

**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENDAPATAN TANAMAN
SAYURAN DI HIDROPONIK CENTER
PALEMBANG**

Oleh
ANDI MARYANSYAH



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

PALEMBANG

2023

**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENDAPATAN TANAMAN
SAYURAN DI HIDROPONIK CENTER
PALEMBANG**

**Oleh
ANDI MARYANSYAH**

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

**Pada
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG
2023**

Motto :

“Berjalanlah jangan berlari karena kehidupan ini perjalanan bukan pelarian”.

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

- ***Kedua pahlawan tercintaku Ayahanda (Ropali) dan Ibunda (Nurbaiti) terimakasih setinggi-tingginya atas semua jerih payah, pengorbanan, doa, dukungan dan nasihat baik yang selalu kalian berikan kepadaku sehingga membuat semuanya menjadi mungkin.***
- ***Adiku Evan Juansyah terimakasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini***
- ***Teman-Teman Seperjuangan Angkatan 2018 Agribisnis Fakultas Pertanian***
- ***Hijaunya Almamater Tercinta.***

RINGKASAN

ANDI MARYANSYAH “Manajemen Pemasaran Dan Pendapatan Tanaman Sayuran di Hidroponik Center Palembang” Dibimbing Oleh **HARNIATUN ISWARINI** dan **MUHAMMAD SIDIK**.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui untuk mengetahui manajemen pemasaran yang dilakukan di Hidroponik Center Palembang dan untuk mengetahui berapa besar pendapatan dari tanaman sayuran di hidroponik Center Palembang. Penelitian ini telah dilakukan di Hidroponik Center Palembang. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode survey. Metode penarikan contoh dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun langkah-langkah dalam melakukan proses pengolahan data yang dilakukan *editing*, *coding* dan *tabulating*. Hasil penelitian menunjukkan manajemen pemasaran sayuran pakcoy, selada dan caisim di Hidroponik Center Palembang yang akan dilakukan diantaranya : 1) Perencanaan dengan merencanakan program pemasaran yang akan dilakukan, 2) Pengorganisasian dengan melakukan pembagian tugas pada kegiatan pemasaran, 3) Pelaksanaan dengan melaksanakan pemasaran sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan, , dan 4) evaluasi dengan melakukan evaluasi hasil pemasaran. Pendapatan yang diperoleh oleh usahatani sayuran di Hidroponik Center Palembang dalam satu kali produksi menghasilkan 165 Kg/Bulan dengan pendapatan bersih yang diterima oleh usahatani sayuran pakcoy di hidroponik center Palembang sebesar Rp. 1.984.326/Bulan.

SUMMARY

ANDI MARYANSYAH "Marketing and Income Management of Vegetable Plants at Hydroponic Center Palembang" Supervised by **HARNIATUN ISWARINI** and **MUHAMMAD SIDIK**.

The purpose of this study was to find out the marketing management carried out at the Hydroponic Center Palembang and to find out how much income from growing vegetables at the hydroponic Center Palembang. This research was conducted at the Palembang Hydroponic Center. The research method used by researchers is a survey method. Sampling method in this study using purposive sampling method. Data collection methods used in this study are observation, interviews and documentation. The steps in carrying out the data processing are carried out by editing, coding and tabulating. The results showed that the marketing management of pakcoy, lettuce and caisim vegetables at the Palembang Hydroponic Center will be carried out including: 1) Planning by planning a marketing program to be carried out, 2) Organizing by dividing tasks in marketing activities, 3) Implementation by carrying out marketing in accordance with predetermined tasks, and 4) Evaluation by evaluating marketing results. The income earned by the vegetable farming in the Hydroponic Center Palembang in one production yields 165 Kg/month with the net income received by the Pakcoy vegetable farming business in the hydroponic center Palembang of Rp. 1.984.326/month..

