

ANALISIS PEMASARAN SAYURAN HIDROPONIK

*(Studi Kasus : KUTP Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal
Kabupaten Deli Serdang)*

SKRIPSI

OLEH:

AHMAD SUTAN NAULI LUBIS
14.822.0067



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/1/21

Access From (repository.uma.ac.id)12/1/21

ANALISIS PEMASARAN SAYURAN HIDROPONIK

*(Studi Kasus : KUTP Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal
Kabupaten Deli Serdang)*

Skripsi ini Disusun sebagai salah satu Syarat untuk

Menyelesaikan Studi S1 di Fakultas Pertanian

Universitas Medan Area



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2020

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

i

Document Accepted 12/1/21

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/1/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Sayuran Hidroponik (Studi Kasus: KUTP
Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal
Kabupaten Deli Serdang)
Nama : Ahmad Sutan Nauli Lubis
NPM : 14.822.0067
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



(Ir. Gustami Harahap, M.P.)
Pembimbing I



(Mitra Musika Lubis, SP, M.Si)
Pembimbing II

Diketahui :



(Dr. Ir. Syaibudin Hasibuan, M.Si)
Dekan Fakultas Pertanian



(Virda Zikria, SP, M.Sc)
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 13 Maret 2020

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Sutan Nauli Lubis

NPM : 14.822.0067

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Analisis Pemasaran Sayuran Hidroponik (Studi Kasus : KUTP Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maja Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)"**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 03 Desember 2020

Yang Menyatakan

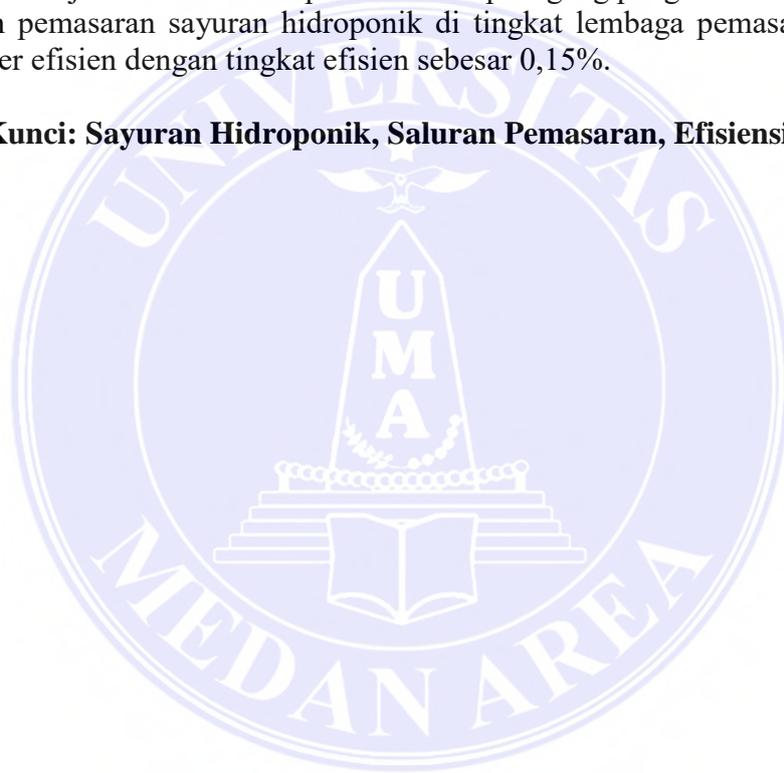


Ahmad Sutan Nauli Lubis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran sayuran hidroponik serta bagaimana efisiensi saluran pemasaran sayuran hidroponik di KUTP. Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang. Metode penelitian yang digunakan adalah secara *Purposive* (sengaja). Sampel pada penelitian sebanyak 28 sampel. Berdasarkan prasurey yang dilakukan terdapat 2 pasar modern sebagai pedagang pengecer yaitu Brastagi Supermarket dan Transmart Carrefour yang menjual sayuran hidroponik. Konsumen sebanyak 25 orang. Metode yang digunakan adalah *Snowball Sampling* serta metode perhitungan Microsoft Excel. Data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran sayuran hidroponik di KUTP. Hidrotani Sejahtera mulai dari produsen → pedagang pengecer → konsumen. Saluran pemasaran sayuran hidroponik di tingkat lembaga pemasaran pedagang pengecer efisien dengan tingkat efisien sebesar 0,15%.

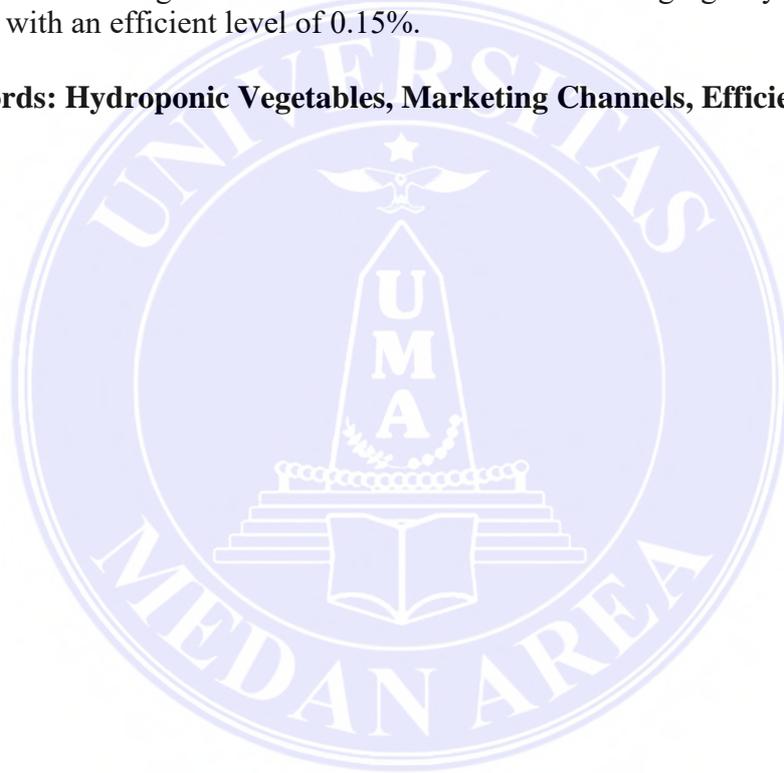
Kata Kunci: Sayuran Hidroponik, Saluran Pemasaran, Efisiensi



ABSTRACT

The purpose of this study to determine the hydroponic vegetable marketing channels and how the efficient marketing channels of hydroponic vegetables in KUTP. Hidrotani Sejahtera Suka Maju Village, Sunggal District, Deli Serdang Regency. The research method used was purposive. The sample of this research is 28 sample. Based on the survey conducted there are 2 modern markets as retailer, there are Brastagi Supermarket and Transmart Carrefour which sell hydroponic vegetables. 25 customers are taken. The method used is snowball sampling and Microsoft Excel calculation methods. The used are secondary and primary data. The study was conducted in May 2019. The results showed that the marketing channel for hydroponic vegetables in KUTP. Hidrotani Sejahtera began with producers → retailers → consumers. The hydroponic vegetable marketing channel at the level of the marketing agency is an efficient retailer with an efficient level of 0.15%.

Keywords: Hydroponic Vegetables, Marketing Channels, Efficiency



RINGKASAN

Ahmad Sutan Nauli Lubis (14.8220067) dengan judul Skripsi “Analisis Pemasaran Sayuran Hidroponik (Studi Kasus: KUTP. Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)”. Penelitian ini di bimbing oleh Ir. Gustami Harahap, MP selaku komisi pembimbing dan Mitra Musika Lubis, S.P. M.Si selaku anggota komisi pembimbing.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui saluran pemasaran sayuran hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera (2) untuk mengetahui efisiensi pemasaran sayuran hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera.

Metode pengambilan sampel di lakukan dengan metode *snowball sampling* (bola salju). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah produsen sayuran hidroponik, pedagang pengecer dan konsumen sayuran hidroponik sebanyak 25 orang. Sampel yang diambil adalah sebanyak 28 sampel. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data skunder. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif atau mengumpulkan data dengan alat bantu perangkat lunak SPSS 20.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran sayuran hidroponik dimulai dari Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera sebagai produsen sayuran hidroponik→pedagang pengecer→konsumen akhir dan Saluran pemasaran sayuran hidroponik pada pedagang pengecer memiliki saluran pemasaran yang efisien dengan nilai efisiensi sebesar 0,15%. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan saluran pemasaran sayuran hidroponik, bahwa saluran pemasarannya lengkap dan efisien.

Kata kunci: Sayuran Hidroponik, Saluran Pemasaran, Efisiensi.

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Jakarta, pada tanggal 3 September 1996. Anak satu-satunya dari pasangan Ayahanda Darwan Lubis dan Ibunda Nur Asiah.

