

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELON INTHANON (STUDI KASUS PADA *GREENHOUSE* AGRO MELON DI DESA TANJUNG AGUNG KECAMATAN BANYUASIN III KABUPATEN BANYUASIN)

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY OF INTHANON MELON (CASE STUDY AT GREENHOUSE AGRO MELON IN TANJUNG AGUNG VILLAGE BANYUASIN III DISTRICT BANYUASIN REGENCY)



**Grevita Hefiananda Velani
05011282126042**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

GREVITA HEFIANANDA VELANI. Analysis of Marketing Strategy of Inthanon Melon (Case Study at Greenhouse Agro Melon in Tanjung Agung Village Banyuasin III District Banyuasin Regency) (Supervised by **MARYADI**).

The availability of modern greenhouse access can increase the productivity and quality of melon fruit. Meanwhile, effective marketing strategies help expand the market. The objectives of this study were (1) to identify marketing channels for Inthanon melons at the Greenhouse Agro Melon, Tanjung Agung Village, (2) to identify the 7P marketing mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical evidence), and (3) to formulate effective marketing strategies to increase the competitiveness of Inthanon melons. This research was conducted in Tanjung Agung Village, Banyuasin III District, Banyuasin Regency, South Sumatra Province in January-February 2025. The research method used was the case study method. The data used were primary data and secondary data. The results of this study were (1) There are two marketing channels used in the distribution of Inthanon melons. Marketing channel I involves a direct relationship between producers and consumers, the marketing profit is IDR 7,144/kg. Meanwhile, marketing channel II through collectors as intermediaries between producers and consumers, the marketing profit varies based on grade, namely Rp4,166/kg - A, Rp3,166/kg - B, Rp1,166/kg - C. (2) The 7P marketing mix is running effectively, this success is marked by the smooth marketing process and high consumer demand. (3) The marketing strategy in Quadrant I (aggressive strategy), indicating very profitable conditions. The most appropriate alternative strategy is the Strengths-opportunities (SO) strategy, focusing on utilizing internal strengths to achieve maximum market opportunities.

Keywords: greenhouse, inthanon melon, marketing strategy

RINGKASAN

GREVITA HEFIANANDA VELANI. Analisis Strategi Pemasaran Melon Inthanon (Studi Kasus pada Greenhouse Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin) (Dibimbing oleh **MARYADI**).

Tersedianya akses modern *greenhouse* dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas buah melon. Sementara strategi pemasaran efektif membantu perluasan pasar. Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi saluran pemasaran melon Inthanon di *Greenhouse* Agro Melon Desa Tanjung Agung, (2) Mengidentifikasi bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical evidence*), dan (3) Merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing melon Inthanon. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan pada Bulan Januari-Februari 2025. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini adalah (1) Terdapat dua saluran pemasaran digunakan dalam distribusi melon Inthanon. Saluran pemasaran I melibatkan hubungan langsung antara produsen dan konsumen, keuntungan pemasarannya sebesar Rp7.144/kg. Sementara itu, saluran pemasaran II melalui pedagang pengumpul sebagai perantara produsen dan konsumen, keuntungan pemasarannya bervariasi berdasarkan *grade*, yaitu Rp4.166/kg - A, Rp3.166/kg - B, Rp1.166/kg - C. (2) Bauran pemasaran 7P berjalan efektif, keberhasilan ini ditandai dari kelancaran proses pemasaran dan tingginya permintaan konsumen. (3) Strategi pemasaran pada Kuadran I (strategi agresif), menunjukkan kondisi yang sangat menguntungkan. Strategi alternatif yang paling sesuai adalah strategi *Strengths-opportunities* (SO), berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk meraih peluang pasar secara maksimal.

Kata kunci: *greenhouse*, melon inthanon, strategi pemasaran

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELON INTHANON (STUDI KASUS PADA *GREENHOUSE* AGRO MELON DI DESA TANJUNG AGUNG KECAMATAN BANYUASIN III KABUPATEN BANYUASIN)

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Grevita Hefiananda Velani
05011282126042**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELON INTHANON (STUDI KASUS PADA *GREENHOUSE* AGRO MELON DI DESA TANJUNG AGUNG KECAMATAN BANYUASIN III KABUPATEN BANYUASIN)

SKRIPSI

Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :
Grevita Hefiananda Velani
05011282126042

Indralaya, Juni 2025

Pembimbing


Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP. 196501021992031001

Mengetahui,

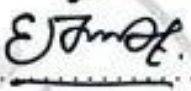
Dekan Fakultas Pertanian Unsri




Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul "Analisis Strategi Pemasaran Melon Inthanon (Studi Kasus pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin)" oleh Grevita Hefiananda Velani telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 14 Mei 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Prof. Dr. Ir. Sriati, M.S.
NIP. 195907281984122001 Ketua (..........)
2. Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
NIP. 196104261987032007 Penguji (..........)
3. Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP. 196501021992031001 Pembimbing (..........)

