

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PISANG (*Musa Parasidiaca*)  
DI DESA TEGALHARJO KECAMATAN GLENMORE  
KABUPATEN BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Strata Satu (S1) Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan  
Universitas Muhammadiyah Malang



**ALDINO JULIANANTA SURYA**

**201910210311173**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN – PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Analisis Strategi Pemasaran Pisang (*Musa Parasidiaca*) Di Desa Tegalharjo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi

Oleh:

ALDINO JULIANANTA SURYA

NIM : 2019010210311173

Dosen Pembimbing 1

Tanggal, 03 Mei 2024

  
Dr. Ir. Istis Baroh, M.P  
NIP. 10588020061

Dosen Pembimbing 2

Tanggal, 03 Mei 2024

  
Ary Bakhfiar, S.P., M.Si  
NIP. 170801011992

A.n. Dekan,  


Ketua Program Studi  




Ir. Henik Sukorini, M.P., Ph.D. IPM  
NIP. 10593110359



Ary Bakhfiar, S.P., M.Si  
NIP. 170801011992

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Strategi Pemasaran Pisang (*Musa Parasidiaca*) Di Desa Tegalharjo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi

Oleh:

ALDINO JULIANANTA SURYA

NIM:201910210311173

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang Nomor: E.2.b/204/FPP-UMM/III/2024 dan rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas Pertanian - Peternakan UMM pada tanggal:30 maret 2024 dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 03 MEI 2024

Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.  
NIP.10588020061

Penguji Utama

Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si.  
NIP. 196607161990031002

Pembimbing Pendamping

Arv Bakhtiar S.P., M.Si  
NIP. 170801011992

Penguji Pendamping

Ir. Gumoyo Mumbuni Ningsih, M.P.  
NIP. 96809161993032001

Ketua Program Studi

Arv Bakhtiar, S.P., M.Si  
NIP. 170801011992



Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU., ASEAN Eng.  
NIP.1964051411900031002



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aldino Juliananta Surya

NIM : 201910210311173

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian - Peternakan

Perguruan Tinggi: Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan Bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran pisang (*Musa Parasidiaca*) Di Desa Tegalharjo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi" adalah bukan hasil karya orang lain sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini telah dituliskan sumbernya dan telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dewan pembimbing.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, 03 Mei 2024

Mengetahui Dosen Pembimbing Utama



Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.

NIP.10588020061

Yang Menyatakan



ALDINO JULIANANTA SURYA

NIM :20191021033173

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pisang (*Musa Parasidiaca*) Di Desa Tegalarjo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi”. Sebagai salah satu syarat yang digunakan untuk mencapai gelar sarjana (S1) di Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang.

Tugas akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat. Maka dari itu, penulis memberikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Istis Baroh, M.P. selaku dosen pembimbing utama penyusunan skripsi yang telah senantiasa memberi ilmu baru dan berbagai masukan dalam menyusun skripsi ini.
2. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si selaku dosen pembimbing pendamping sekaligus yang senantiasa membimbing dan memberi masukan penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan staf di Prodi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
4. Orang tua saya, yang senantiasa memberikan dukungan baik moral dan materi, serta senantiasa mendoakan keberhasilan saya dalam hal apapun.
5. Nydia Aprilia Sari dan Faaiz Ammarta surya kakak kandung dan adik kandung saya yang selalu memberikan semangat dan doa kepada saya hingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kelly Manni kakak saya yang selalu memberikan masukan, arahan, semangat, dan doa kepada saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Sultan, Baginda, Hasan semua sahabat saya yang berada di Malang karena telah membantu dan memberi dukungan kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Agung Satrio S.PWK teman dari SMP yang membantu mengarahkan penulis selama menyelesaikan skripsi di Banyuwangi.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini, sehingga saran dan masukan sangat diperlukan penulis untuk menyempurnakan skripsi ini di waktu mendatang. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Malang, 1 Mei 2024

Aldino Juliananta Surya



## ABSTRAK

**ALDINO JULIANANTA SURYA, 201910210311173, Analisis Strategi Pemasaran Pisang (Musa Parasidiaca) Di Desa Tegalharjo – Kecamatan Glenmore - Kabupaten Banyuwangi “. Di bawah bimbingan Dr. Ir. Istis Baroh, M.P dan Ary Bakhtiar, S.P., M.Si**