Pendidikan formal yang pernah di tempuh oleh penulis adalah dimulai pada tahun 2002 di SD Negeri 064974 di Kecamatan Medan Tembung dan lulus pada tahun 2008. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di MTs. Al-Jam'iyatul Wasliyah desa Tembung Kabupaten Deli Serdang dan lulus pada tahun 2011, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA Swasta Josua Medan dan lulus pada tahun 2014. Kemudian pada tahun yang sama 2014 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi dengan program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah mengikuti Praktek Kerja Lapangan di PT. Perkebunan Nusantara IV Kebun Adolina Kecamatan Perbaungan, Serdang Bedagai dari tanggal 14 Agustus 2017 sampai dengan tanggal 14 september 2017. Pada bulan september 2019 penulis melaksanakan penelitian Skripsi di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera dengan judul “Analisis Pemasaran Sayuran Hidroponik (Studi Kasus: KUTP. Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil alamin segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta tidak lupa Shalawat beriring salam pada junjungan Nabi Besar kita, Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengenai isi maupun dalam pemakaian bahasa. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk penelitian lebih lanjut. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang terbatas, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Sayuran Hidroponik (Studi Kasus: KUTP. Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)” .

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan serta dukungan baik secara moril maupun materil dan berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan rasa kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Gustami Harahap, MP selaku komisi pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

2. Ibu Mitra Musika Lubis, S.P. M.Si selaku komisi pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah banyak memberikan ilmu dan pelayanan yang baik kepada penulis.
5. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta Ayahanda Darwan Lubis dan Ibunda Nur Asiah yang tidak hentinya memberikan dukungan, dorongan, motivasi, semangat, do'a yang tulus dan bantuan moril maupun materil kepada penulis.
6. Seluruh sahabat-sahabat yang telah banyak memberikan bantuan, semangat, dukungan, do'a, tenaga, waktu, dan fikiran selama penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal atas jasa-jasa yang telah mereka berikan kepada penulis.

Medan

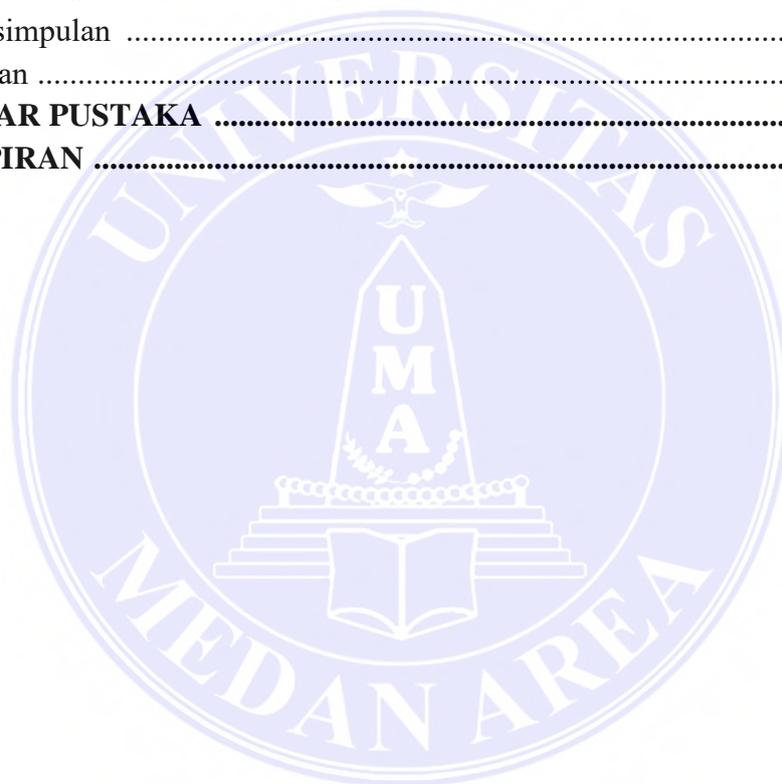
Ahmad Sutan Nauli Lubis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RINGKASAN	vii
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Pemikiran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Sayuran Hidroponik	11
2.1.1 Jenis Sayuran Hidroponik	12
2.1.2 Keunggulan Sayuran Hidroponik	13
2.1.3 Pemasaran Sayuran Hidroponik	14
2.2. Saluran Pemasaran	16
2.3. Fungsi pemasaran	18
2.4. Efisiensi Pemasaran	19
2.5. Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian	24
3.2. Metode Pengambilan Sampel	24
3.3. Metode Pengumpulan Data	25
3.4. Metode Analisis Data	26
3.5. Batasan Operasional	27
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	28
4.1 Kondisi dan Letak Geografi	28
4.1.1 Sejarah Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera	29
4.1.2 Struktur Organisasi dan Ketenaga Kerjaan	30
4.1.3 Proses Budidaya Sayuran Hidroponik	30

4.2.Karakteristik Sampel Penelitian	32
4.2.1 Produsen Sayuran Hidroponik	32
4.2.2 Pedagang Pengecer	34
4.2.3 Karakteristik Konsumen	35
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	39
5.1 Saluran Pemasaran Sayuran Hiroponik	39
5.1.1 Pola Saluran Pemasaran Sayuran Hidroponik	42
5.1.2 Biaya Produksi dan Pemasaran Sayuran Hidroponik	43
5.2 Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Sayuran Hidroponik	47
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	50
6.1 Kesimpulan	50
6.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

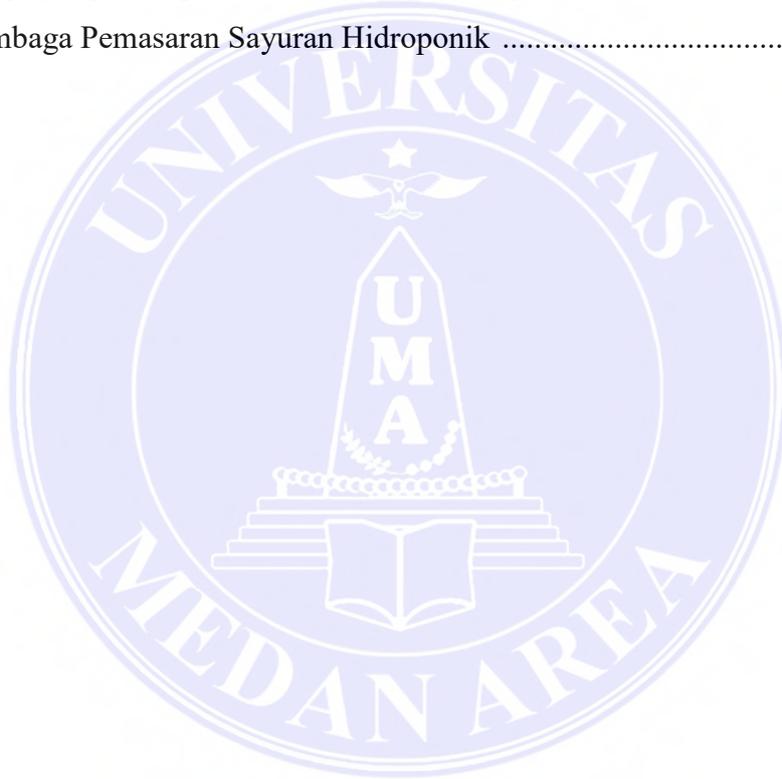


DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Rata-Rata Produksi Sayur-Sayuran menurut Jenis Tanaman (kw/ha), 2017	2
2.	Luas Panen, Produksi dan Rata-Rata Produksi Sayur-Sayuran menurut Jenis Tanaman, 2017.....	4
3.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur	36
5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
6.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Tanggungan	37
7.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	37
8.	Biaya Produksi Sayuran Hidroponik Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Perbulan	44
9.	Biaya Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Perbulan	45
10.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Brastagi Supermarket	46
11.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Transmart Carrefour	46
12.	Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Brastagi Supermarket	48
13.	Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Transmart Carrefour	48

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran Pemasaran Sayuran Hidroponik KUTP Hidrotani Sejahtera	10
2.	Bagan Pola Saluran Pemasaran Sayuran hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera	42
3.	Harga yang ditetapkan Oleh Masing-masing Lembaga Pemasaran Sayuran Hidroponik	43



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	53
2.	Biaya Produksi Sayuran Hidroponik di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Perbulan	60
3.	Biaya Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Perbulan	60
4.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Brastagi Supermarket	60
5.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Transmart Carrefour	61
6.	Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pedagang Pengecer Brastagi Supermarket	61
7.	Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pedagang Pengecer Transmart Carrefour	62
8.	Dokumentasi penelitian	63
9.	Surat Pengambilan Data Riset Dari Fakultas	66
10.	Surat Keterangan Selesai Riset	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang mengutamakan hasil pertanian sebagai sumber penghasilan terbesarnya. Penurunan luasan lahan pertanian di Indonesia akibat konversi dari sektor pertanian ke sektor bukan pertanian menyebabkan kegiatan budidaya pertanian mengalami kendala dalam penyediaan lahan. Tentu saja hal ini berdampak buruk bagi peningkatan kuantitas produksi pertanian, khususnya pangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu permasalahan yang mendasar dalam memajukan usaha pertanian di Sumatera Utara adalah masih lemahnya kemampuan sumberdaya manusia dan kelembagaan usaha dalam hal penanganan pascapanen, pengolahan dan pemasaran hasil. Hal tersebut disebabkan oleh karena pembinaan SDM pertanian selama ini lebih di fokuskan kepada upaya peningkatan produksi (budidaya) pertanian, sedangkan produktivitas dan daya saing usaha agribisnis sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha yang bersangkutan dalam mengelola produk yang dihasilkan serta pemasarannya (Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Utara, 2008).