Indralaya, Juni 2025
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP. 197412262001122011

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Grevita Hefiananda Velani

NIM : 05011282126042

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Melon Inthanon (Studi Kasus pada
Greenhouse Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin
III Kabupaten Banyuasin)

Menyatakan bahwa data dan informasi yang disajikan di dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juni 2025

Grevita Hefiananda Velani



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Grevita Hefiananda Velani lahir di Palembang Sumatera Selatan pada tanggal 06 September 2003 dari pasangan bapak Hendra Oka Saputra dan ibu Finalis Asmara. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Pekerjaan orang tua adalah Karyawan Swasta dan Ibu Rumah Tangga. Penulis memiliki satu saudara laki-laki, yang bernama Grenaldy Hefiyondra Pratama. Penulis mengawali perjalanan jenjang pendidikan pada tahun 2008 di TK Islam Terpadu Ulil Albab. Lalu, penulis menyelesaikan Sekolah Dasar di SD Islam Terpadu Ulil Albab pada tahun 2015 dan dilanjutkan ke jenjang berikutnya, yaitu SMP Pusri Palembang yang lulus pada tahun 2018. Kemudian, melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMA Pusri Palembang hingga tahun 2021. Penulis melanjutkan pada jenjang sarjana atau strata 1 di salah satu Universitas ternama di Indonesia, yaitu Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program studi Agribisnis pada tahun 2021 hingga sekarang.

Penulis aktif terlibat dalam salah satu organisasi yang ada di fakultas, yaitu Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sriwijaya sebagai staff Hubungan Masyarakat. Dengan cita-cita yang kuat untuk menjadi seorang pengusaha sukses dan wanita karir. Penulis bertekad untuk membawa kebanggaan bagi kedua orang tua dan keluarga. Bercita-cita untuk menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat yang membutuhkan, sehingga dapat memberikan dampak positif yang luas.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Melon Inthanon (Studi Kasus pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin)”. Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pertama dan yang utama Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kekuatan yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua Orang Tua tercinta, Mama dan Papa, Finalis Asmara dan Hendra Oka Saputra, atas segala cinta, kasih sayang, pengorbanan, doa dan dukungan yang tak pernah putus baik secara material maupun spiritual. Ketabahan, nasihat, serta motivasi tanpa henti yang menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis dalam menghadapi segala tantangan dan kesulitan selama proses penyusunan skripsi ini. Tak ada balasan setara kecuali doa tulus penulis semoga kelak menjadi anak yang dapat membanggakan dan membahagiakan Mama dan Papa. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan Mama dan Papa dengan kesehatan, kebahagiaan dan keberkahan yang melimpah.
3. Seluruh keluarga besar, baik keluarga Hasan Basri maupun keluarga Amrullah, termasuk Oma Nurhuda, Abang Grenaldy Hefyondra Pratama. Tidak lupa, secara khusus Adik tercinta Alm. Ghifari Hefiattar Fakhryan yang senantiasa hadir dalam kenangan dan doa. Setiap dorongan semangat, nasihat dan tawa bersama menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan tantangan akademik ini. Semoga kelak penulis dapat membalas semua kebaikan ini dengan prestasi dan karya yang lebih membanggakan.
4. Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik atas bimbingan, arahan, kesabaran, motivasi dan waktu yang telah dicurahkan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Bapak senantiasa diberikan kesehatan, kelancaran dalam berkarir, serta kesuksesan dalam setiap langkah.

5. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Huanza, S. P., M.Si. selaku Dosen Penelaah Seminar Proposal dan Seminar Hasil atas masukan, kritik membangun, serta saran yang diberikan.
7. Seluruh dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengajaran berharga selama masa studi penulis.
8. Seluruh pihak dalam proses penelitian di *Greenhouse* Agro Melon atas kontribusi berupa waktu, serta informasi dalam pengumpulan data skripsi ini.
9. Teman-teman SMP Pusri yang tetap setia menjalin pertemanan, dukungan, serta cerita nostalgia yang selalu berhasil menyemangati penulis di saat penat.
10. Teman-teman seperjuangan semasa kuliah yang menjadi penyemangat, sabar menghadapi *overthinking* dan diskusi *randomnya*.
11. Rekan se-PA mahasiswa bimbingan Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si. angkatan 2021, yang selalu berjuang bersama mulai dari PL, magang, hingga proses bimbingan skripsi ini.
12. *Last but not least*, diriku sendiri, Grevita Hefiananda Velani, perempuan kuat yang sering meragukan diri sendiri tapi tetap melangkah. Untuk semua kerja keras, air mata dan perjuangan di balik layar yang tidak terlihat. Untuk setiap kecemasan yang dihadapi dan setiap langkah kecil yang akhirnya membawa sampai ke garis *finish* ini. Ini bukan sekedar tentang gelar, tapi pembuktian bahwa kamu lebih kuat dari yang kamu kira. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada. Semoga ke depan kamu akan terus tumbuh, belajar dan tidak pernah berhenti untuk bermimpi lebih besar lagi.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dalam rangka penyempurnaan tulisan ini di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juni 2025

Grevita Hefiananda Velani

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1. Konsepsi Tanaman Melon	7
2.1.2. Konsepsi Pertanian Modern (<i>Greenhouse</i>).....	8
2.1.3. Konsepsi Pemasaran.....	9
2.1.4. Konsepsi Lembaga Pemasaran	11
2.1.5. Konsepsi Saluran Pemasaran	12
2.1.6. Konsepsi Biaya Pemasaran.....	13
2.1.7. Konsepsi Margin Pemasaran	14
2.1.8. Konsepsi Keuntungan Pemasaran.....	15
2.1.9. Konsepsi Strategi Pemasaran.....	15
2.1.10. Konsepsi Bauran Pemasaran.....	17
2.1.11. Konsepsi Analisis SWOT	18
2.2. Model Pendekatan.....	20
2.3. Hipotesis.....	20
2.4. Batasan Operasional.....	23
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2. Metode Penelitian	25
3.3. Metode Pengumpulan Data	26
3.4. Metode Pengolahan Data.....	26

	Halaman
3.4.1. Tahap Pemasukan (<i>the Input Stage</i>).....	27
3.4.2. Tahap Penentuan Kuadran.....	28
3.4.3. Tahap Menentukan Matriks SWOT	29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Profil Usaha Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	31
4.1.1. Letak Geografis dan Batas Wilayah	31
4.1.2. Sejarah <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	32
4.1.3. Lokasi <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	33
4.2. Teknik Budidaya Melon Inthanon.....	34
4.2.1. Persiapan <i>Greenhouse</i>	35
4.2.2. Penyemaian Benih Melon Inthanon	36
4.2.3. Persiapan Lahan dan Penanaman	37
4.2.4. Pemupukan Melon Inthanon.....	38
4.2.5. Pemeliharaan Melon Inthanon	39
4.2.6. Pemanenan Melon Inthanon	41
4.3. Lembaga Pemasaran di <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	42
4.4. Saluran Pemasaran di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	44
4.5. Segmentasi Pasar	48
4.6. Target Pasar	49
4.7. Biaya Pemasaran <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	51
4.8. Margin Pemasaran <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	52
4.9. Keuntungan Pemasaran <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	53
4.10. Bauran Pemasaran <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	55
4.10.1. Produk (<i>Product</i>).....	55
4.10.2. Harga (<i>Price</i>).....	57
4.10.3. Promosi (<i>Promotion</i>)	58
4.10.4. Tempat (<i>Place</i>).....	59
4.10.5. Orang (<i>People</i>).....	60
4.10.6. Proses (<i>Process</i>)	61
4.10.7. Lingkungan Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	62
4.11. Strategi Berdasarkan Analisis SWOT	63

