

**MANAJEMEN PEMASARAN USAHATANI SAYURAN  
PAKCOY DI HIDROPONIK DWIKORA  
PALEMBANG**

Oleh  
**DINDO**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG**

**2023**

**MANAJEMEN PEMASARAN USAHATANI SAYURAN  
PAKCOY DI HIDROPONIK DWIKORA  
PALEMBANG**

**Oleh  
DINDO**

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

**Pada  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG  
2023**

**Motto :**

***“Apapun Yang Terjadi, Tetap jadilah yang terbaik”***

***Alhamdulillah Ya Allah, Dengan Izin & Rahmat-Mu  
Skripsi ini ku persembahkan Kepada:***

- ***Kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Gapit dan Ibunda Sulijah yang telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang atas semua kesabarannya, serta selalu memberiku semangat dan do'a untukku dalam setiap langkahku menyelesaikan studi.***
- ***Kelima saudaraku Rinto Andira, Rino , Panter Riansyah, Rispa dan Rista yang selalu mendukung dan tak hentinya untuk selalu menasehati tugas akhirku***
- ***Sahabat-Sahabat Seperjuanganku***
- ***Teman-Teman Seperjuangan Angkatan 2018  
Agribisnis Fakultas Pertanian  
Keluarga besar HIMAGRI FPUMpalembang***

## RINGKASAN

**DINDO** “Manajemen Pemasaran Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang” dibimbing oleh **RAFEAH ABUBAKAR** dan **RAHMAT KURNIAWAN**.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen pemasaran usahatani tanaman sayuran pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang dan untuk Menganalisis pendapatan dari usahatani sayuran pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan Kuantitatif. Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun responden yang diambil adalah 1 orang pemilik usaha hidroponik dwikora Palembang dan 2 orang karyawan hidroponik dwikora Palembang. Jadi responden dalam penelitian ini sebanyak 3 responden Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa Pemilik Usaha hidroponik dwikora Palembang memahami tentang kegiatan dan dapat memberikan informasi dan data yang dibutuhkan sehubungan dengan kegiatan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran sayuran pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang dengan melakukan perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, pengendalian dan evaluasi. Pendapatan yang diperoleh oleh usahatani sayuran pakcoy di hidroponik dwikora Palembang dalam satu kali produksi menghasilkan 170 Kg sayuran pakcoy kemudian dikalikan dengan harga sebesar Rp. 25.000 maka pendapatan bersih yang diterima oleh usahatani sayuran pakcoy di hidroponik dwikora Palembang sebesar Rp. 1.166.569 dalam satu kali produksi.

## **SUMMARY**

**DINDO** "Marketing Management of Pakcoy Vegetable Farming in Hydroponics Dwikora Palembang" supervised by **RAFEAH ABUBAKAR** and **RAHMAT KURNIAWAN**.

The purpose of this study was to determine the marketing management of pakcoy vegetable farming in Hydroponics Dwikora Palembang and to analyze income from pakcoy vegetable farming in Hydroponics Dwikora Palembang. The research method used in this study is descriptive qualitative and quantitative. Sampling method used in research using purposive sampling method. The respondents taken were 1 hydroponic business owner of Dwikora Palembang and 2 employees of Dwikora Palembang hydroponics. So the respondents in this study were 3 respondents. This was done with the consideration that the Palembang dwikora hydroponic business owner understands the activities and can provide the information and data needed in connection with research activities. The results showed that the marketing management of pakcoy vegetables in Hydroponics Dwikora Palembang by planning, implementing, organizing, controlling and evaluating. The income earned by the pakcoy vegetable farming business in Palembang's dwikora hydroponics in one production produces 170 kg of pakcoy vegetables, then multiplied by a price of Rp. 25,000, the net income received by the Pakcoy vegetable farming business in Palembang's dwikora hydroponics is Rp. 1,166,569 in one production.