Berdasarkan berkembangnya pembangunan hortikultura pada komoditi sayuran menunjukkan bahwa meningkatnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan. Sayuran dipilih sebagai alternatif pilihan dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Sayuran merupakan sumber vitamin, mineral, dan serat yang diperlukan oleh tubuh. Oleh karena itu semakin meningkatnya jumlah penduduk, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat akan berpengaruh terhadap permintaan sayuran (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2013).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Utara. Rata-rata produksi sayur-sayuran menurut jenis tanaman (kw/ha) dalam angka 2017 dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Rata-rata Produksi Sayur-sayuran Menurut Jenis Tanaman (kw/ha) 2013-2017

No.	Jenis Tanaman	2013	2014	2015	2016	2017
1.	Bawang Merah	79,25	77,87	80,54	86,92	77,05
2.	Bawang Putih	72,4	54,29	51,68	41,18	39,79
3.	Bawang Daun	76,55	71,55	71,28	70,48	65,19
4.	Kentang	178,83	175,79	180,00	167,12	156,71
5.	Kubis	237,98	242,2	225,18	236,74	229,13
6.	Petsai/Sawi	117,7	114,35	119,04	120,42	116,31
7.	Wortel	190,37	198,16	202,22	200,10	196,45
8.	Lobak	131,13	129,84	124,43	94,49	128,55
9.	Kacang Merah	60,30	58,87	41,83	12,18	24,41
10.	Kacang Panjang	92,52	107,48	109,48	114,01	120,33
11.	C a b e	93,57	93,21	113,22	99,57	96,97
12.	T o m a t	244,26	206,97	239,16	212,47	212,71
13.	Terung	164,69	161,92	175,54	213,46	224,34
14.	Buncis	130,76	156,9	138,25	115,84	135,27
15.	Ketimun	123,78	136,34	146,41	136,36	145,38
16.	Labu Siam	582,55	506,38	679,26	400,18	446,61
17.	Kangkung	81,92	82,56	102,15	63,38	64,18
18.	B a y a m	44,37	50,33	60,44	66,17	68,57
19.	Kol Bunga	139,84	145,94	114,1	149,73	142,02

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas, dapat dilihat rata-rata produksi sayur-sayuran menurut jenis tanaman di provinsi sumatera utara dari tahun 2013 sampai pada tahun 2017 mengalami peningkatan produksi pada semua jenis tanama sayuran-sayuran, hal ini sejalan dengan tingginya kebutuhan masyarakat dalam mengonsumsi sayur-sayuran semakin hari semakin meningkat. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan, sayuran-sayuran yang diproduksi tanpa menggunakan pestisida mulai dipilih masyarakat untuk dikonsumsi sehari-hari.

Kondisi lahan pertanian yang kian hari semakin berkurang, sementara disisi lain pemenuhan untuk kebutuhan pangan dari hasil produksi pertanian semakin meningkat. Berkaitan dengan hal ini, mendorong sektor pertanian dalam mengatasi kendala tersebut dengan meningkatkan penerapan sistem pertanian lahan sempit. Sistem pertanian lahan sempit yang saat ini sudah diterapkan adalah dengan menggunakan teknologi budidaya tanaman secara hidroponik.

Hidroponik merupakan sebutan untuk sebuah teknologi bercocok tanam tanpa menggunakan tanah. Media untuk menanam digantikan dengan media tanam lain seperti *rockwool*, arang sekam, *zeolit*, dan berbagai media yang ringan dan steril untuk digunakan. Hal yang terpenting pada teknik hidroponik adalah penggunaan air sebagai pengganti tanah untuk menghantarkan larutan hara ke dalam akar tanaman. Hidroponik sebenarnya berasal dari bahasa Yunani yaitu *hydroponick*. Kata *hydroponick* merupakan gabungan dari dua kata yaitu *hydro* yang artinya air dan *ponos* yang artinya bekerja. Jadi dapat dikatakan hidroponik merupakan proses pengerjaan dengan air, yaitu merupakan sistem penanaman dengan media tanam yang banyak mengandung air. Pemberdayaan air juga sebagai dasar pengembangan tubuh tanaman dan berperan dalam proses fisiologi tanaman (Prihmantoro, 2003).

Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibanding sayuran konvensional namun biaya yang diperlukan tinggi. Oleh karena itu, segmen pasar yang dituju umumnya yaitu kalangan menengah ke atas. Sayuran hidroponik banyak mengandung vitamin dan nutrisi untuk kesehatan, sayuran hidroponik yang dipasarkan sangat terjaga kualitasnya sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Utara dalam angka 2017. Luas panen, produksi dan rata-rata produksi sayur-sayuran menurut jenis tanaman dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Luas panen, Produksi dan Rata-rata Produksi Sayur-Sayuran Menurut Jenis Tanaman tahun 2017.

No.	Jenis Tanaman	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Rata-rata Produksi (kw/ha)
1.	Bawang Merah	2,090	16,103	77,05
2.	Bawang Putih	14	55,7	39,79
3.	Bawang Daun	1,465	9,551	65,19
4.	Kentang	6,183	96,893	156,71
5.	Kubis	7,872	180,371	229,13
6.	Petsai/Sawi	568	6,468	113,90
7.	Wortel	2,591	50,900	196,45
8.	Lobak	91	1,170	128,55
9.	Kacang Merah	273	666	24,41
10.	Kacang Panjang	3,652	43,946	120,33
11.	Cabe	16,410	159,131	96,97
12.	T o m a t	4,577	97,358	212,71
13.	Terung	3,692	82,825	224,34
14.	Buncis	2,176	29,435	135,27
15.	Ketimun	2,106	30,618	145,38
16.	Labu Siam	250	11,165	446,61
17.	Kangkung	2,573	16,514	64,18
18.	B a y a m	2,980	20,435	68,57
19.	Kol Bunga	2,792	39,652	142,02

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Berdasarkan data pada tabel diatas, luas panen, produksi dan rata-rata produksi sayur-sayuran menurut jenis taman di provinsi sumatera utara pada tahun 2017, dari semua jenis tanaman sayuran rata-rata mengalami pertumbuhan produksi. Tanaman kubis mengalami pertumbuhan produksi yang paling tinggi pada tahun 2017 dengan hasil produksi kubis yaitu sebesar 180.371 Ton, dengan luas panen 7,872 Ha dan rata-rata produksi kubis sebesar 229.13 Kw/Ha, hal tersebut sejalan dengan tingginya permintaan sayur-sayuran jenis kubis.

Hidroponik merupakan cara budidaya tanaman tanpa menggunakan media tanah atau konvensional tetapi dengan menggunakan media inert seperti pasir, air atau sawdust dengan memberikan larutan hara yang mengandung semua unsur esensial yang dibutuhkan oleh tanaman (Susila, 2013).

Prinsip budidaya tanaman secara hidroponik adalah menyediakan nutrisi yang diperlukan dalam bentuk air. Terdapat berbagai metode dalam pemberian nutrisi pada tanaman. Berdasarkan survei di lapangan didapati bahwa metode pemberian nutrisi dilakukan dengan cara mengalirkannya pada akar tanaman, metode ini biasa dikenal dengan hidroponik sistem *Nutrient Film Technique* (NFT), konsep dasar metode ini adalah mengalirkan nutrisi ke akar tanaman secara tipis (film), dengan tujuan akar tanaman bias memperoleh asupan air, oksigen dan nutrisi yang cukup. Metode tersebut dapat digunakan di lahan yang terbatas maupun mengoptimalkan lahan yang tersedia. Disisi lain sistem ini juga memiliki kekurangan yaitu besarnya tingkat ketergantungan terhadap pompa air, karena air nutrisi harus terus bersirkulasi atau mengalir akar tanaman.

Teknik budidaya tanaman secara hidroponik telah banyak digunakan oleh petani di Indonesia, khususnya untuk membudidayakan tanaman sayur. Budidaya tanaman secara hidroponik memiliki beberapa keuntungan seperti : (1) tidak membutuhkan lahan yang besar dan perawatan lebih praktis sehingga membutuhkan sedikit tenaga kerja, (2) pemakaian pupuk lebih efisien, (3) tanaman tumbuh lebih pesat dan kebersihan terjamin, (4) penanaman dapat dilakukan terus menerus tanpa tergantung musim, (5) dapat dilakukan penjadwalan pemanenan sehingga dapat memproduksi tanaman secara kontinyu, serta (6) harga jual sayuran hidroponik lebih mahal (Lingga, 2005).

Selama berbudidaya tanaman secara hidroponik ada beberapa aspek yang harus diperhatikan seperti jenis tanaman yang akan dibudidayakan, jenis media tanam, dan jenis sistem budidaya hidroponik yang akan digunakan. Jenis tanaman yang dibudidayakan dengan cara sistem hidroponik adalah jenis tanaman dengan nilai ekonomi yang tinggi.

Menurut Tim Karya Tani Mandiri (2010), hidroponik merupakan teknologi bercocok tanam yang menggunakan air, nutrisi dan oksigen, dengan kata lain teknik ini tidak menggunakan tanah sebagai medianya. Pengembangan hidroponik di Indonesia memiliki peluang yang baik untuk mengisi kebutuhan dalam negeri maupun merebut peluang ekspor. Penduduk kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan maupun kota besar lainnya memiliki kecenderungan untuk memperbaiki kualitas hidup mereka. Penggunaan produk-produk berkualitas memberikan rasa nyaman bagi penggunaannya. Pasar modern menjadi ciri khas tentang tuntutan akan produk yang berkualitas, bukan lagi produk yang banyak namun asal, tapi produk yang bersih dan kontinuitas tinggi. Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas lebih baik dibandingkan sayuran konvensional. Pada tahun 1994 sebuah tes pernah dilakukan oleh kelompok investigasi dari Laboratorium Teknologi Tanaman Universitas *San Jose California*, untuk mengetahui kandungan vitamin dan mineral yang terkandung dalam hasil tanaman hidroponik dibandingkan dengan hasil tanaman organik dan juga hasil tanaman yang dibudidayakan secara konvensional. Hasilnya menunjukkan bahwa tanaman hasil hidroponik memiliki vitamin dan mineral yang secara signifikan lebih tinggi dan sangat bermanfaat bagi kesehatan manusia dibanding dengan pola konvensional maupun organik.