	Halaman
4.11.1. Faktor Internal.....	63
4.11.2. Faktor Eksternal	66
4.11.3. Analisis Matriks IFE dan EFE	68
4.11.4. Analisis Diagram SWOT	71
4.11.5. Analisis Matriks Internal dan Eksternal (I-E Matriks)	74
4.11.6. Analisis Matriks SWOT	76
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Produksi Melon di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2020 - 2023	2
Tabel 1.2. Luas Panen Melon di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2023	3
Tabel 1.3. Luas Panen dan Produksi Melon Menurut Kecamatan di Kabupaten Banyuasin Tahun 2021 - 2024	4
Tabel 3.1. Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	27
Tabel 3.2. Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	28
Tabel 3.3. Matriks SWOT (<i>Strength, Weaknesses, Opportunities</i> dan <i>Threats</i>)	29
Tabel 4.1. Kebutuhan Pupuk untuk Budidaya Melon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	39
Tabel 4.2. Biaya Pemasaran Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	51
Tabel 4.3. Margin Pemasaran Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	53
Tabel 4.4. Keuntungan Pemasaran Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	54
Tabel 4.5. Klasifikasi Mutu Melon Inthanon Berdasarkan <i>Grade</i>	55
Tabel 4.6. Klasifikasi Harga Melon Inthanon	57
Tabel 4.7. Strategi Promosi <i>Greenhouse</i> Agro Melon	58
Tabel 4.8. Tahapan Proses dalam Bauran Pemasaran <i>Greenhouse</i> Agro Melon	61
Tabel 4.9. Hasil Analisis Matriks IFE pada <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	69
Tabel 4.10. Hasil Analisis Matriks EFE pada <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	70
Tabel 4.11. Nilai Titik Koordinat X Diagram SWOT	72
Tabel 4.12. Nilai Titik Koordinat Y Diagram SWOT	72
Tabel 4.13. Hasil Analisis Matriks SWOT	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan	20
Gambar 3.1. Kuadran Analisis SWOT	28
Gambar 4.1. Proses Penyemaian Melon Inthanon.....	36
Gambar 4.2. Persiapan Lahan Budidaya Melon Inthanon	38
Gambar 4.3. Pemanenan Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	42
Gambar 4.4. Pola Pemasaran di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	45
Gambar 4.5. Wisata Petik Melon di Desa Tanjung Agung.....	46
Gambar 4.6. Produk Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	56
Gambar 4.7. Alur Distribusi Langsung <i>Greenhouse</i> Agro Melon.....	59
Gambar 4.8. Alur Distribusi Tidak Langsung <i>Greenhouse</i> Agro Melon	60
Gambar 4.9. Hasil Analisis Diagram SWOT	73
Gambar 4.10. Matriks IE pada <i>Greenhouse</i> Agro Melon	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Kecamatan Banyuasin III.....	88
Lampiran 2. Perhitungan Biaya Pemasaran Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	89
Lampiran 3. Perhitungan Margin Pemasaran Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	90
Lampiran 4. Perhitungan Biaya Produksi Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	91
Lampiran 5. Biaya Investasi Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	92
Lampiran 6. Perhitungan Keuntungan Pemasaran Melon Inthanon di <i>Greenhouse</i> Agro Melon	93
Lampiran 7. Faktor-Faktor Strategi Internal <i>Greenhouse</i> Agro Melon	95
Lampiran 8. Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Internal.....	96
Lampiran 9. Penentuan <i>Rating</i> Faktor Strategi Internal	97
Lampiran 10. Rekapitulasi Pembobotan dan <i>Rating</i> Faktor Strategi Internal.....	98
Lampiran 11. Faktor-Faktor Strategi Eksternal <i>Greenhouse</i> Agro Melon ..	99
Lampiran 12. Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal	100
Lampiran 13. Penentuan <i>Rating</i> Faktor Strategi Eksternal.....	101
Lampiran 14. Rekapitulasi Pembobotan dan <i>Rating</i> Faktor Strategi Eksternal	102
Lampiran 15. Dokumentasi	103

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Melon (*Cucumis melo* L.) kini semakin digemari dan mendapatkan popularitas secara global. Buah ini memiliki beragam varietas dengan karakteristik yang berbeda-beda, khususnya dari sisi rasa, bentuk, warna, maupun tekstur daging buahnya. Melon menjadi buah yang populer di kalangan pembeli maupun penjual, menyebabkan permintaannya terus meningkat seiring makin banyaknya orang yang menyukainya. Kandungan nutrisi dan mineral dalam buah melon yang mendukung kesehatan, termasuk mengatur berat badan. Kandungan serat dan kalium yang tinggi pada buah melon membantu melindungi tubuh dari penumpukan lemak, sehingga dapat menurunkan risiko penyakit jantung dan *stroke* (Nurpanjawi *et al.*, 2021).