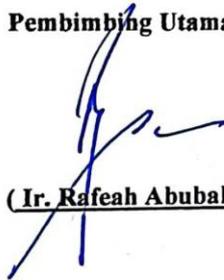
**HALAMAN PENGESAHAN**

**MANAJEMEN PEMASARAN USAHATANI SAYURAN  
PAKCOY DI HIDROPONIK DWIKORA  
PALEMBANG**

Oleh  
Dindo  
412018100

Telah dipertahankan pada ujian 12 April 2023

**Pembimbing Utama,**

  
( Ir. Rafeah Abubakar., M.Si )

**Pembimbing Pendamping,**

  
( Rahmat Kurniawan, S.P., M.Si )

Palembang, 08 Mei 2023

Dekan

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang



  
( Iri Rosmiah, M.Si )

NIDN/NBM.0003056411/913811

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dindo  
Tempat/Tanggal Lahir : Kuala Lebung Hitam, 30-04-1999  
NIM : 41 2018 100  
Fakultas/Program Studi : Pertanian/Agribisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan Bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hak kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan di media secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Dengan Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun

Palembang, 05 April 2023  
Yang membuat pernyataan

  
Dindo

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Manajemen Pemasaran Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang**”, yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat **Ir. Rafeah Abubakar., M.Si** pembimbing utama dan **Rahmat Kurniawan, SP., M.Si** selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan saran, petunjuk, motivasi dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua amal baik kita. Aamiin.

Palembang, April 2023

Penulis

## **RIWAYAT HIDUP**

**DINDO** dilahirkan di Desa Kuala Lebung Hitam Kecamatan Tulung Selapan pada tanggal 30 April 1999, merupakan anak keempat dari Ayahanda **Gavid** dan Ibunda **Sulijah**.

Pendidikan Sekolah Dasar telah diselesaikan pada tahun 2012 di SD Negeri 1 Kuala Lebung Hitam, Sekolah Menengah Pertama Tahun 2015 di SMP Negeri 5 Tulung Selapan, Sekolah Menengah Atas Tahun 2018 di SMA Negeri 1 Cengal Penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang Tahun 2018 Program Studi Agribisnis.

Pada tahun 2020 melakukan magang ke Hidroponik Dwikora Palembang. Selanjutnya Pada bulan Agustus sampai Januari 2021 penulis mengikuti Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Angkatan 56 di Desa Babatan Saudagar Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir.

Pada bulan Januari 2022 penulis melaksanakan penelitian tentang **“Manajemen Pemasaran Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang”**

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis.....	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Gambaran Umum Sayuran Pakcoy.....	13
2.2.2 Konsepsi Hidroponik .....	15
2.2.3 Konsepsi usahatani pakcoy dengan sistem hidroponik	18
2.2.4 Konsepsi Manajemen Pemasaran .....	20
2.2.5 Konsepsi Modal .....	22
2.2.6 Konsepsi Harga.....	23
2.2.7 Konsepsi Penerimaan.....	24
2.2.8 Konsepsi Pendapatan .....	25
2.3 Model Pendekatan.....	27
2.4 Batasan Penelitian dan Oparasionalisasi Variabel.....	28
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan waktu.....	30
3.1 Metode penelitian.....	30
3.3 Metode Penarikan Contoh.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Metode Pengolahan dan analisis data .....	31
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHSAN</b>	
4.1 Hasil .....	34
4.1.1 Gambaran Umum Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang .....	34
4.1.2 Identitas Responden Penelitian .....	35
4.1.3 Manajemen Pemasaran Usahatani Tanaman Sayuran Pakcoy Di Hidroponik Dwikora Palembang .....	38

4.1.4 Pendapatan dari Usahatani Sayuran Pakcoy Di Hidroponik Dwikora Palembang .....	40
4.2 Pembahasan.....	43
4.2.1 Manajemen Pemasaran Usahatani Tanaman Sayuran Pakcoy Di Hidroponik Dwikora Palembang .....	43
4.2.2 Pendapatan dari Usahatani Sayuran Pakcoy Di Hidroponik Dwikora Palembang .....	45
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran .....	47
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN.....	50

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Jumlah produksi sayuran pakcoy menurut Kabupaten /Kota di Propinsi Sumatera Selatan Tahun 2018-2022.....	4
2. Penelitian Terdahulu Yang Sejenis .....	10
3. Jumlah responden Berdasarkan Kelompok Umur di Hidroponik Dwikora Palembang.....	36
4. Tingkat Pendidikan Responden di Hidroponik Dwikora Palembang 2022.....	37
5. Pengalaman bekerja Responden di Hidroponik Dwikora Palembang 2022.....	37
6. Perhitungan biaya penyusutan pada peralatan usahatani sayuran pakcoy di hidoponik Dwikora Palembang.....	40
7. Perhitungan biaya variabel pada peralatan usahatani sayuran pakcoy di hidoponik Dwikora Palembang .....	41
8. Perhitungan total biaya pada peralatan usahatani sayuran pakcoy di hidoponik Dwikora Palembang.....	41
9. Analisis Penerimaan Usahatani sayuran pakcoy di hidroponik dwikora Palembang dalam satu kali produksi.....	42
10. Pendapaan Usahatani sayuran pakcoy di hidroponik dwikora Palembang dalam satu kali produksi.....	42
11. Produksi, Harga, Penerimaan, dan Biaya Produksi usaha sayuran pakcoy di hidroponik dwikora Palembang.....	46