Perusahaan Listrik Negara Pembangkitan Sumatera Utara (PT PLN Kitsu) yang memberikan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, dengan program pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan budidaya tanaman sayuran dengan menggunakan teknologi hidroponik yang dilaksanakan pada satu tempat usahatani yang bergerak di bidang produksi sayuran dengan system hidroponik yaitu Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera, Desa Suka Maju, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang. Program tanggung jawab sosial perusahaan ini di harapkan dapat mendorong pemberdayaan masyarakat lebih banyak lagi dengan melakukan kegiatan-kegiatan sosial lainnya, dalam kegiatan budidaya tanaman sayuran dengan menggunakan sistem hidroponik ini sudah berhasil diproduksi. Sayuran yang sudah berhasil diproduksi oleh kelompok usahatani KUTP Hidrotani Sejahtera nantinya akan dipasarkan langsung ke pasar-pasar modern atau supermarket besar di kota Medan dan telah menargetkan beberapa pasar modern atau supermarket yang akan dijadikan sebagai tempat penjualan terbesarnya. Pasar modern brastagi supermarket dan tranmart carrefour yang menjadi target utama pemasaran produk sayuran hidroponik karena pasar tersebut terdapat banyak menjual berbagai macam jenis sayuran dan buah-buahan segar lainnya.. Berawal dari keingintahuan peneliti tentang pemasaran sayuran hirdoponik KUTP Hidrotani Sejahtera dan mencoba menelusurinya, berdasarkan hasil prasurey tersebut harga jual sayuran hirdoponik cukup tinggi yaitu dengan harga Rp.35.000/Kg. Harga jual sayuran hidroponik tersebut relatif sangat tinggi dibandingkan dengan harga jual sayuran konvensional dipasar tradisional pada umumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui saluran pemasaran sayuran hidroponik di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran sayuran hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran sayuran hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran sayuran hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera.
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran sayuran hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan informasi untuk KUTP Hidrotani Sejahtera agar dapat memasarkan hasil produksi secara efisien.
2. Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dan pihak terkait untuk dapat meningkatkan kesejahteraan dan meningkatkan pendapatan.
3. Sebagai bahan informasi atau referensi untuk pengembangan ilmu bagi peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

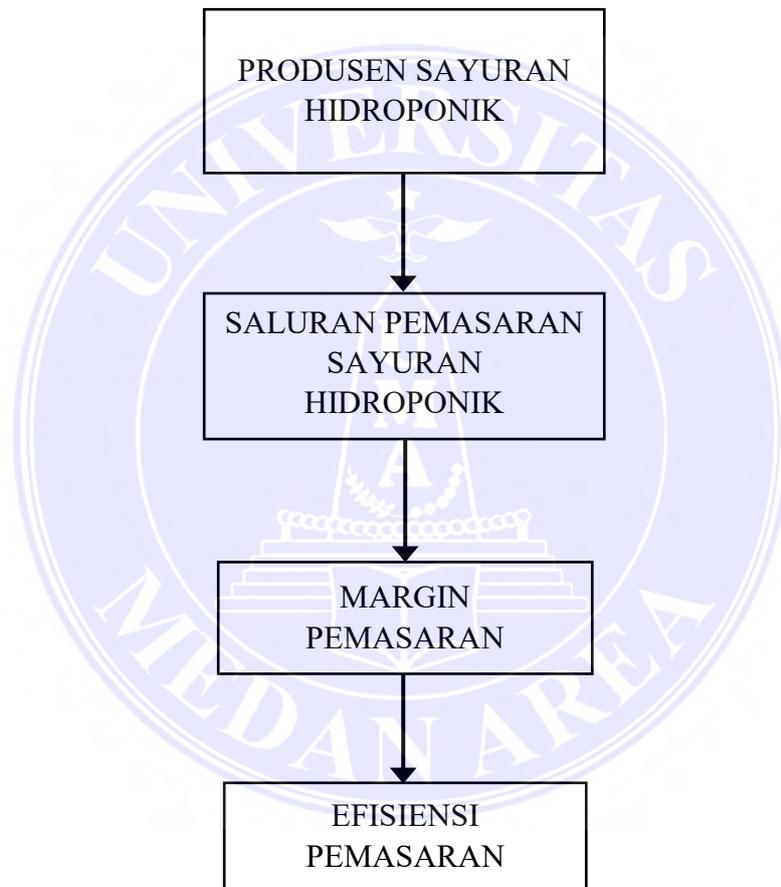
1.5 Kerangka Pemikiran

Sayuran hidroponik adalah sayuran yang ditanam tanpa menggunakan media tanam dari tanah atau dapat disebut juga sayuran yang ditanam menggunakan media tanam air yang mengandung campuran hara. Sayuran hidroponik disediakan di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan sayuran dengan kualitas yang tinggi secara kontinyu. Terbatasnya lahan pertanian dan juga berkurangnya tingkat kesuburan tanah menyebabkan penurunan kualitas dan kuantitas sayuran yang diproduksi. Sayuran hidroponik merupakan salah satu solusi dari permasalahan tersebut, sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional namun biaya yang diperlukan cukup besar. Perhatian masyarakat yang tinggi pada kesehatan, menjadikan sistem pertanian hidroponik terutama untuk komoditi sayuran organik memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan, oleh karena itu segmen pasar yang dituju umumnya yaitu kalangan menengah ke atas, dengan kualitas yang tinggi dan segmen pasar khusus tersebut, sayuran hidroponik dapat dijual dengan harga yang jauh lebih tinggi karena sayuran hidroponik yang diproduksi dipasarkan ke supermarket, pasar modern atau swalayan.

Tiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda satu sama lain yang dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan, dengan adanya fungsi pemasaran maka akan terbentuk biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran menentukan tingkat harga yang diterima produsen dan lembaga pemasaran. dari biaya pemasaran dan harga jual akan didapatkan margin atau keuntungan yang merupakan pengukuran untuk efisiensi pemasaran sayuran hidroponik.

Biaya pemasaran suatu produk biasanya diukur secara kasar dengan *share margin*. Margin pemasaran adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir.

Atas dasar tinjauan teori di atas, maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini, seperti tersaji dalam gambar 1 berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Pemasaran Sayuran Hidroponik

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teknologi Hidroponik

Hidroponik (*hydroponics*) secara umum diartikan bertanam tanpa tanah. *Hydroponics* sendiri berasal dari kata Yunani *hydro*, yang berarti air dan *ponos* yang berarti kerja. Jadi, hidroponik sebenarnya adalah cara bertanam dengan menggunakan air sebagai media tanam. Oleh karena itu, kemudian muncul beraneka metode penanaman hidroponik. Namun keragaman tersebut dapat dipilahkan secara sederhana menjadi dua jenis, yaitu hidroponik dengan media tanam hanya air dan hidroponik dengan media tanam air dilengkapi media lain sebagai penyangga tanaman (media tanam kombinasi) (Karsono, 2002).

Hidroponik secara harfiah berarti, Hydro yaitu air dan phonic yaitu pengerjaan. Sehingga secara umum berarti sistem budidaya pertanian tanpa menggunakan tanah tetapi menggunakan air yang berisi larutan nutrisi. Budidaya hidroponik biasanya dikerjakan didalam satu rumah kaca (greenhouse) untuk menjaga agar pertumbuhan tanaman secara optimal dan benar-benar terlindung dari pengaruh atau unsur luar seperti hujan, hama penyakit, iklim dan lain-lain. Keunggulan dari beberapa budidaya dengan menggunakan sistem hidroponik antara lain: (1) Kepadatan tanaman per satuan luas dapat dilipat gandakan sehingga menghemat penggunaan lahan. (2) Mutu produk seperti bentuk, ukuran, rasa, warna, kebersihan dapat dijamin karena kebutuhan nutrisi dapat dijamin karena kebutuhan nutrisi dalam tanaman dipasok secara terkendali di dalam rumah kaca. (3) Tidak tergantung musim/waktu tanam dan panen, sehingga dapat diatur sesuai dengan kebutuhan pasar (Rodiah, 2014).

Menurut Sutiyoso (2004) , di Indonesia, hidroponik yang berkembang pertama kali yaitu hidroponik substrat. Hidroponik substrat merupakan sistem hidroponik yang mempergunakan media selain tanah dan steril, misalnya arang sekam, pasir, dan serbuk sabut kelapa. Setelah hidroponik substrat, hidroponik NFT (*nutrient film technique*) mulai dikenal di Indonesia, kemudian berkembang pula hidroponik aeroponik yang memberdayakan udara. Teknik hidroponik sangat memungkinkan untuk menanam semua jenis sayuran.