Melon Inthanon merupakan varietas melon unggul dengan kadar brixnya yang tinggi memberikan rasa manis, menjadikannya populer di Indonesia. Melon Inthanon memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari jenis melon lainnya, seperti kulit berwarna kuning dengan jaring halus dan daging buah berwarna hijau kekuningan yang lembut dan *juicy*. Kandungan nutrisi melon Inthanon, seperti vitamin A mendukung fungsi penglihatan, kulit, dan sistem imun, sedangkan vitamin C berfungsi untuk memperkuat ketahanan tubuh. Sebagai buah yang kaya akan khasiat, melon Inthanon menjadi pilihan yang digemari dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut dalam bidang pertanian di Indonesia (Susanto *et al.*, 2022).

Pemasaran merupakan proses bisnis yang menggunakan mekanisme pasar untuk menciptakan pertukaran nilai guna memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Proses ini meliputi konsumen, kebutuhan konsumen, produk, promosi dan penetapan harga. Sebagai bagian integral dari organisasi, pemasaran mencakup berbagai proses mulai dari perancangan, penciptaan, penyebarluasan, hingga penyampaian nilai-nilai kepada pelanggan. Ketika pemasaran dilakukan dengan efisien dan adil, keseluruhan pemasaran dapat meningkatkan efisiensi ekonomi. Definisi lain menyebutkan bahwa, pemasaran didefinisikan sebagai bidang

keilmuan bisnis yang mencakup penyusunan strategi sistematis untuk mengelola proses pembentukan, penyajian, serta pertukaran nilai dari produsen kepada seluruh pihak terkait (Sope, 2023).

Strategi pemasaran merupakan elemen krusial yang wajib dimiliki setiap perusahaan dalam bisnisnya, karena hal ini berkaitan dengan pencapaian target perusahaan. Agar target tersebut tercapai, strategi pemasaran harus dirancang secara menyeluruh, terencana dan terintegrasi. Dalam merumuskan strategi pemasaran, melalui kerangka SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berperan penting sebagai alat identifikasi terhadap kapabilitas internal dan tantangan eksternal (Hardiansyah *et al.*, 2024). Bagi usaha pertanian seperti melon, perumusan strategi pemasaran yang efektif mensyaratkan pertimbangan keunggulan produk, seperti kualitas dan nilai tambah, serta memanfaatkan peluang pasar yang semakin meningkat.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, Indonesia mencatat angka produksi melon yang signifikan mencapai 118.696 ton pada tahun 2022 dan sedikit menurun menjadi 117.794 ton pada tahun 2023. Meskipun terjadi penurunan secara nasional, Sumatera Selatan berhasil mencatatkan produksi melon sebesar 1.543 ton pada tahun 2023, menempatkannya sebagai produsen melon terbesar ke-11 di Indonesia. Dengan kontribusi 1,3% dari total produksi melon nasional, Sumatera Selatan menunjukkan potensi yang cukup menjanjikan dalam pengembangan budidaya melon. Meskipun Sumatera Selatan belum menjadi produsen utama, dengan upaya yang berkelanjutan provinsi ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang sekaligus berkontribusi lebih besar terhadap ketahanan pangan dan perekonomian nasional. Data produksi melon di Provinsi Sumatera Selatan selama periode 2020 hingga 2023 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Produksi Melon di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2020 - 2023

Tahun	Produksi (Ton)
2020	1.242
2021	2.101
2022	1.928
2023	1.534
Jumlah	6.805

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1. menunjukkan data produksi terjadi pola perubahan besar yang terjadi secara tahunan. Pada tahun 2020, produksi melon mencapai 1.242 ton. Pada tahun 2021, produksi melon meningkat secara signifikan menjadi 2.101 ton atau mengalami kenaikan sebesar 69,16%. Namun pada tahun 2022, produksi melon mengalami penurunan sebesar 8,23% menjadi 1.928 ton. Penurunan produksi kembali terjadi pada tahun 2023, di mana produksi melon turun menjadi 1.543 ton atau 20,43% lebih rendah dari tahun sebelumnya. Secara keseluruhan total produksi melon di Sumatera Selatan mencapai 6.805 yang menunjukkan potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut.

