



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
Intisari	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Penelitian	4
3. Tujuan Penelitian.....	5
4. Manfaat Penelitian.....	6
II. LANDASAN TEORI	7
1. Tinjauan Pustaka	7
2. Dasar Teori	10
3. Kerangka Pemikiran	17
4. Hipotesis Penelitian	19
III. METODE PENELITIAN	20
1. Metode Dasar	20
2. Metode Pengambilan Sampel	20
3. Teknik Pengambilan Data	21
4. Jenis Data	22
5. Sumber Data	22
6. Asumsi dan Pembatasan Masalah	23
7. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel	23
8. Metode Analisis Data	25
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	35
1. Keadaan Alam	35
2. Struktur Penduduk.....	37
3. Keadaan Pertanian	42
V. KARAKTERISTIK SAMPEL PENELITIAN	44
1. Identitas Petani Buah Semangka	44
2. Identitas Pedagang Buah Semangka.....	52



VI. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	58
1. Saluran Pemasaran Buah Semangka	58
2. Margin Pemasaran Buah Semangka	68
3. <i>Farner's Share</i> Pemasaran Buah Semangka	73
4. Efisiensi Pemasaran Buah Semangka	78
5. Indeks Monopoli Pemasaran Buah Semangka	82
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Buah Semangka	85
VII. KESIMPULAN DAN SARAN	104
1. Kesimpulan	104
2. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	110



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Tanaman Menghasilkan dan Produksi Buah Semangka di Daerah Istimewa Yogyakarta	1
Tabel 1.2 Luas Panen dan Produksi Buah Semangka Per Kecamatan di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2014.....	2
Tabel 4.1 Struktur Penduduk Kecamatan Panjatan Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.2 Struktur Penduduk Kecamatan Panjatan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.3 Struktur Penduduk Kecamatan Panjatan Berdasarkan Mata Pencaharian.....	40
Tabel 4.4 Tata Guna Lahan Kecamatan Panjatan	42
Tabel 5.1 Identitas Petani Berdasarkan Umur	44
Tabel 5.2 Identitas Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
Tabel 5.3 Identitas Petani Berdasarkan Jenis Buah Semangka	46
Tabel 5.4 Identitas Petani Berdasarkan Sasaran Penjualan	47
Tabel 5.5 Identitas Petani Berdasarkan Lokasi Penjualan	48
Tabel 5.6 Identitas Petani Berdasarkan Sistem Penjualan	49
Tabel 5.7 Rerata Petani Buah Semangka Berdasarkan Sistem Penjualan	50
Tabel 5.8 Identitas Petani Berdasarkan Sistem Pembayaran	51
Tabel 5.9 Identitas Pedagang Berdasarkan Umur	52
Tabel 5.10 Identitas Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 5.11 Identitas Pedagang Berdasarkan Pengalaman Berdagang	54
Tabel 5.12 Identitas Pedagang Berdasarkan Sumber Modal	55
Tabel 5.13 Identitas Pedagang Berdasarkan Alasan Membeli-Menjual	56
Tabel 6.1 Tingkat Kepercayaan Pedagang Buah Semangka Kualitas A	64
Tabel 6.2 Tingkat Kepercayaan Pedagang Buah Semangka Kualitas B	66
Tabel 6.3 Tingkat Kepercayaan Pedagang Buah Semangka Kualitas C	67
Tabel 6.4 Margin Pemasaran Buah Semangka	69
Tabel 6.5 Hasil Uji Korelasi Margin Pemasaran Buah Semangka Kualitas A	71



Tabel 6.6 Hasil Uji Korelasi Margin Pemasaran Buah Semangka Kualitas B	72
Tabel 6.7 Hasil Uji Korelasi Margin Pemasaran Buah Semangka Kualitas C	73
Tabel 6.8 <i>Farmer's Share</i> Pemasaran Buah Semangka	74
Tabel 6.9 Hasil Uji Korelasi <i>Farmer's Share</i> Buah Semangka Kualitas A	75
Tabel 6.10 Hasil Uji Korelasi <i>Farmer's Share</i> Buah Semangka Kualitas B	76
Tabel 6.11 Hasil Uji Korelasi <i>Farmer's Share</i> Buah Semangka Kualitas C	77
Tabel 6.12 Efisiensi Pemasaran Buah Semangka	78
Tabel 6.13 Hasil Uji Korelasi Efisiensi Pemasaran Buah Semangka Kualitas A.....	79
Tabel 6.14 Hasil Uji Korelasi Efisiensi Pemasaran Buah Semangka Kualitas B.....	80
Tabel 6.15 Hasil Uji Korelasi Efisiensi Pemasaran Buah Semangka Kualitas C.....	81
Tabel 6.16 Indeks Monopoli Saluran Pemasaran Buah Semangka	83
Tabel 6.17 Hasil Uji Multikolinieritas Buah Semangka Kualitas A	89
Tabel 6.18 Hasil Uji Multikolinieritas Buah Semangka Kualitas B	89
Tabel 6.19 Hasil Uji Multikolinieritas Buah Semangka Kualitas C	90
Tabel 6.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas Buah Semangka Kualitas A	90
Tabel 6.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas Buah Semangka Kualitas B	91
Tabel 6.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas Buah Semangka Kualitas C	91
Tabel 6.23 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran A.....	92
Tabel 6.24 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran B	97
Tabel 6.25 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran C	100



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Peta Administratif Kabupaten Kulon Progo	36
Gambar 6.1 Hasil Uji <i>Jarque-Bera</i> Buah Semangka Kualitas A	86
Gambar 6.2 Hasil Uji <i>Jarque-Bera</i> Buah Semangka Kualitas B	87
Gambar 6.3 Hasil Uji <i>Jarque-Bera</i> Buah Semangka Kualitas C	88



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan Margin Pemasaran Buah Semangka Kualitas A	110
Lampiran 2. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan Margin Pemasaran Buah Semangka Kualitas B	111
Lampiran 3. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan Margin Pemasaran Buah Semangka Kualitas C	112
Lampiran 4. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan <i>Farmer's Share</i> Buah Semangka Kualitas A	113
Lampiran 5. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan <i>Farmer's Share</i> Buah Semangka Kualitas B	114
Lampiran 6. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan <i>Farmer's Share</i> Buah Semangka Kualitas C	115
Lampiran 7. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan Nilai Efisiensi Pemasaran Buah Semangka Kualitas A	116
Lampiran 8. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan Nilai Efisiensi Pemasaran Buah Semangka Kualitas B	117
Lampiran 9. Uji Korelasi Panjang Saluran Pemasaran Dengan Nilai Efisiensi Pemasaran Buah Semangka Kualitas C	118