Pentingnya sayuran untuk kesehatan manusia sudah lama diketahui. Sayur dibutuhkan manusia untuk beberapa macam manfaat yang salah satunya untuk membantu metabolisme tubuh. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk senantiasa mengkonsumsi sayuran segar dengan cara memasak yang benar. Kalangan ilmuwan kesehatan percaya mengkonsumsi sayuran secara teratur berpengaruh positif terhadap kesehatan manusia (Nazarudin, 1999).

Istilah hidroponik (*hydroponics*) digunakan untuk menjelaskan tentang cara bercocok tanam pengganti tanah untuk menghantarkan larutan hara ke dalam akar tanaman (Prihmantoro, 1998).

2.1.1 Jenis Tanaman Hidroponik

Adapun jenis tanaman hidroponik yang paling banyak dan mudah dibudidayakan yaitu :

1. Tanaman sawi (*Brassicajuncea L.*) masih satu famili dengan kubis-krop, kubis bunga, broccoli dan lobak atau rades, yakni famili cruciferae (*brassicaceae*) oleh karena itu sifat morfologis tanamannya hampir sama, terutama pada sistem perakaran, struktur batang, bunga, buah (polong) maupun bijinya. Tanaman sawi diduga berasal dari Cina dan Asia Timur (Rukmana, 1994).

2. Pakcoy merupakan sayuran pendatang dari luar negeri yang sangat populer terutama dikalangan masyarakat keturunan Cina. Di Indonesia, tanaman pakcoy sudah banyak dibudidayakan dan diusahakan oleh petani, dengan pertumbuhan tanaman sangat baik. Ciri-ciri tanaman ini mempunyai tubuh tegak dan daun kompak, tangkai daun berwarna putih dan daun berwarna hijau segar, serta tangkai daun lebar dan kokoh (Rukmana, 1994).

3. Samhongking merupakan kelompok dari genus Brassica yang merupakan salah satu tanaman sayur yang sangat populer di Indonesia. Samhongking biasa dimanfaatkan daunnya sebagai bahan pangan. Batang tanaman kailan umumnya pendek dan banyak mengandung air (herbaceous). Disekeliling batang hingga titik tumbuh terdapat tangkai daun yang bertangkai pendek (Rukmana, 1995).

2.1.2 Keunggulan Sayuran Hidroponik

Terbatasnya lahan pertanian dan berkurangnya tingkat kesuburan tanah menyebabkan penurunan kualitas dan kuantitas sayuran yang diproduksi. Oleh karena itu, sayuran hidroponik merupakan salah satu solusi dari permasalahan tersebut. Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibanding sayuran konvensional namun biaya yang diperlukan tinggi. Oleh karena itu, segmen pasar yang dituju umumnya yaitu kalangan menengah ke atas, dengan kualitas yang tinggi. Sayuran hidroponik dapat dijual dengan harga premium atau harga yang jauh lebih tinggi dan dipasarkan ke supermarket, swalayan, hotel dan restoran.

Bertanam secara hidroponik memiliki berbagai keunggulan dibanding dengan budidaya tanaman menggunakan media tanam. Kelebihan hidroponik antara lain: (1) Keberhasilan tanaman untuk tumbuh dan berproduksi lebih

terjamin. (2) Perawatan lebih praktis dan gangguan hama lebih terkontrol. (3) Pemakaian pupuk lebih hemat. (4) Tanaman yang mati lebih mudah diganti dengan tanaman yang baru. (5) Tidak membutuhkan banyak tenaga kerja karena metode kerja lebih hemat dan memiliki standarisasi. (6) tanaman dapat tumbuh dengan pesat dan dengan keadaan tidak kotor dan rusak. (7) Hasil produksi lebih continue dan lebih tinggi dibanding dengan penanaman ditanah. (8) Harga jual produk lebih tinggi dibandingkan dengan nonhidroponik. (9) Beberapa tanaman dapat dibudidayakan diluar musim. (10) Tidak ada resiko banjir, erosi, kekeringan, atau ketergantungan dengan kondisi alam. (11) Tanaman hidroponik dapat dilakukan pada lahan atau ruang yang terbatas (Rodiah Ida Syamsu, 2014).

2.1.3 Pemasaran Sayuran Hidroponik.

Citra yang selama ini melekat pada produk hidroponik adalah mutunya yang prima. Itulah sebabnya produk hidroponik ini tidak pernah dipasarkan dipasar tradisional yang tidak mementingkan mutu. Produk hidroponik biasanya dipasarkan dipasar swalayan, hotel dan rumah makan. Di kota-kota besar telah banyak berdiri pasar swalayan yang menjual aneka macam sayuran dan buah buahan. Pasar swalayan tersebut membutuhkan beraneka ragam sayuran dalam jumlah yang besar. Bahkan dipasar swalayan tersebut sering ditemukan jenis sayuran yang tidak ditemukan dipasar tradisional. Bagaimana prospek pasar sayuran hidroponik, harus diakui bahwa daya serap pasar sayuran hidroponik adalah kota besar dengan pasar swalayan sebagai ujung tombaknya Dengan keunggulan mutu yang dimiliki sayuran hidroponik, rasanya tidak sulit untuk merebut pasar yang ada (Hartus, 2001).

Pada suatu usaha, pemasaran mempunyai fungsi yang luas dan dalam yang mempengaruhi seluruh aspek operasional usaha tersebut. Oleh karena itu perlu adanya suatu bagian yang tepat dan bertanggung jawab untuk tugas pemasaran, bagian yang tepat untuk memainkan peran itu adalah manajemen tataniaga. Pemasaran tidak hanya merupakan lalu lintas barang dari produsen ke konsumen tetapi juga mencakup kegiatan sebelum dan sesudah pemasaran seperti perencanaan kegiatan (Nitisemito, 1982).

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, Menawarkan, dan Mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler dkk., 2005).

Untuk mencapai tujuan pemasaran yang efisien maka produsen sayuran hidroponik harus memperhatikan beberapa konsep pemasaran sayuran hidroponik, agar pemasaran berjalan dengan seimbang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Gates and Mc. Daniel, 2001 yang menyatakan bahwa agar mencapai pemasaran efisien maka harus menganut konsep pemasaran seperti: 1) Orientasi konsumen, 2) Orientasi tujuan, dan 3) Orientasi sistem. Orientasi konsumen berarti mengidentifikasi dan fokus pada orang-orang dan perusahaan yang kemungkinan besar akan membeli produk dan produksi barang dan jasa yang akan memberi kebutuhan mereka yang lebih efektif. Orientasi tujuan fokus pada pencapaian tujuan perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan konsumen. Orientasi sistem ditekankan pada pengawasan lingkungan eksternal dan mengirimkan bauran pemasaran ke pasar sasaran.

Pemasaran adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan usaha memasarkan produk, termasuk juga jalur pemasaran atau tata niaganya. Pasar dapat diartikan sebagai suatu organisasi tempat para penjual dan pembeli dapat dengan mudah saling berhubungan. Bagi pengusaha sayuran hidroponik, pasar merupakan tempat melempar hasil produksinya (Soekartawi, 1993).

Pemasaran dapat juga didefinisikan sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan penentuan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton, 1996).

2.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan alat atau sarana yang dapat digunakan oleh produsen untuk menyalurkan hasil produksinya hingga ke konsumen. Menurut (Kotlerdkk., 2002). Saluran pemasaran dapat berlangsung apabila ada (a) adanya kelompok lembaga (b) adanya kegiatan atau fungsi yang dilaksanakan oleh lembaga tersebut (c) adanya arah pergerakan barang atau produsen serta kepemilikannya dari lingkungan produsen dan konsumen.

Kotlerdkk. ,2002 memberikan defenisi saluran pemasaran sebagai “rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap dikonsumsi”. Dalam proses penyaluran produk dari pihak produsen hingga mencapai konsumen akhir, sering ditemui adanya lembaga-lembaga perantara, mulai dari produsen sendiri, lembaga-lembaga perantara, hingga konsumen akhir. Karena adanya perbedaan jarak dari lokasi produsen ke lokasi konsumen, maka fungsi lembaga perantara

sering diharapkan kehadirannya untuk membantu penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen, maka saluran pemasaran yang terbentuk pun akan semakin panjang.

Saluran pemasaran merupakan saluran yang menghubungkan pembeli dengan penjual. Terdapat dua jenis saluran yaitu, saluran komunikasi dan saluran distribusi. Saluran komunikasi mengirimkan ke pembeli dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran distribusi menunjukkan, menjual dan mengirimkan fisik produk atau layanan kepada pembeli atau pemakai (Kotler dkk., 2002).

Lebih jelas Kotler dkk., 2002 menyatakan jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran non tingkat (*zero stage chanel*).
- b. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Selama ini bisa disebut dengan saluran tingkat satu (*one stage chanel*).
- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).

d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*).