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. ,Diagramatik Manajemen Pemasaran usahatani sayuran pakcoy di Hidroponik dwikora Palembang.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Wilayah Kota Palembang.....	50
2. Identitas Responden .....	51
3. Biaya Penyusutan Pada Peralatan Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponk Dwikora Palembang dalam satu kali produksi .....	52
4. Perhitungan Biaya Variabel (Biaya Tidak Tetap) Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang dalam satu kali Produksi	53
5. Total Biaya Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang dalam satu kali produksi.....	54
6. Total penerimaan Hasil Penjualan Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang dalam satu kali produksi. ....	55
7. Pendapatan usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang dalam satu kali produksi.....	55
8. Dokumentasi Penelitian .....	56
9. Surat keterangan selesai penelitian .....	60

# **BAB I. PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Perubahan ekonomi makro di Indonesia telah mendorong minat investor untuk menanam modal di bidang usaha yang tidak didominasi komponen impor. Berdasarkan pertimbangan tersebut agribisnis adalah salah satu peluang usaha yang potensial menghasilkan keuntungan yang mengacu pada aspek komersial penuh, yang menjadi ciri usaha agribisnis keberhasilannya dapat dicapai jika perhatian manajemen tidak terfokus hanya pada sisi produksi tetapi juga pada sisi pemasaran (Noviani, 2016).

Pemasaran adalah suatu proses yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Saluran pemasaran secara umum adalah kumpulan organisasi atau lembaga yang bergerak di bidang penyaluran barang atau jasa (Philip, 2000).

Bermunculannya supermarket (pasar swalayan) menyebabkan sayur-sayuran tertentu yang dulunya belum penting (misalnya sawi packcoy, brokoli, timun jepang, selada, jamur) mendapatkan pasaran yang cukup baik. Seiring dengan itu, berkembanglah usaha sayuran berpola agribisnis dengan teknologi canggih seperti budidaya hidroponik (Zulkarnain, 2014).

Bauran pemasaran (7P) merupakan penyempurnaan dari konsep bauran pemasaran tradisional, di mana konsep bauran tradisional hanya memuat 4 faktor yaitu Product, price, promotion dan place. Seiring berkembangnya jaman, bauran pemasaran berkembang menjadi 7 faktor dimana 3 faktor tambahan itu berupa people, physical evidence dan process. Dengan penyempurnaan bauran pemasaran tersebut diharapkan pembisnis dapat menyusun strategi yang berguna untuk memenangkan persaingan (Nugroho, 2013)

Tanaman organik merupakan salah satu cara menghasilkan produk pertanian yang berkualitas namun juga aman bagi kesehatan dan lingkungan, salah satunya produk hortikultura yang mampu menghasilkan produk pertanian

yang selalu dibutuhkan oleh konsumen untuk kebutuhan sehari-hari, sehingga akan lebih baik bila penanaman dilakukan secara organik, masyarakat juga mulai menyadari pentingnya hidup sehat dengan menjaga pola konsumsi terhadap makanan, banyak gangguan kesehatan yang disebabkan karena pola makan yang tidak seimbang dalam hal pemenuhan gizi (Sutanto, 2002). Hal tersebut menyebabkan masyarakat lebih arif dan bijaksana dalam memilih makanan. Peningkatan kesadaran masyarakat akan manfaat sayuran, menyebabkan permintaan akan sayuran terus meningkat (Herawati, 2007).

Sayuran organik merupakan komoditas hortikultura yang banyak diminati untuk dikembangkan pada pertanian organik saat ini. Keistimewaan dari sayuran organik adalah mengandung antioksidan 10 – 50 % di atas sayuran non organik. Kandungan nitrat dalam sayuran dan buah organik diketahui 25 % lebih rendah dari non organik. Hal tersebut membuat sayuran organik layak dikonsumsi (Isdiyanti, 2007).