---

Hortikultura sebagai subsektor pertanian yang penting setelah pangan, memegang peranan krusial dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Tanaman hortikultura tidak hanya menyediakan bahan pangan, tetapi juga menjadi sumber gizi yang tak tergantikan bagi masyarakat, mengandung karbohidrat, mineral, protein, dan vitamin yang diperlukan untuk kesehatan manusia (Pitaloka, 2020). Keunikan penelitian ini terletak pada objek dan lokasi penelitiannya, yaitu UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi. Dengan memperdalam penelitian di lokasi ini, diharapkan dapat ditemukan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan keberhasilan bisnis pisang di daerah tersebut.. Penelitian ini menggunakan responden dengan jumlah 70 sampel konsumen yang membeli Pisang dengan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan Analisis SWOT. Hasil penelitian ini yakni terdapat 4 variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian buah Pisang yakni perhatian produk, harga, Tempat dan Promosi yang berpengaruh kepada peningkatan penjualan pisang oleh UD Raja Pisang. Analisis faktor internal dan eksternal penting untuk memahami bisnis UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi. Agar dapat membantu merancang strategi pemasaran yang responsif, meningkatkan daya saing. Strategi pemasaran yang efektif untuk UD Raja Pisang harus mencakup penyesuaian dengan kondisi internal, respons terhadap lingkungan eksternal, segmentasi pasar yang tepat, diversifikasi produk, penggunaan media dan promosi yang efektif, serta evaluasi dan penyesuaian terus menerus. UD Raja Pisang agar meningkatkan promosinya agar dapat meningkatkan penjualan, serta mempunyai reseller agar jangkauan konsumen lebih luas. Skripsi ini setidaknya bisa dijadikan bahan untuk evaluasi dan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran buah pisang dan produk lainnya dari UD Raja Pisang.

**Kata kunci: Hortikultura , Perilaku Konsumen, UD Raja Pisang, Marketing Mix**

## ABSTRACT

**ALDINO JULIANANTA SURYA, 201910210311173, Analysis of Strategy, Marketing for Banana (Musa Parasidiaca) in Tegalharjo Village, Glenmore Distric - Banyuwangi Regency. Under the guidance of Dr.Ir.Istis Baroh, M.P and Ary Bakhtiar, S.P., M.Si**

---

Horticulture, as an important agricultural subsector after food, plays a crucial role in meeting human needs. Horticultural plants not only provide food, but are also an irreplaceable source of nutrition for society, containing carbohydrates, minerals, proteins and vitamins necessary for human health (Pitaloka, 2020). The uniqueness of this research lies in the object and location of the research, namely UD Raja Pisang in Tegalharjo Village, Glenmore District, Banyuwangi. By deepening research in this location, it is hoped that more effective and innovative marketing strategies can be found to expand market reach and increase the success of the banana business in this area. This research uses respondents with a total of 70 samples of consumers who buy bananas using the Qualitative Descriptive method. The data obtained was then analyzed using SWOT Analysis. The results of this research are that there are 4 variables that influence the decision to purchase bananas, namely product attention, price, place and promotion which influence the increase in banana sales by UD Raja Pisang. Analysis of internal and external factors is important to understand the UD Raja Pisang business in Tegalharjo Village, Glenmore District, Banyuwangi. In order to help design responsive marketing strategies, increase competitiveness. An effective marketing strategy for UD Raja Pisang must include adjustments to internal conditions, response to the external environment, appropriate market segmentation, product diversification, effective use of media and promotions, as well as continuous evaluation and adjustment. increase sales, and have resellers to reach wider consumers. This thesis can at least be used as material for evaluation and consideration in determining marketing strategies for bananas and other products from UD Raja Pisang.

**Keywords: Consumer Behavior, Horticulture, Marketing Mix, UD Raja Pisang.**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>5</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>7</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>8</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>9</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>11</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>17</b>
1.1 Latar Belakang .....	17
1.2 Perumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Definisi Operasional.....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>22</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Landasan Teori .....	24
2.2.1 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ) .....	24
2.2.1.1 Produk ( <i>Product</i> ).....	25
2.2.1.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	25
2.2.1.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	26
2.2.2.4 Tempat atau Saluran distribusi ( <i>Place</i> ) .....	26
2.3 Hipotesis Penelitian.....	27
2.4 Analisis SWOT .....	28
2.5 Matriks Internal Factory Analysis Summary (IFAS) dan Matriks Eksternal Factory Analysis Sumamary (EFAS).....	31

