran Buah Naga .....	43
E. Margin Saluran Pemasaran Buah Naga .....	48
F. Bagian yang Diterima Petani ( <i>Farmer's Share</i> ) Buah Naga .....	70
G. Keuntungan yang Diterima oleh Masing-Masing Lembaga Pemasaran.....	71
H. Efisiensi Pemasaran Buah Naga .....	72
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Saluran Pemasaran .....	12
2. Kerangka Pemikiran.....	20
3. Skema Saluran Pemasaran Buah Naga dari Nagari Kacang periode Oktober - November 2023 .....	39
4. Skema Saluran I Pemasaran Buah Naga dari Nagari Kacang periode Oktober - November 2023 .....	39
5. Skema Saluran II Pemasaran Buah Naga dari Nagari Kacang periode Oktober - November 2023 .....	40
6. Skema Saluran III Pemasaran Buah Naga dari Nagari Kacang periode Oktober - November 2023 .....	41
7. Skema Saluran IV Pemasaran Buah Naga dari Nagari Kacang periode Oktober - November 2023 .....	42



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Lahan Berdasarkan Penggunaannya di Nagari Kacang, Kecamatan X Koto Singkarak Tahun 2022 .....	30
2. Jumlah Penduduk berdasarkan jenis kelamin Nagari Kacang 2022 .....	32
3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan di Nagari Kacang 2022 .....	33
4. Identitas Petani Sampel Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang.....	33
5. Identitas Pedagang Sampel dari Aktivitas Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang.....	36
6. Fungsi Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang .....	44
7. Analisis Biaya dan Pemasaran Buah Naga Saluran I di Nagari Kacang.....	49
8. Analisis Biaya dan Pemasaran Buah Naga Saluran II di Nagari Kacang .....	53
9. Analisis Biaya dan Pemasaran Buah Naga Saluran III di Nagari Kacang .....	57
10. Analisis Biaya dan Pemasaran Buah Naga Saluran IV di Nagari Kacang.....	62
11. Analisis Margin Pemasaran, Keuntungan yang Diterima Lembaga Pemasaran, Bagian yang Diterima Petani, dan Efisiensi Pemasaran pada Keempat Saluran Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang .....	68
12. Margin Pemasaran Keempat Saluran Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang....	69
13. Bagian yang diterima Petani ( <i>Farmer's Share</i> ) dalam Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang .....	70
14. Persentase Biaya dan Keuntungan yang diterima oleh Lembaga Pemasaran pada Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang .....	71
15. Efisiensi Biaya Pemasaran Buah Naga di Nagari Kacang .....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Produksi Buah-Buahan dan Sayuran di Indonesia Tahunan (Ton) Tahun 2017 – 2021.....	79
2. Jumlah Tanaman dan Produksi Buah Naga Kabupaten Solok Tahun 2021 .....	80
3. Luas Tanam dan Produksi Naga di Nagari Kacang Tahun 2018- 2021 .....	81
4. Data Nama Kelompok Tani yang dominan membudidayakan buah naga di Nagari Kacang.....	82
5. Identitas Petani Sampel.....	82
6. Identitas Pedagang Sampel .....	84
7. Jumlah Produksi dan Harga Jual Buah Naga Dari Petani Ke Pedagang Pengecer Periode Panen Bulan Oktober - November 2023 (Saluran I).....	86
8. Jumlah Produksi dan Harga Jual Buah Naga Dari Petani Ke Pedagang Besar Periode Panen Bulan Oktober - November 2023 (Saluran II) .....	86
9. Jumlah Produksi dan Harga Jual Buah Naga Dari Petani Ke Pedagang Pengumpul Periode Panen Bulan Oktober - November 2023 (Saluran III).....	86
10. Jumlah Produksi dan Harga Jual Buah Naga Dari Petani Ke Pedagang Pengumpul Periode Panen Bulan Oktober - November 2023 (Saluran IV) .....	87
11. Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Buah Naga Saluran I di Nagari Kacang .....	88
12. Biaya Rata-rata Pemasaran Petani Saluran I.....	89
13. Biaya Rata-rata Pemasaran Pedagang Pengecer Saluran I .....	90
14. Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Buah Naga Saluran II di Nagari Kacang .....	91
15. Biaya Rata-rata Pemasaran Petani Saluran II .....	92
16. Biaya Rata-rata Pemasaran Pedagang Besar Saluran II.....	93
17. Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Buah Naga Saluran III di Nagari Kacang .....	94
18. Biaya Rata-rata Pemasaran Petani Saluran III .....	95
19. Biaya Rata-rata Pemasaran Pedagang Pengumpul Saluran III .....	97
20. Biaya Rata-rata Pemasaran Pedagang Pengecer Saluran III.....	98
21. Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Buah Naga Saluran IV di Nagari Kacang.....	100
22. Biaya Rata-rata Pemasaran Petani Saluran IV .....	101
23. Biaya Rata-rata Pemasaran Pedagang Pengumpul Saluran IV .....	104