2.3 Fungsi Pemasaran

Secara teoritis dalam suatu kegiatan pemasaran terdapat beberapa fungsi-fungsi pemasaran yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan pemasaran, adapun fungsi-fungsi dari pemasaran dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pembelian. Fungsi pembelian adalah berperan dalam pengadaan bahan atau produk sesuai dengan kebutuhan.
- b. Pembungkusan. Perencanaan yang berkenaan dengan pemasaran barang/jasa yang tepat dalam jumlah yang tepat serta harga yang selaras termasuk didalamnya faktor-faktor lain seperti bentuk, ukuran, kemasan dan sebagainya.
- c. Penjualan. Fungsi penjualan dalam suatu pemasaran bersifat dinamis, karena telah melalui proses yang baik dan terstandarisasi sebagai bentuk penarik minat konsumen agar dapat meyakinkan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan penjual kepada pembeli.
- d. Transportasi. Fungsi transportasi adalah perencanaan dan pengerahan semua alat pengangkutan yang digunakan untuk memindahkan barang dalam proses pemasaran.
- e. Penggudangan. Fungsi penggudangan berarti menyimpan barang selama waktu barang tersebut dihasilkan dan dijual.

f. Standarisasi. Fungsi standarisasi adalah penetapan yang harus dipenuhi agar sesuai dengan standar produksi sebelum barang dipasarkan.

g. Keuangan. Fungsi keuangan merupakan usaha yang langsung bersangkutan dengan transaksi dalam mengalirkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

h. Komunikasi. Fungsi komunikasi yaitu segala sesuatu yang dapat memperlancar hubungan antara penjual dan pembeli didalam proses pemasaran suatu produk barang dan jasa.

i. Risiko. Adalah kendala atau risiko yang dihadapi dalam proses pemasaran, risiko akan kerugian yang disebabkan karena rusak atau hilangnya barang yang akan dipasarkan.

2.4 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan kepuasan bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran merupakan sistem pemasaran yang efisien apabila memenuhi syarat mampu menyampaikan hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut (Mubyarto, 1989).

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran tercapai jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran, yaitu produsen, konsumen akhir dan lembaga-lembaga pemasaran (Limbong, 1987).

Biaya pemasaran mencakup semua biaya yang terjadi sejak produk selesai diproduksi sampai dengan produk diubah kembali dengan bentuk uang. Dengan demikian biaya pemasaran meliputi biaya pergudangan, penjualan, pengepakan, kredit dan penagihan, (Sudarsono,1998).

Menurut Sudiyono, 2001 margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual). Menurut Mubyarto, 1997 Share Margin adalah persentase harga terhadap harga beli konsumen akhir, yaitu bagian harga yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli konsumen dalam persen.

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$Mi = Psi - Pbi$$

Dimana:

Mi = Margin pemasaran pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Psi = Harga jual pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Pbi = Harga beli pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i.

Menurut Soekartawi, 2002 adapun untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100\%$$

2.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Oleh Shanty Rosdiana Batubara (2009) yang berjudul skripsi” *Analisis Pemasaran Sayuran Organik Di Pt Agro Lestari Ciawi Bogor Jawa Barat*”.tujuan dari penelitian ini yaitu Menganalisis perbedaan harga jual di tingkat petani dan di tingkat pemasok, Mengidentifikasi sistem pemasaran dan saluran pemasaran sayuran organik PT Agro Lestari, dan Menganalisis Farmer’s share dan rasio keuntungan biaya untuk sayuran organik pada PT. Agro Lestari. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode snowball sampling. Sampel penelitian terdiri dari sepuluh orang pedagang pengumpul, dan lima orang pemasok. Hasil penelitian ini menunjukkan saluran pemasaran sayuran organik pada PT Agro Lestari terdiri dari tiga pola saluran pemasaran yaitu : (1) Petani-pedagang pengumpul dan petani besar-pemasok dan petani besar-swalayan-konsumen, Saluran Pemasaran (2) Petani-pedagang pengumpul dan petani besar-pemasok swalayan-konsumen, Saluran Pemasaran (3) Petani-pedagang pengumpul dan petani besar-konsumen. Berdasarkan tiga pola saluran pemasaran pada PT Agro Lestari menunjukkan bahwa total margin pemasaran yang terbesar terdapat pada pola pemasaran tiga yaitu pada komoditi wortel organik dan petsai organik yaitu masing-masing sebesar Rp 8500,00 per kg (68 persen) dan Rp 8500,00 per kg (70,86 persen). Margin pemasaran terkecil terjadi pada pemasaran satu pada komoditi kangkung organik yaitu sebesar Rp.4500,00 per kg (60,02 persen). Farmer’s share terbesar pada komoditi kangkung organik terdapat pada saluran pemasaran 1 dan 2 yaitu masing-masing sebesar 40 persen dan farmer’s share terkecil terdapat pada saluran pemasaran 3 yaitu sebesar 30 persen. Saluran pemasaran yang memberikan rasio keuntungan

terhadap biaya pemasaran sayuran organik tertinggi terdapat pada saluran pemasaran tiga pada komoditi wortel organik yaitu sebesar 4,22 dengan keuntungan pemasaran yang diperoleh oleh supermarket sebesar Rp 4850,00/kg.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Intan Ayu Purnamasari (2010) dengan judul penelitian “*Analisis Pemasaran Jeruk Di Kabupaten Bangli*”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola saluran pemasaran, menganalisis biaya, margin dan keuntungan serta efisiensi ekonomi dari masing-masing saluran pemasaran jeruk di Kabupaten Bangli. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Daerah penelitian diambil secara sengaja (purposive) yaitu Kabupaten Bangli dan sampel kecamatan dipilih yaitu Kecamatan Kintamani. Metode penentuan jumlah pada masing-masing desa menggunakan proportional random sampling sedangkan penentuan sampel masing-masing desa menggunakan metode systematic sampling serta sampel pedagang secara snowball sampling. Data yang diambil baik berupa data primer dan data sekunder dengan teknik wawancara, pencatatan dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat tipe saluran pemasaran jeruk di Kabupaten Bangli yaitu, saluran I: Petani→Penebas→Pedagang Besar→Pedagang Kecil→Pedagang Pengecer→Konsumen, saluran II: Petani→ Pedagang besar→Pedagang Kecil→Pedagang Pengecer→Konsumen, saluran III: Petani→Pedagang Besar→Pedagang Pengecer→Konsumen dan saluran IV: Petani→Pedagang Pengumpul→Pedagang Besar→Pedagang Kecil→Pedagang Pengecer→Konsumen. Pada saluran I memiliki total biaya pemasaran Rp 1.713,4 per kg, margin pemasaran Rp 5.485,1 per kg dan keuntungan pemasaran Rp 3.771,7 per kg. Pada saluran II total biaya pemasaran Rp 1.582,8 per kg, margin

pemasaran Rp 4.999,9 per kg dan keuntungan pemasaran Rp 3.658,7 per kg. Pada saluran III total biaya pemasaran Rp 1.405,9 per kg, margin pemasaran Rp 4.000,00 per kg dan keuntungan pemasaran Rp 2.840,5 per kg. Pada saluran IV total biaya pemasaran Rp 1.550,2 per kg, margin pemasaran Rp 5.267,8 per kg dan keuntungan pemasaran Rp 3.717,5 per kg. Dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari keempat saluran yang ada di Kabupaten Bangli maka saluran III adalah saluran pemasaran jeruk yang paling efisien karena memiliki margin pemasaran terendah yaitu Rp 4.000,00 per kg dan memiliki nilai Farmer's Share tertinggi yaitu super besar sebesar 60%, super sebesar 55,55%, king sebesar 50%, bom sebesar 42,85%, dan AA sebesar 33,33%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Oleh Ivony Annisa (2017) dengan judul penelitian “*Analisis Pemasaran Bawang Merah Di Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat*”. Tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran serta merekomendasikan alternatif pemasaran. Metode pengumpulan data menggunakan purposive sampling untuk petani dan snowball sampling untuk lembaga pemasaran. Hasil analisis menunjukkan saluran pemasaran yang relatif efisien pada saluran3 (petani – pasar modern), saluran 4 (petani – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen) dan 5 (petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen). Indikator efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran, farmer's share, rasio keuntungan terhadap biaya, daya serap komoditas, serta fungsi-fungsi pemasaran.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja), artinya daerah penelitian dipilih berdasarkan tujuan penelitian. Tempat yang menjadi daerah penelitian yaitu Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan prasarvey yang telah dilakukan terdapat supermarket yang menjual sayuran hidroponik terbesar, yaitu Brastagi Supermarket . Dimana hasil penelitian di lokasi tersebut dapat bermanfaat untuk menentukan pemasaran yang tepat bagi usaha sayuran hidroponik. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai dengan September 2019.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode menentukan lokasi penelitian dengan secara *purposive* (sengaja). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *snowball sampling* (bola salju) yaitu teknik pengambilan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono,2013). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah satu orang produsen sayuran hidroponik yaitu sebagai ketua di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera, satu pedagang pengecer yaitu Brastagi Supermarket dan 25 orang konsumen yang membeli sayuran hidroponik, untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini. Sebagai tambahan untuk melengkapi hasil penelitian ini, diambil satu pasar modern yaitu Transmart Carefour yang menjadi pedagang pengecer.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data dilakukan dengan metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) terlampir kepada KUTP Hidrotani Sejahtera, supermarket atau pedagang pengecer dan konsumen sayuran hidroponik.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi dari berbagai instansi resmi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi badan pusat statistik.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu :

1. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
2. Observasi yaitu pengamatan langsung kelokasi penelitian yaitu di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang.
3. Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan seccara sistematis dan berlandasan pada tujuan penelitian yang dijadikan sebagai sampel untuk melengkapi data dan informan yang dibutuhkan.
4. Studi pustaka yaitu catatan atau dokumentasi resmi tertulis dan dikeluarkan oleh badan pusat statistik dan lembaga lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3.4 Metode Analisis Data

Analisis dengan metode deskriptif, yaitu mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisa dan menginterpretasikan data sehingga memberikan suatu gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana saluran pemasaran sayuran hidroponik dilokasi penelitian. Pengolahan data yang akan dilakukan dengan mentabulasi data secara sederhana dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

Efisiensi pemasaran sayuran hidroponik dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan margin pemasaran. Menurut Sudiyono (2001) margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga tingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual).