Dari sisi luas panen, Sumatera Selatan memiliki 194 hektar lahan yang digunakan untuk budidaya melon. Kabupaten Banyuasin berkontribusi dengan menempati peringkat keempat, memiliki luas lahan sebesar 21 hektar dari total luas panen melon di Sumatera Selatan. Data ini mengindikasikan bahwa Sumatera Selatan memiliki potensi yang signifikan untuk pengembangan budidaya melon, termasuk varietas unggul seperti melon Inthanon. Informasi mengenai luas panen melon di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Luas Panen Melon di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2023

No.	Kabupaten/Kota	Luas Panen (Ha)
1.	Ogan Komering Ulu	7
2.	Ogan Komering Ilir	40
3.	Muara Enim	15
4.	Lahat	-
5.	Musi Rawas	27
6.	Musi Banyuasin	6
7.	Banyuasin	21
8.	Ogan Komering Ulu Selatan	-
9.	Ogan Komering Ulu Timur	65
10.	Ogan Ilir	-
11.	Empat Lawang	-
12.	Penukal Abab Lematang Ilir	-
13.	Musi Rawas Utara	-
14.	Kota Palembang	1
15.	Kota Prabumulih	14
16.	Kota Pagar Alam	-
17.	Kota Lubuklinggau	0
Jumlah		194

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan (2024)

Budidaya melon di Kabupaten Banyuasin menunjukkan perkembangan yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir. Para petani di daerah ini mulai mengadopsi metode pertanian modern, seperti penggunaan *greenhouse* yang memungkinkan peningkatan kualitas dan kuantitas hasil panen secara signifikan. Tingginya permintaan buah melon memberikan prospek cerah bagi pengembangan budidaya melon di daerah ini. Banyuasin memiliki peluang besar untuk menjadi sentra produksi melon di Provinsi Selatan. Adapun luas panen melon di Kabupaten Banyuasin tahun 2021 - 2024 dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3. Luas Panen Melon Menurut Kecamatan di Kabupaten Banyuasin Tahun 2021 - 2024

No.	Kecamatan	Luas Panen (Ha)			
		2021	2022	2023	2024
1.	Rantau Bayur	-	-	-	-
2.	Betung	-	-	-	-
3.	Suak Tapeh	3	2	5	5,8
4.	Pulau Rimau	-	-	-	-
5.	Tungkal Ilir	7	-	-	7
6.	Selat Penuguan	-	0	-	-
7.	Banyuasin III	2	13	-	14
8.	Sembawa	1	1	1	0,25
9.	Talang Kelapa	4	-	1	-
10.	Tanjung Lago	2	12	14	3
11.	Banyuasin I	-	-	-	-
12.	Air Kumbang	17	10	-	-
13.	Rambutan	-	-	-	-
14.	Muara Padang	6	-	-	-
15.	Muara Sugihan	-	-	-	-
16.	Makarti Jaya	-	-	-	-
17.	Air Salek	-	-	-	-
18.	Banyuasin II	-	-	-	-
19.	Karang Agung Ilir	-	-	-	-
20.	Muara Telang	2	-	-	-
21.	Sumber Marga Telang	-	-	-	-
Banyuasin		43	38	21	30,05

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan (2024)

Berdasarkan Tabel 1.3. dapat dilihat bahwa luas panen melon di Kabupaten Banyuasin mengalami fluktuasi dalam periode 2021- 2024. Pada tahun 2021, luas panen melon mencapai 43 hektar. Namun, pada tahun 2022, luas panen menurun menjadi 38 hektar. Tahun 2023 menunjukkan penurunan dengan luas panen

mencapai 21 hektar. Sementara itu, tahun 2024 mencatat total luas panen sebesar 30,05 hektar. Penurunan ini menunjukkan adanya tantangan dalam budidaya melon, seperti faktor cuaca yang tidak menentu, serangan hama, atau fluktuasi harga pasar. Merujuk pada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) salah satu kecamatan yang menonjol dalam produksi melon adalah Kecamatan Banyuasin III. Pada tahun 2021, produksi melon di kecamatan ini mencapai 114,8 ton. Pada tahun 2022, produksi melon meningkat signifikan menjadi 195,4 ton. Akan tetapi, pada tahun 2024, jumlah produksi mengalami penurunan signifikan hingga mencapai 37,9 ton.

Meskipun potensi budidaya melon di Kabupaten Banyuasin cukup besar, fluktuasi hasil panen dari tahun ke tahun menunjukkan perlunya strategi yang lebih baik untuk mengoptimalkan produksi dan distribusi. Perkembangan usahatani melon di Desa Tanjung Agung, Kecamatan Banyuasin III, menunjukkan tren yang semakin meningkat, menandakan bahwa komoditas ini memiliki potensi signifikan untuk menjawab kebutuhan pasar yang terus mengalami peningkatan. Namun, tantangan seperti ketidakseimbangan antara produksi dan distribusi menjadi hambatan yang perlu diatasi. Hal ini menegaskan pentingnya perancangan pendekatan pemasaran yang lebih berdampak, yang tidak terbatas pada peningkatan volume produksi, namun juga berfokus pada perluasan jangkauan pasar, perkembangan kualitas produk, serta pembangunan jaringan distribusi yang lebih efisien dan terintegrasi.