Prospek usaha sayuran organik sebenarnya untuk selama 10 tahun ke depan, sangat prospektif karena semakin tingkat kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi produk pertanian terutama sayuran yang bebas bahan-bahan kimia. Sayuran organik yang dibudidayakan secara alami maka sayuran tersebut mengandung berbagai keunggulan dibandingkan dengan sayuran konvensional. Salah satu keunggulan dari sayuran organik adalah sayuran aman dari residu bahan kimia, sehingga dapat menunjang kesehatan. Hal ini membuat konsumen beralih dari sayuran konvensional ke sayuran organik, sehingga dapat menjadikan peluang pemasaran sayuran organik (Airine, 2010).

Sayuran organik merupakan produk yang aman bagi kesehatan sehingga sayuran organik semakin berkembang. Gaya hidup sehat masyarakat yang mengubah pola konsumsi masyarakat dari mengonsumsi sayuran konvensional menjadi sayuran organik sehingga meningkatnya permintaan pada sayuran organik (Airine, 2010).

Jenis sayuran organik yang banyak sekali diminati oleh masyarakat sehat adalah pakcoy. Sayuran pakcoy bila ditinjau dari aspek ekonomis dan bisnisnya layak untuk dikembangkan atau diusahakan untuk memenuhi permintaan

konsumen yang semakin lama semakin tinggi, serta adanya peluang pasar. Harga jual pakcoy lebih mahal dari pada jenis sawi lainnya (Haryanto dan Tina, 2012). Kelayakan pengembangan budidaya pakcoy antara lain ditunjukkan oleh adanya keunggulan komparatif kondisi wilayah tropis yang sangat cocok untuk komoditas tersebut, disamping itu, umur panen pakcoy relatif pendek yakni 40-50 hari setelah tanam dan hasilnya memberikan keuntungan yang memadai (Eko, 2007).

Sayuran pakcoy banyak mengandung serat, vitamin A, vitamin B, vitamin B2, vitamin B6, vitamin C, kalium, fosfor, tembaga, magnesium, zat besi, dan protein (Haryanto dan Tina, 2012). Kandungan gizi-gizi tersebut menyebabkan pakcoy selain pangan bergizi juga berkhasiat untuk mencegah kanker, hipertensi, dan penyakit jantung. Hal ini menarik minat konsumen terhadap pakcoy (Haryanto dan Tina, 2012). Hal tersebut menjadi motivasi bagi petani untuk membudidayakan dan memasarkan pakcoy agar lebih baik.

Proses pengolahan tanaman hidroponik ini terbukti dapat memaksimalkan lahan terbatas karena tidak membutuhkan lahan yang luas bahkan media tanamnya bisa dibuat secara bertingkat dan bisa dibuat di perkarangan rumah, pengolahannya cukup mudah tidak membutuhkan tenaga dan waktu, dalam pemberian pupuk dan air lebih efisien dan efektif karena larutan nutrisi dapat diberikan pada waktu yang tepat dengan jumlah komposisi yang sesuai. Organisme pengganggu tanaman lebih mudah dikendalikan, potensi kehilangan hasil setelah panen lebih kecil karena hasil panennya lebih berkualitas dan menguntungkan dari pada bertanam secara konvensional.

Hidroponik merupakan salah satu alternative cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya. Hidroponik berasal dari kata Hydro (air) dan Ponics (pengerjaan), sehingga hidroponik biasa diartikan bercocok tanam dengan media tanam air. Pada awalnya orang mulai menggunakan air sebagai media tanam mencontoh tanaman air seperti kangkung, sehingga kita mengenal tanaman hias yang ditanam dalam vas bunga atau botol berisi air. Pada perkembangan selanjutnya orang mulai mencoba media tanam yang lain, kemudian membandingkan keuntungan dan kerugiannya, sehingga selain media

tanam air (kultur air) dipakai juga media pasir (Kultur pasir) dan bahan porus (kultur agregat) seperti kerikil, pecahan genteng, pecahan batu bata, serbuk kayu, arang sekam dan lain-lain.