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Desain Penelitian .....	36
3.2 Jenis data.....	36
3.3 Waktu dan tempat penelitian .....	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6 Metode Analisis Data .....	38
3.6.1 Analisis SWOT.....	39
3.7 Pengukuran Variabel .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Kondisi Umum Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah Desa Tegalharjo .....	42
4.1.2 Letak Geografis dan Batas Administrasi Desa Tegalharjo .....	43
4.2.3 Jumlah Penduduk Desa Tegalharjo .....	43
4.2 Deskripsi UD Raja Pisang .....	44
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
5.1 Hasil dan Pembahasan Umum .....	46
5.1.1 Responden Internal .....	46
5.2 Hasil dan Pembahasan Khusus .....	49
5.2.1 Analisis Lingkungan Internal .....	49
5.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	60
5.2.3 Analisis Diagram SWOT .....	62
5.2.4 Penentuan Matriks SWOT .....	64
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
6.1 Kesimpulan .....	71
6.2 Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.....</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Piramida Penduduk Desa Tegalarjo Tahun 2022 .....	40
Gambar 2 Diagram Analisis SWOT Sari Buah Pisang .....	59

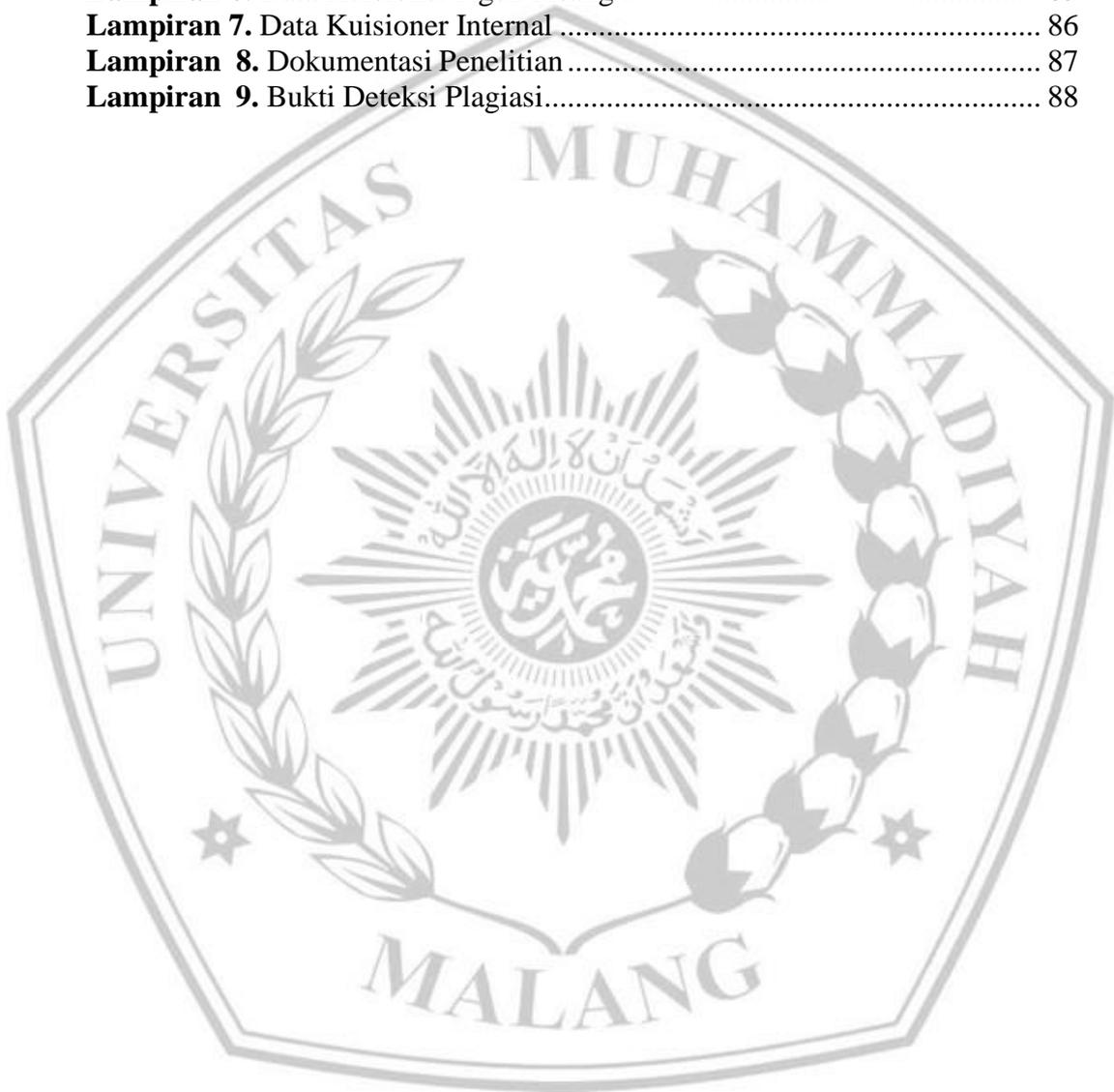
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks SWOT .....	36
Tabel 2 Skor Skala Likert.....	37
Tabel 3. Variabel dan Indikator Internal .....	37
Tabel 4. Variabel dan Indikator Eksternal.....	37
Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur .....	39
Tabel 7. Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 8. Karakteristik Responden Internal UD Raja Pisang Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 9. Karakteristik Responden Eksternal UD Raja Pisang Berdasarkan Pendapatan.....	43
Tabel 10. Karakteristik Responden eksternal UD Raja Pisang Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 11. Karakteristik Responden Internal UD Raja Pisang Berdasarkan Pendapatan .....	44
Tabel 12. Analisis Lingkungan Internal .....	46
Tabel 13. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) .....	51
Tabel 14. Analisis Lingkungan Eksternal .....	53
Tabel 15. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	57
Tabel 16. Selisih Faktor Internal dan Faktor Eksternal .....	58
Tabel 17. Matriks Strategi Berdasarkan Analisis SWOT .....	61