24. Biaya Rata-rata Pemasaran Pedagang Besar Saluran IV .....	105
25. Biaya Rata-rata Pemasaran Pedagang Pengecer Saluran I .....	106
26. Dokumentasi .....	108



# ANALISIS PEMASARAN BUAH NAGA (*Hylocereus*) DI NAGARI KACANG KECAMATAN X KOTO SINGKARAK KABUPATEN SOLOK

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Kecamatan X Koto Singkarak merupakan salah satu daerah sentra produksi buah naga di Kabupaten Solok tetapi petani tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga buah naga sehingga menyebabkan tingginya margin pemasaran antara petani dan konsumen akhir. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran dan fungsi pemasaran oleh masing-masing lembaga serta menganalisis margin pemasaran, bagian yang diterima petani, keuntungan pedagang perantara dan efisiensi saluran pemasaran buah naga di Nagari Kacang Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif dimana dalam pengambilan datanya menggunakan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran, yaitu saluran I (petani - pedagang pengecer - konsumen), saluran II (petani - pedagang besar - konsumen industri), saluran III (petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen), saluran IV (petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - pedagang besar - konsumen). Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer buah naga terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Margin pemasaran paling kecil terdapat pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 5.375/Kg sedangkan untuk margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran IV yaitu sebesar Rp10.944/Kg. *Farmer's Share* paling besar terdapat pada saluran II yaitu sebesar 70,14%. Saluran pemasaran yang efisien berdasarkan efisiensi biaya yaitu saluran I. Hal ini disebabkan karena saluran I memiliki nilai persentase efisiensi pemasaran paling kecil yaitu sebesar 6,99%. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada pemerintah diharapkan dapat menyebarluaskan informasi mengenai harga buah naga dipasaran sehingga petani mengetahui harga yang berlaku. Dengan demikian, petani dapat melakukan tawar menawar dengan pedagang pengumpul dan tidak lagi menjadi pihak yang menerima harga.

Kata kunci: Buah Naga, Efisiensi Pemasaran, Margin, Pemasaran

**MARKETING ANALYSIS OF DRAGON FRUIT (*Hylocereus*) IN NAGARI KACANG  
DISTRICT X KOTO SINGKARAK, SOLOK REGENCY**

**ABSTRACT**

This research is motivated by the fact that X Koto Singkarak District is one of the main production areas of dragon fruit in Solok Regency, but farmers do not have the power to determine the price of dragon fruit, leading to a high marketing margin between farmers and end consumers. This study aims to describe the channels and marketing functions by each institution and to analyze the marketing margins, the portion received by farmers, intermediary trader profits, and the efficiency of dragon fruit marketing channels in Nagari Kacang, X Koto Singkarak District, Solok Regency. The method used is a qualitative and quantitative descriptive method where data collection is done using a survey method. The research results indicate that there are four marketing channels: channel I (farmers - retail traders - consumers), channel II (farmers - wholesalers - industrial consumers), channel III (farmers - collectors - retail traders - consumers), and channel IV (farmers - collectors - retail traders - wholesalers - consumers). The marketing functions carried out by farmers, collectors, and retail traders of dragon fruit consist of exchange function, physical function, and facilitation function. The smallest marketing margin is found in channel II, which is Rp 5,375/kg, while the largest marketing margin is found in channel IV, which is Rp 10,944/kg. The largest farmer's share is found in channel II, which is 70.14%. The efficient marketing channel based on cost efficiency is channel I. This is because channel I has the smallest marketing efficiency percentage, which is 6.99%. Based on the study results, it is recommended that the government disseminate information regarding dragon fruit prices in the market so that farmers are aware of the prevailing prices. This way, farmers can negotiate with collectors and no longer be price takers.

Keywords: Dragon Fruit, Margin, Marketing and Marketing Efficiency