Salah satu provinsi yang menghasilkan pakcoy di Indonesia adalah provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan data Dinas Pertanian Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan (2020) menyebutkan bahwa hampir seluruh kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Selatan menanam pakcoy, dari 17 Kabupaten/Kota yang ada di Propinsi Sumatera Selatan hanya ada tiga kabupaten/Kota yang belum mengembangkan tanaman sayuran pakcoy. Hal tersebut dapat di lihat dari data Statistik Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Propinsi Sumatera Selatan seperti pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah produksi sayuran pakcoy menurut Kabupaten/Kota di Propinsi Sumatera Selatan Tahun 2018-2020

No	Kabupaten/Kota	Produksi sayuran pakcoy		
		2018	2019	2020
1	OKU	-	-	-
2	OKI	938	1.298	1.333
3	Muara Enim	1.895	1.032	1.210
4	Lahat	11.925	11.563	11.320
5	Musi Rawas	-	-	-
6	Musi Banyuasin	4	-	-
7	Banyusin	412	23	-
8	OKU Selatan	812	1.970	1.979
9	OKU Timur	540	2.192	2.550
10	Ogan Ilir	-	-	-
11	Empat Lawang	25	-	-
12	Pali	-	-	-
13	Muratara	-	-	-
14	Palembang	117	394	511
15	Parbumulih	10	23	64
16	Pagar Alam	19.446	22.910	23.253
17	Lubuk Linggau	-	-	-
	Sumatera Selatan	36.124	41.405	42.220

Sumber : BPS, Statistik Pertanian Hortikultura SPH-SBS, 2021

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa dari 17 kabupaten/kota di Sumatera Selatan yang menghasilkan produksi sayuran Pakcoy paling tinggi adalah Kota Pagar Alam, untuk kabupaten/kota yang lain rata-rata masih di bawah kota Pagar Alam dan juga ada beberapa kabupaten/kota yang sampai tahun 2020 belum mengembangkan tanaman sayuran Pakcoy. Kota Palembang sendiri masih belum maksimal dalam pengembangan tanaman sayuran pakcoy hal ini dapat dilihat pada Tabel 1. Untuk dalam pengembangan usahatani sayur pakcoy di kota Palembang perlu dilakukan manajemen pemasaran yang tepat.

Hidroponik Dwikora Palembang adalah salah satu usahatani yang mengembangkan sayuran pakcoy usahatani hidroponik Dwikora Palembang ini berdiri sejak Tahun 2012. Keanekaragaman sayuran hidroponik yang dikembangkan oleh usahatani hodroponik dwikora palembang menjadi salah satu penyokong hasil sayur-mayur yang ada di kota Palembang. Usahatani sayuran pakcoy yang di kembangkan oleh hidroponok dwikora Palembang menggunakan teknik budidaya pakcoy tanpa menggunakan pestisida kimia, yakni dengan menggunakan pupuk organik sebagai unsur hara yang dibutuhkan pakcoy. Sehingga tidak terdapat residu bahan kimia berbahaya dalam pakcoy tersebut, dan menghasilkan pakcoy yang sehat, berkualitas dan aman dikonsumsi baik bagi kesehatan. Untuk wilayah pemasaran pakcoy distribusi langsung ke pasar oleh petani. Oleh sebab itu perlu adanya kegiatan pemasaran, agar jaminan pasar terhadap pakcoy terus berlanjut sehingga mencapai tujuan dalam pasar sasaran serta harga yang diinginkan oleh petani.

Banyaknya permintaan konsumen pada sayuran pakcoy di Palembang membuat usahatani pakcoy berkembang dengan baik hal ini di tunjukan dengan banyaknya usahatani sayuran pakcoy dengan menggunakan cara hidroponik. Hampir semua usahatani hidroponik di Palembang mengembangkan sayuran jenis pakcoy dimana salah satunya adalah usahatani Hidrponik Dwikora Palembang.

Bahwa dalam manajemen pemasaran, memasarkan barang merupakan suatu aktifitas manusia atau organisasi yang meliputi penyaluran barang, baik itu antar organisasi bisnis maupun antara organisasi dengan konsumen untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui proses menciptakan,

menawarkan, dan mempertukarkan produk dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2008). Sehingga kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan suatu usaha untuk mendistribusikan barang dari produsen sampai ke konsumen dan memenangkan persaingan. Manajemen pemasaran yang diharapkan untuk pemasaran sayuran pakcoy sehat yaitu harga menguntungkan bagi petani, akses pemasaran mudah yang dilakukan oleh petani, dan resiko dari usaha tersebut kecil, serta omset tinggi. Keberhasilan kegiatan pemasaran sangat ditentukan oleh manajemen pemasaran yang dijalankannya. Pelaksanaan manajemen yang tepat dalam pemasaran akan membawa suatu usaha pada posisi persaingan yang semakin kuat karena itu, diperlukan manajemen pemasaran yang tepat untuk memasarkan sayuran pakcoy sehat.