Permintaan terhadap buah melon yang terus meningkat di pasar menunjukkan prospek yang sangat menjanjikan dan peluang besar bagi pelaku industri pertanian. Sebagai upaya mengoptimalkan potensi ini, pemanfaatan prospek usaha melon harus diimbangi dengan perencanaan strategi pemasaran. Hal ini bertujuan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan serta meminimalkan risiko kesalahan dan kerugian yang mungkin terjadi. Berdasarkan uraian dan data yang telah disajikan, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi saluran pemasaran, bauran pemasaran, serta strategi yang digunakan dalam budidaya melon Inthanon, dengan studi kasus di *Greenhouse* Agro Melon, Desa Tanjung Agung, Kecamatan Banyuasin III, Kabupaten Banyuasin.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran melon Inthanon pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin?
2. Bagaimana bauran pemasaran melon Inthanon pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin?
3. Bagaimana strategi pemasaran melon Inthanon pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran melon Inthanon pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin.
2. Mengidentifikasi bauran pemasaran (7P: *Product, Price, Promotion, Place, people, process, physical evidence*) melon Inthanon yang diterapkan pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin.
3. Menganalisis dan merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing melon Inthanon pada *Greenhouse* Agro Melon di Desa Tanjung Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat menyampaikan informasi serta masukan yang berharga bagi *Greenhouse* Agro Melon guna menjadi landasan dalam proses pengambilan keputusan yang tepat dalam mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.
2. Diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi serta sumber informasi bagi berbagai pihak untuk memperluas atau mendalami studi dalam sektor pertanian, khususnya dalam strategi pemasaran buah melon.
3. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur studi pustaka yang mendalam dan menyediakan sumber informasi yang akurat, sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian terkait topik sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, S., Ningtyas, A. A., Raulima, A., Airiyani, M. L, Nasir, M. Y., Syarifudin, M., dan Nugraha, M. I. A. 2022. Pembudidayaan Tanaman Hortikultura Dengan Metode *Greenhouse*. *Seminar Nasional Lahan Suboptimal*, 1 (1): 283 - 292.
- Alfiana, L., dan Dewanti, R. P. 2024. Manajemen Pemasaran Melon (*Cucumis melo* L.) di PT Indigen Karya Unggul Yogyakarta. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 3 (2): 36 - 49.
- Arbi, M., Thirtawati, T., dan Junaidi, Y. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Sosiasl Ekonomi Pertanian*, 11 (1): 22 - 32.
- Ardiansyah., Hasril, A. P., Novita, I., Sam, S. R. A., Amalia, K. P., Iftitah, A., Hafid, A. A., dan Mubarak, A. 2024. Pengembangan *Greenhouse* dalam Mendukung Pertanian Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5 (1): 13 - 20.
- Astati, A. 2015. Analisis Pemasaran Sapi Bali di Kecamatan Bantaeng Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Media Informasi Sains dan Teknologi*, 9 (2): 185 - 196.
- Fadilah, N. 2020. Pengertian, Konsep dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1 (2): 195 - 211.
- Fatmawati, F., dan Sirajuddin, Z. 2019. Analisis Margin dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (*Zea Mays*) di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Jurnal Teknologi Pertanian Gorontalo*, 2 (1): 19 - 29.
- Hardiansyah, A. Y., Sudjoni, M. N., dan Apriliawan A. 2024. Strategi Pemasaran Buah Melon Devina (Studi Kasus: CV. Puspa Agraria Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12 (6): 56 - 63.
- Kai, Y., Baruwadi, M., dan Tolinggi, W. K. 2016. Analisis Distribusi dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 1 (1): 70 - 78.
- Kotler. 1990. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Midas Surya Grafindo.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 16 Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Maulidi, A., dan Susetyorini. 2024. Pengaruh Saluran Distribusi Langsung dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Mahsun Jaya Onyx Bawean di Desa Kertosono Sidayu Gresik. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 17 (2): 479 - 489.