Tabel 1. Matriks SWOT .....	26
Tabel 2. Matriks IFAS.....	29
Tabel 3. Matriks EFAS .....	30
Tabel 4. Matriks SWOT .....	36
Tabel 5. Skor Skala <i>Likert</i> .....	37
Tabel 6. Variabel dan Indikator Internal .....	37
Tabel 7. Variabel dan Indikator Eksternal .....	37
Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 9. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 10. Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 11. Karakteristik Responden Internal UD Raja Pisang Berdasarkan Usia .	42
Tabel 12. Karakteristik Responden Eksternal UD Raja Pisang Berdasarkan Pendapatan .....	43
Tabel 13. Karakteristik Responden eksternal UD Raja Pisang Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 14. Karakteristik Responden Internal UD Raja Pisang Berdasarkan Pendapatan .....	44
Tabel 15. Analisis Lingkungan Internal.....	46
Tabel 16. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	51
Tabel 17. Analisis Lingkungan Eksternal .....	53
Tabel 18. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	57
Tabel 19. Selisih Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	58
Tabel 20. Matriks Strategi Berdasarkan Analisis SWOT.....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Lampiran Kuesioner .....	70
<b>Lampiran 2.</b> Karakteristik Responden Internal .....	76
<b>Lampiran 3.</b> Karakteristik Responden Eksternal .....	77
<b>Lampiran 4.</b> Data Kuisisioner Petani .....	83
<b>Lampiran 5.</b> Data Kuisisioner Pengepul .....	84
<b>Lampiran 6.</b> Data Kuisisioner Agen Pisang .....	85
<b>Lampiran 7.</b> Data Kuisisioner Internal .....	86
<b>Lampiran 8.</b> Dokumentasi Penelitian .....	87
<b>Lampiran 9.</b> Bukti Deteksi Plagiasi .....	88



## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, r. (2019). Analisis strategi pemasaran pada hotel whize prime hasanuddin di kota makassar. *Marketing strategy*, 1(1), 1–15.
- Astuti, a. M. I., & ratnawati, s. (2020). Analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos kota magelang 56100). *Jurnal ilmu manajemen*, 17(2), 58–70.
- Djaelani, s., asyari, y., yuliani, y., & suryadi, h. (2020). Strategi pemasaran buah jeruk petani melalui bumdes desa karang bunga kecamatan mandastana. *Humanism : jurnal pengabdian masyarakat*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.30651/hm.v1i2.5396>
- Elisabet, l., lestari, c., rianita, d., & sari, p. (2021). Analisis strategi bersaing umkm menggunakan formulasi matriks manajemen strategis. *Hasil penelitian business management journal*, 17(2), 101–115. <https://doi.org/10.30813/bmj.v>
- Furyanah, a., & maharani, h. (2019). Nilai tambah dan strategi pemasaran sale pisang. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3600>
- Harlan, f. B., wirawan, a., & Maulida, n. A. (2021). Analisis swot tentang strategi pemasaran agribisnis di pulau setokok (studi kasus komoditas semangka). *Jurnal agrisep: kajian masalah sosial ekonomi pertanian dan agribisnis*, 20(01), 69–80. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.69-80>
- Irmayani, i., tabsir, k., & akkal, m. (2021). Strategi pemasaran cengkeh (*syzygium aromaticum*) produksi desa langda kecamatan buntu batu kabupaten enrekang. *Jurnal agrosains dan teknologi*, 5(2), 109. <https://doi.org/10.24853/jat.5.2.109-122>
- Isbah, u., & iyan, r. Y. (2016). Analisis peran sektor pertanian dalam perekonomian dan kesempatan kerja di provinsi riau. *Jurnal sosial ekonomi pembangunan*, 10(19), 45–54.
- Ludandono. (2015). Analisis swot untuk menentukan keunggulan strategi bersaing di sektor industri kreatif. *Seminar nasional sains dan teknologi terapan iii*, 171–184.
- Mudatsir, r. (2021). Analisis pendapatan rumah tangga dan tingkat. *Journal tabaro*, 5
- Nafi'ah, e. U., & suryaningsih, r. (2022). Analisis swot sebagai upaya menentukan strategi pemasaran pada usaha depo air minum isi ulang tirta utomo siwalan mlarak ponorogo. *Journal of economics and business research*, 2(1), 43–62. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.665>
- Nur aini, y. A. (2023). Pentingnya strategi wirausaha. *Jurnal ekonomi deflasi*, 8.
- Permana, w. S. (2020). Analisis pengaruh terpaan iklan televisi terhadap keputusan pembelian minuman big cola. *Jurnal analisi, prediksi dan informasi (jurnal ekbis)*, 21(1), 91–96.
- Pitaloka, d. (2020). Hortikultura: potensi, pengembangan dan tantangan. *Jurnal teknologi terapan: g-tech*, 1(1), 1–4. <https://doi.org/10.33379/gtech.v1i1.260>
- Putra, i. G. N. A. B. (2019). Analisis swot sebagai strategi meningkatkan keunggulan pada ud. Kacang sari di desa tamblang. *Jurnal pendidikan ekonomi undiksha*, 9(2), 397. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20106>
- Qanita, a. (2020). Analisis layanan belanja kriing pasar tradisional sumenep di tengah pandemi covid-19 dengan metode swot dan qspm. *Airlangga journal of innovation management*, 1(2), 160. <https://doi.org/10.20473/ajim.v1i2.21259>
- Sahrupi, s., & shofa, m. J. (2019). Strategi pemasaran produk kerajinan casing lampu berbahan dasar bambu di kelurahan pabuaran, kota serang. *Wikrama parahita : jurnal pengabdian masyarakat*, 3(2), 75–80. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v3i2.1791>
- Sopamena, j. F. (2023). Peran gender dalam rumah tangga. *Jurnal agribisnis terpadu*, 3.
- Sumarya, e., sekti, a., atmojo, s., nuraeni, b. E., kepulauan, u. R., tinggi, s., & persada, b. (2021). Menentukan strategi pemasaran dengan menggunakan metode analisis swot pada kedai kopi lgsm tiban batam. *Jurnal ekonomi management, vol 5 no 2(99)*, 139–153.
- Susilowati, s. H. (2020). Fenomena penuaan petani dan berkurangnya tenaga kerja muda serta implikasinya bagi kebijakan pembangunan pertanian . *Forum penelitian agro*

ekonomi, , 5.

Wemaer, i. S., tumbel, a. L., & soepeno, s. (2022). Penerapan analisis swot dalam strategi pemasaran pt . Ivana papua cargo express. *Jurnal emba*, 10(1), 800–80





UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

### AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

Nomor : E.2.g/096/AGRI-FPP/UMM/IV/2024  
Lampiran : -  
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Aldino Juliananta Surya  
NIM : 201910210311173  
Judul TA : Analisis Strategi Pemasaran Pisang (Musa Parasidiaca) di Desa Tegalharjo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	10	10	Sesuai
	Bab II	25	25	Sesuai
	Bab III	17	35	Sesuai
	Bab IV	10	15	Sesuai
	Bab V	4	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Belum

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Mengetahui  
Ketua Program Studi Agribisnis,



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.  
NIP. 170801011992

Malang, 29 April 2024

Admin Deteksi Plagiasi,  
Program Studi Agribisnis,



Walid Muhammad Shodiq, S.P., M.P  
NIP. 20220815031997

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
2. Arsip



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutami No. 108 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 148 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id