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$Mi = P_{si} - P_{bi}$$

Dimana :

Mi : margin pemasaran pasar ditingkat ke-i

Psi : harga jual pasar ditingkat ke-i

Pbi : harga beli pasar di tingkat ke-i

Menurut Soekartawi (2002) adapun untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran didaerah penelitian sbagai berikut :

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\%$$

Maka apabila saluran pemasaran lebih <50% maka saluran pemasaran efisien, jika saluran pemasaran >50% maka saluran pemasaran tidak efisien, dan jika saluran pemasaran = 50% maka saluran pemasaran efisien.

3.5 Batasan Operasional

Untuk menghindari salah pengertian dan kesalahpahaman maka diuraikan beberapa defenisi dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Hidroponik merupakan sebutan untuk sebuah teknologi bercocok tanam tanpa menggunakan tanah.
2. Responden adalah petani atau produsen, pedagang pengecer dan konsumen yang memproduksi atau mengkonsumsi sayuran hidroponik.
3. Pemasaran adalah suatu proses memindahkan sayuran hidroponik dari tangan produsen ke tangan konsumen.
4. Saluran pemasaran adalah kumpulan lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran (fungsi pemasaran) yang digunakan untuk mengalirkan komoditas sayuran hidroponik dari tangan produsen sampai ke konsumen akhir.
5. Biaya pemasaran adalah keseluruhan komponen biaya yang diperlukan untuk memasarkan sayuran hidroponik dari produsen sampai ketangan konsumen sayuran hidroponik.
6. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen sayuran hidroponik.
7. Efisiensi pemasaran merupakan suatu keadaan yang digunakan dalam memberikan kepuasan bagi semua lembaga dalam pemasaran sayuran hidroponik.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran sayuran hidroponik di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran sayuran hidroponik mulai dari produsen sayuran hidroponik Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera→pedagang pengecer→konsumen.
2. Saluran pemasaran sayuran hidroponik pada pedagang pengecer Brastagi Supermarket memiliki saluran pemasaran yang lebih efisien dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 0,15%.

6.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran sayuran hidroponik bahwa saluran pemasarannya lengkap dan efisien. Dengan demikian peran lembaga pemasaran sayuran hidroponik KUTP Hidrotani Sejahtera di harapkan dapat untuk mempertahankan dan meningkatkan pemasarannya.
2. Produsen harus dapat mempertahankan kualitas sayuran hidroponik yang sudah cukup baik serta produktivitas yang tinggi juga harus dipertahankan untuk meningkatkan keuntungan agar dapat terus berjalan dan banyak disukai masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, I. 2017. Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Skripsi. Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Bogor. IPB.
- Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Utara. 2008.
- Hartus, T. 2001. *Berkebun Hidroponik Secara Murah*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Jannovar, E.A. 2016. Budidaya cara menanam bawang merah panduan lengkap. <http://erotani.blogspot.co.id/2016/05/budidaya-cara-menanam-bawang-merah.html> diakses pada 2016.
- Karsono, S. 2002. Hidroponik Skala Rumah Tangga Memanfaatkan Rumah dan Pekarangan. Depok: PT. Agromedia Pustaka.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lingga, P. 2005. Hidroponik Bercocok Tanam Tanpa Tanah. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian, Jakarta : Edisi Ke-tiga, LP3S.
- Nazaruddin. 1999. Budidaya dan Pengaturan Panen Sayuran Dataran Rendah. Edisi ke-4. Penebar Swadaya. Jakarta. 142 hal
- Sutiyoso, Y. 2004. Hidroponik ala Yos. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Philip, K. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2. Jakarta. PT Prenhallindo.
- Rodiah, I S. 2014. *Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik*. Jurnal. Universitas Tulungagung BONOROWO Vol 1. No 2 Tahun 2014.
- Purnamasari, I A. 2010. Analisa Pemasaran Jeruk Di Kabupaten Bangli. Surakarta: Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. 92 Hal
- Rosdiana Batubara, S. 2009. Analisis Pemasaran Sayuran Organik di PT. Agro Lestari Ciawi Bogor Jawa Barat. Skripsi Program Ekstensi Pertanian.
- Roslani, R . 2005. Budidaya Tanaman Sayuran dengan Teknik Hidroponik. Balai Penelitian Tanaman Sayuran Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 27 Hal.
- Rukmana, R. 1995. Hama Tanaman dan Teknik Pengendalian, Bumi aksara, Jakarta.

- Rukmana, R. 1994. Bayam, Bertanam & Pengelolaan Pascapanen. Yogyakarta: Kanisius.
- Saaty, T L. 1988. *Decision Making for Leaders, University of Pittsburgh.*
- Sepriani, S. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Bunga Potong. Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Simatupang, B. 2002. Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Merek Delfarm Vegetables pada PT. Misadana. Skripsi. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Prtanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi, 2002, Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudarmodjo. 2008. Pengenalan Sistem Hidroponik [Paper untuk Kalangan Sendiri]. Bogor:
- Sudarsono. 1998. Ekonomi Sumber Daya Manusia. Jakarta. Universitas Terbuka.
- Sudiyono A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susila, A. D. 2013. Sistem Hidroponik. Departemen Agonomi dan Hortikultura. Fakultas Pertanian. Modul. IPB. Bogor . 20 hal.
- Sutiyoso, Y., 2004. Hidroponik ala Yos. Penebar Swadaya. Jakarta
- Swastha, B. 1999. Saluran Pemasaran (Edisi ke 1). Yogyakarta: BPFE Tim Karya Tani Mandiri. 2010. Pedoman Budidaya Secara Hiddroponik. Bandung:
- Tim Karya Tani Mandiri, 2010. Pedoman Bertanam Jagung. Nuansa Aulia, Bandung.
- Tulniza, Feni, et.al. 2017. Penerapan Sistem Hidroponik Dalam Budidaya Sayuran.

KUISIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu/Saudara/I yang terhormat, saya mahasiswa Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai Analisis Pemasaran Sayuran Hidroponik Sonabati (Studi Kasus: KUTP Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang). Saya memohon kesedian Bapak/Ibu/Saudara/I, Untuk mengisi kuisisioner penelitian ini, Partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudar/I sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan perhatiannya.

Medan,

Peneliti

Petunjuk Pengisian : Berilah Tanda Silang (X) Pada Pilihan Saudara

A. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Alamat :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Usia :
- e. Pekerjaan/jabatan :
- f. Jumlah tanggungan keluarga : (orang)
- g. Pendidikan terakhir :
- h. Jumlah pendapatan saudara : (Rp/bln)

1. Sudah berapa lama saudara bekerja di KUTP. Hidrotani Sejahtera
:.....
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain: a.Ya b.Tidak
Jika ya, sebutkan :.....
3. Sudah berapa lama usaha tani ini berdiri :(tahun)
4. Berapa jenis usaha serupa di daerah ini :
5. Berapa jumlah tenaga kerja di KUTP. Hidrotani Sejahtera :(orang)
6. Bagaimana sistem upah/bayar tenaga kerja KUTP. Hidrotani Sejahtera :
a. Harian b. Mingguan
c. Bulanan
7. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk upah tenaga kerja perbulannya
:.....(Rp/bulan)
8. Berapakah produksi yang dihasilkan pada musim panen :(kg)
9. Berapa jumlah pendapatan saudara dalam sekali panen :(Rp)
10. Berapa jumlah luas lahan KUTP Hidrotani Sejahtera :.....(Ha)
11. Apakah sayuran hidroponik yang sudah di panen selalu habis terjual :
a.Ya b.Tidak
Jika tidak, bagaimana cara penanggulangannya :.....
12. Darimana bibit atau benih sayuran hidroponik tersebut diperoleh
:.....
13. Berapakah harga bibit atau benih sayuran hidroponik tersebut :.....(Rp/Kg)
14. Berapa biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi :.....(Rp)
15. Berapa banyak hasil sayuran hidroponik yang dijual :.....(Kg/hari)

16. Bagaimana cara yang dilakukan dalam memasarkan sayuran hidroponik tersebut :
- Dijual langsung kekonsumen
 - Dijual melalui pedagang perantara
 - Sudah ada penampungnya, sebutkan :
 - Dll, sebutkan :.....
17. Bagaimana KUTP Hidrotani Sejahtera mendapatkan informasi mengenai harga jual sayuran hidroponik :.....
18. Berapa hasil sayuran hidroponik yang di jual :.....(Kg/hari)
19. Berapa harga jual sayuran hidroponik per kilogram :.....(Kg)
20. Pada siapa saja KUTP. Hidrotani Sejahtera menjual sayuran hidropnik :
- Konsumen langsung.
 - Pedagang pengecer
 - Dll, sebutkan :.....
21. Dimana kegiatan pemasaran sayuran hidroponik berlangsung :
- Ditempat
 - Pasar
 - Dll, sebutkan :.....
22. Bagaimana cara penjualan dan pembelian sayuran hidroponik dilakukan :
- Panjar dahulu kemudian memesan
 - Mengantar langsung ke pasar
 - Dll, sebutkan :.....
23. Berapa biaya transportasi yang dikeluarkan setiap bulannya :.....(Rp/bln)
24. Dijual kemana saja hasil produksi sayuran hidroponik :

25. Apa alasan berdirinya KUTP. Hidrotani Sejahtera.
- Keuntungan yang baik.
 - Keturunan/tradisi.
 - Pemasaran yang sudah terjamin.
 - Dll, sebutkan :.....
26. Apakah Hidrotani Sejahtera memiliki prospek.
- Ya
 - Tidak
- Berikan alasannya :.....
27. Sebelum penjualan apakah dilakukan penyortiran kembali.
- Ya
 - Tidak
- Berikan alasannya :.....
28. Berapa besar permintaan pasar untuk sayuran hidropnik perbulan
:.....
29. Dari manakah modal yang dimiliki KUTP Hidrotani Sejahtera :.....
- Modal sendiri.
 - Pinjam.
 - Dll, sebutkan :.....
30. Berapa biaya untuk pengepakan atau pengemasan :.....
31. Berapa biaya transportasi yang dikeluarkan sekali produksi :.....
32. Apakah alat transportasi tersebut milik sendiri :
- Ya
 - Tidak
- Jika tidak, jelaskan :.....