- Minasti, N. A., Wahyuningsih, S., Ni'mah, L. U., dan Prabowo R. 2024. Analisis Efisiensi Pemasaran Melon (*Cucumis melo* L.) Sistem Hidroponik di CV. Tirta Fertindo Pratama Kota Semarang. *Jurnal Agribisains*, 5 (1): 360 - 373.
- Mubarokah., dan Dewi, E. T. 2023. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditas Beras Ketan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Agribisnis*, 11 (2): 57 - 62.
- Nurpanjawi, L., Rahmawati, N., Istiyanti, E., dan Rozaki, Z. 2021. Kelayakan Usahatani Melon di Desa Kasreman, Kecamatan Geneng, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur, 2 (1): 215 - 226.
- Padmiarso, M.W. 2019. *Panduan Praktis Budidaya Melon*. Jakarta: Media Indonesia.
- Pradana, F. A., Rahayu, E. S., Adi, R. K. 2017. Analisis Usaha dan Efisiensi Pemasaran Melon (*Cucumis melo* L.) di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa agribisnis*, 5 (1): 36 - 45.
- Rahayu, H. P., Habib, M. A. F. 2023. Strategi Pemasaran Novi Ulvia MUA dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8 (1): 1 - 19.
- Ramadani, T., Jumini., dan Nurhayati. 2022. Pengaruh Dosis Kompos dan KNO₃ Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Melon (*Cucumis melo* L.). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7 (1): 1 - 8.
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S. 2018. Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 5 (3): 159 - 168.
- Ridzal, N. A. 2018. Analisis Biaya Pemasaran dan Profitabilitas Berdasarkan Jenis Produk pada PT. Kendari Bintang Lestari Cabang Baubau. *Jurnal Akuntansi Manajemen Volume*, 1 (1): 73 - 87.
- Rizkiani, D. N., Sumadyo, A., dan Marlina, A. 2020. *Greenhouse* Sebagai Wadah Penelitian Hortikultura pada Balai Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan di Pemalang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur*, 3 (2): 461 - 470.
- Rudi, R. M. 2022. *Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Kelompok Wanita Tani Ladang Hijau Kota Tarakan*. Skripsi. Universitas Borneo Tarakan.
- Sandria, W. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Kampung Radja di Kota Jambi. *Jurnal Development*, 7 (1): 60 - 85.
- Sandria, F. A. 2020. Analisis SWOT dalam Rangka Menyusun Strategi Kompetitif pada Industri Kecil (Studi Kasus IKM Keripik Cumi Cik Nina di Desa Baturusa Kecamatan Merawang Bangka Induk). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 7 (2): 108 - 116.

- Sope, A. S. 2023. Analisis Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1 (2): 87 - 100.
- Susanto, H., Taufiq, A., Gunawan, A., dan Sholeh M. 2022. Program Pelatihan Berkelanjutan Pengembangan *Organic Greenhouse* pada Komoditas Melon Komersial sebagai Peningkatan Produktivitas Hortikultura Nasional. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2): 84 - 94.
- Syahputra, R. 2020. Upaya Pemanfaatan Halaman Rumah Sebagai Lahan Pertanian Tanaman Budidaya untuk Kebutuhan Konsumsi dan Pemasaran Masyarakat pada Masa Covid-19 di Kelurahan Tempuling. *Jurnal Agro Indragiri*, 6 (2): 30 - 41.
- Tyas, S. K., dan Chriswahyudi. 2017. Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Matriks IE, SWOT dan AHP untuk Mendapatkan Alternatif Strategi Prioritas. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1 (1): 1 - 9.
- Ulinnuha, M., Fatmawati, W., dan Marlyana, N. 2023. Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT, *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (Studi Kasus pada Walet kofie). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 2 (2): 75 - 91.
- Wahyunawati, S. 2023. Penggunaan Matriks SWOT dan QSPM dalam Menentukan Strategi Pengembangan Kompetensi Karyawan PT. Ketapang Subur Lestari. *Jurnal Manajemen*, 2 (1): 44 - 59.
- Zahra, F. Z., Heryansyah, M. T., Rahma, M. A., dan Utami, R. A. 2023. Strategi Pemasaran Buah Melon Hidroponik (Studi Kasus di Rasidin Veggies House, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9 (1): 1245 - 1255.
- Zikri, M., dan Iskandar, S. 2020. Studi Agribisnis dan Tingkat Keuntungan Melon Putih Milik Aji Santoso di Desa Pangkul Jawa Kecamatan Cambai Kota Prabumulih. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 9 (2): 64 - 73.