Berdasarkan uraian diatas, penulis perlu melakukan penelitian tentang manajemen pemasaran pada usahatani sayuran pakcoy di hidrponik dwikora Palembang dengan judul **“Manajemen Pemasaran Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana manajemen pemasaran usahatani tanaman sayuran pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang?
2. Berapa besar pendapatan dari usahatani sayuran pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

Sehubungan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui manajemen pemasaran usahatani tanaman sayuran pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang.
2. Untuk Menganalisis pendapatan dari usahatani sayuran pakcoy di Hidroponik Dwikora Palembang.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada pihak-pihak yang berminat melakukan Usahatani sayuran pakcoy di kota Palembang?
2. Untuk peneliti-peneliti lainnya yang ingin meneliti tentang Manajemen pemasaran, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi atau rujukan.
3. Sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. 2017. Sumatera Selatan dalam angka. Sumatera Selatan. (<https://bps.go.id/> diakses pada tanggal 20 November 2020)
- Grewal dan Levy. 2008 . Marketing New York : MC –Graw Hill
- Haryanto, E., dan Tina S.2012. Sawi dan Selada. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Herawati. Budidaya Sayuran. Javalitera. Jogjakarta. 2012. Hernanto, F. 1996. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta. IFOAM. 2005. Prinsip-Prinsip Pertanian Organik. In: IFOAM General assembly,
- Herawati. Budidaya Sayuran. Javalitera. Jogjakarta. 2012. Hernanto, F. 1996. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta. IFOAM. 2005. Prinsip-Prinsip Pertanian Organik. In: IFOAM General assembly, Hill, USA
- Ilma B,A.M. 2015. Kontribusi Wanita Tani Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani Kelapa Sawit di Desa Kasoloang Kecamatan Bambara Kabupaten Mamuju Utara: E-J. Agrotekbik Vol. 3 No. 2: 231-239, (<http://www.ejournal.unsrat.ac/id/index>, diakses 17 November 2020)
- Isdiayanti. 2007. Analisis Usahatani Sayuran Organik di Perusahaan Matahari Farm {Skripsi}. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Margono.(2004). Metodologi Penelitian Pendidikan.Jakarta: Rineka Cipta.
- Radiosunu. 2001. Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Analisis, Edisi Kedua, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kotler P. 1992. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi
- Kotler,P. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. dan Amstrong, Gary. 2008 Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid I. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- M.P., 2002. Manajemen Agribisnis. Bayu media. UMM Perss. Malang. Sutirman. 2011, Budidaya Tanaman Sayuran Sawi di Dataran Rendah Kabupaten Serang Provinsi Banten. Banten.
- PB Triton. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Tugu Publisher
- Umar H. 2008. Strategic Management in Action.PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Philip, 2000. Manajmen Pemasaran. PT. IkrarxMandiri xAbadi. hal 9
- Rahmady Radiany dan Andi Sularso. 2007. Konsentrasi Pemasaran. Surabaya: Badan Penerbit Mahardhika
- Rangkuti F. 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21.PT GramediaPustaka Utama. Jakarta.
- Siagian, S.P. 2004. Manajemen Sumber Daya Mikrobiologi Untuk Mahasiswa Fakultas Biologi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Soekartawi, 1995. Analisis Usaha Tani. Jakarta: Universitas. Indonesia Press. Hal 110
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sutanto, R., 2002. Penerapan Pertanian Organik. Permasalahan dan Pengembangannya. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Sutojo,S dan F. Kleinsteuber. 2002. Strategi Pemasaran. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Tohir, KA. 1991. Seutas Pengetahuan Usahatani Indonesia. Rineka Cipta. Jakarta.
- Trina E. Tallei. Inneke F.M. Rumengan. Ahmad A. Adam. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. UNIVERSITAS SAM RATULANGI 2017
- Zukarnain . 2014. Dasar-Dasar Holtikultura. PT Bumi Aksara. Jakarta.