33. Biaya Produksi

No	Jenis biaya	Uraian	Jumlah (Rp)
1.	Sarana Produksi	Bibit	
		Pupuk / Nutrisi	
		Petisida	
		Pipa / Paralon	
		Listrik	
		Air	
		Dll	
2.	Tenaga Kerja	Persiapan Lahan	
		Penanaman	
		Pemeliharaan	
		Panen	

34. Dengan siapa anda melakukan penjualan sayuran hidroponik

Lembaga Pemasaran	Alamat/lokasi	Harga jual (Rp/kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

B. Pedagang Pengecer atau Supermarket

1. Sudah berapa lama menjual sayuran hidroponik sonabati :..... (Tahun)
2. Berapakah harga beli sayuran hidroponik dari KUTP. Hidrotani Sejahtera :.....(Rp/Kg)
3. Dimana kegiatan pemasaran berlangsung :
 - a. Langsung ditempat.
 - b. Diantar
4. Apakah sayuran hidroponik yang di beli dari Hidrotani Sejahtera langsung dijual kembali :
 - a. Ya
 - b. Tidakberikan alasan :
5. Dijual kepada siapa produk sayuran hidroponik :.....
6. Berapakah pendapatan hasil penjualan sayuran hidropnik :.....(Rp/Kg)
7. Apa sajakah kendala yang dihadapi dalam penjualan produk sayuran hidroponik :.....
8. Jika produk sayuran hidroponik mengalami kerusakan selama pengiriman, apakah ditanggung oleh Hidrotani Sejahtera itu sendiri :
 - a. Ya
 - b. TidakBerikan alasannya :.....
9. Berapa lama sayuran hidroponik tahan untuk dijual :.....
10. Apakah ada pengepakan atau pengemasan khusus :.....
11. Kemana selanjutnya sayuran hidroponik yang tidak terjual dibawa :.....

Lampiran 2 Biaya Produksi Sayuran Hidroponik di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Perbulan.

Produsen Keterangan	Biaya Produksi(Rp)			Total Biaya Produksi(Rp)
	Pakcoy	Samhong	Sawi Putih	
Benih	200.000	200.000	130.000	530.000
Rockwoll	937.000	937.000	535.000	2.409.000
Nutrisi	750.000	225.000	225.000	1.200.000
Biaya listrik	400.000	400.000	400.000	1.200.000
Tenaga Kerja	6.000.000	6.000.000	6.000.000	18.000.000
Total	8.287.000	7.762.000	7.290.000	23.339.000
Rataan	1.657.400	1.552.400	1.458.000	4.667.800

Lampiran 3 Biaya Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kelompok Usaha Tani dan Perikanan (KUTP) Hidrotani Sejahtera Perbulan.

Produsen Keterangan	Biaya Pemasaran(Rp)			Total Biaya Pemasaran(Rp)
	Pakcoy	Samhong	Sawi Putih	
Plastik PE	100.000	100.000	100.000	300.000
Sticker Label	60.000	60.000	60.000	180.000
Transportasi	500.000	500.000	500.000	1.500.000
Total	660.000	660.000	660.000	1.980.000
Rataan	220.000	220.000	220.000	660.000

Lampiran 4 Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Brastagi Supermarket

Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp)			Total Biaya Pemasaran (Rp)
		Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label	
35.000	50.000	5.500	1.500	500	7.500

Lampiran 5. Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Transmart Carrefour.

Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp)			Total Biaya Pemasaran (Rp)
		Plastik Wrab	Timbangan	Kertas Label	
35.000	51.000	5.500	1.500	1.500	8.500

Lampiran 6. Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pedagang Pengecer Brastagi Supermarket.

No	Uraian	Keterangan	Harga Dan Biaya (Rp/Kg)	Margin	Efisiensi Pemasaran (%)
1	Produsen	Harga Jual	35.000		
2	Pedagang	Harga Beli	35.000	15.000	0,15
	Pengecer	Harga Jual	50.000		
		Biaya Pemasaran	7.500		
		Keuntungan Bersih	7.500		
3	Konsumen	Harga Beli	50.000		

Lampiran 7. Perhitungan Margin dan Efisiensi Pemasaran Pedagang Pengecer Transmart Carrefour.

No	Uraian	Keterangan	Harga Dan Biaya (Rp/Kg)	Margin	Efisiensi Pemasaran (%)
1	Produsen	Harga Jual	35.000		
2	Pedagang	Harga Beli	35.000		
	Pengecer	Harga Jual	51.000	16.000	0,16
		Biaya Pemasaran	8.500		
		Keuntungan Bersih	7.500		
3	Konsumen	Harga Beli	51.000		

Lampiran 8. Dokumentasi penelitian



Pengambilan data penelitian sayuran hidroponik



Pengambilan data penelitian sayuran hidroponik



Pengambilan data penelitian sayuran hidroponik





UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jl. Kolten No. 1 Medan estate, Medan 20371 Telp. 061-7366878, Fax. 061-7368012
Kampus II : Jl. Setia Budi No. 79 B / Jl. Sei Senyu No. 70 A Medan 20132 Telp. 061-8225602
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website : www.uma.ac.id

Nomor : *95*/FP.0/01.10/VII/2019
Lamp. :
Hal : Pengambilan Data/Riset

5 Juli 2019

Yth. Ketua Kelompok Usaha Tani Dan Perikanan Hidrotani Sejahtera
Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Ahmad Sutan Nauli Lubis
NPM : 148220067
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kelompok Usaha Tani Dan Perikanan Hidrotani Sejahtera untuk kepentingan skripsi berjudul **"Analisis Pemasaran Sayuran Hidroponik Sonabati (Studi Kasus KUTP Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)"**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.



Dr. Ir. Syahbudin, M.Si

Tembusan:

1. Ka.Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



**KELOMPOK USAHA TANI (KUT)
HIDROTANI SEJAHTERA**

Pusat Pelatihan dan Budidaya Tanaman Hidroponik serta Ikan Air Tawar

Jalan Suka Aman No.08, Desa Suka Maju, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Kode POS 20351

Suka Maju, 8 Agustus 2019

No : 04/ KUTP-HTS/VIII/2019
Perihal : Izin Pengambilan Data/ Riset
Lampiran :-

Kepada Yth,
**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
di
Medan**

Sesuai dengan surat Saudara No. 975/FP.0/01.10/VII/2019 tanggal 5 Juli 2019, perihal Pengambilan Data / Riset dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagaimana tercantum di bawah ini

Nama : **Ahamad Sutan Nauli Lubis**
NPM : 148220067
Program Studi : Agribisnis

Dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami menyetujui permohonan tersebut dengan ketentuan mahasiswa yang bersangkutan harus bersedia mematuhi segala peraturan yang berlaku di lingkungan KUTP Hidrotani Sejahtera dan kami tidak menanggung segala biaya yang dibutuhkan mahasiswa yang bersangkutan dalam melaksanakan riset tersebut.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

KUTP HIDROTANI SEJAHTERA
Ketua

Ir. Drs. YAHYA P. PULUNGAN, M.Si

tembusan : _ perlinggal

Arsip Ck



**KELOMPOK USAHA TANI (KUT)
HIDROTANI SEJAHTERA**

Pusat Pelatihan dan Budidaya Tanaman Hidroponik serta Ikan Air Tawar

Jalan Suka Aman No.08, Desa Suka Maju, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Kode POS 20351

Suka Maju, 9 September 2019

No : 04/ KUTP-HTS/VII/2019
Perihal : Selesai Melakukan Penelitian
Lampiran : -

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
di
Medan

Sesuai dengan surat Saudara No. 975/FP.0/01.10/VII/2019 tanggal 5 Juli 2019 dengan ini memberikan keterangan kepada nama dibawah ini

Nama : Ahmad Sutan Nauli Lubis
NPM : 148220067
Program Studi : Agribisnis

Bahwa yang bersangkutan tersebut diatas telah menyelesaikan Penelitian di KELOMPOK USAHA TANI (KUT) HIDROTANI SEJAHTERA selama 1 (satu) bulan dan telah menyerahkan 1 (satu) set soft copy hasil penelitian

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

KUTP HIDROTANI SEJAHTERA
Ketua

HS HIDROTANI SEJAHTERA
DELI SERDANG

[Signature]
Ir.Drs YAHYA P. PULUNGAN ,M.SI

busan : _pertinggal

Arsip CK