HALAMAN PENGESAHAN

**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENDAPATAN TANAMAN
SAYURAN DI HIDROPONIK CENTER
PALEMBANG**

Oleh
Andi Maryansyah
412018068


Telah dipertahankan pada ujian, 14 Agustus 2023

Pembimbing Utama,



(Harniatun Iswarini, SP., M.Si)

Pembimbing Pendamping,



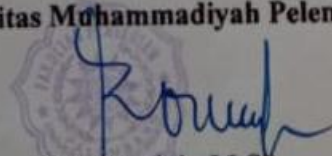
(Muhamad Sidik, SP., M.Si)

Palembang, 05 September 2023

Dekan

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang



(Ir. Rosmiah, M.Si)

NIDN/NBM:0003056411/913811

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andi Maryansyah
Tempat/Tanggal Lahir : Pedamaran, 01 Maret 1998
NIM : 41 2018 068
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, 07 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan



(Andi Maryansyah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Manajemen Pemasaran Dan Pendapatan Tanaman Sayuran di Hidroponik Center Palembang**”, yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pertanian.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Ibu **Harniatun Iswarini, SP., M.Si** pembimbing utama dan Bapak **Muhamad Sidik, SP., M.Si** selaku pembimbing pendamping, yang telah memberikan saran, petunjuk, motivasi dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam 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, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	8
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Gambaran Umum Sayuran.....	14
2.2.2 Konsepsi Sayuran Pakcoy.....	15
2.2.3 Konsepsi Tanaman Selada (<i>Lactuca sativa</i> L.)	18
2.2.4 Konsepsi tanaman caisim (<i>Brassica chinensis</i> var. <i>parachinensi</i> .)	21
2.2.5 Konsepsi Hidroponik	24
2.2.6 Konsepsi Sayuran Dengan Sistem Hidroponik.....	27
2.2.7 Konsepsi Manajemen Pemasaran	27
2.2.8 Konsepsi Penerimaan	30
2.2.9 Konsepsi Biaya Produksi.....	31
2.2.10 Konsepsi Harga.....	32
2.2.11 Konsepsi Pendapatan	33
2.3 Model Pendekatan.....	35
2.4 Batasan Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	35
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan waktu.....	37
3.1 Metode penelitian.....	37
3.3 Metode Penarikan Contoh.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5 Metode Pengelolaan dan Analisis Data	39

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Usahatani Sayuran di Hidroponik Center Palembang	41
4.1.2 identitas responden	42
4.1.3 Manajemen Pemasaran Usahatani Tanaman Sayuran Di Hidroponik Center Palembang.....	44
4.1.4 Pendapatan dari Usahatani Sayuran Di Hidroponik Center Palembang.	46
4.2 Pembahasan	47
4.2.1 Manajemen Pemasaran Usahatani Tanaman Sayuran Di Hidroponik Center Palembang.....	47
4.2.2 Pendapatan dari Usahatani Sayuran Di Hidroponik Center Palembang	49

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA	52
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	54
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Jumlah produksi sayuran organik menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2018-2020/Musim Tanam.....	3
2. Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	11
3. Jenis sayuran yang di produksi Hidroponik Center Palembang 2023	41
4. Rincian pendapatan usahatani sayuran di Hidroponik Center Palembang.....	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Diagramatik Manajemen Pemasaran sayuran hidroponik di Hidroponik center Palembang.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Wilayah Kota Palembang.....	54
2. Identitas Pemilik Usaha Hidroponik Center Palembang.....	55
3. Biaya Penyusutan Pada Peralatan Usahatani Sayuran di Hidroponk Center Palembang dalam musim tanam.....	56
4. Perhitungan Biaya Variabel Usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Center Palembang /Musim tanam.....	57
5. Perhitungan Biaya Variabel Usahatani Sayuran Caisim di Hidroponik Center Palembang /Musim tanam.....	58
6. Perhitungan Biaya VariabelUsahatani Sayuran Selada di Hidroponik Center Palembang/Musim tanam	59
7. Total biaya variabel (biaya tidak tetap) pada usahatani sayuran di Hidroponik Center Palembang/Musim tanam.....	60
8. Total Biaya Usahatani Sayuran di Hidroponik Center Palembang dalam satu kali produksi/Musim tanam	61
9. Total Penerimaan Hasil Penjualan Usahatani Sayuran di Hidroponik Center Palembang dalam satu kali produksi/Musim tanam.....	62
10. Pendapatan usahatani Sayuran Pakcoy di Hidroponik Center Palembang 2023/Musim tanam.....	63
11. Dokumentasi Penelitian	60
12. Surat Keterangan Selesai melakukan penelitian	68

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris dengan perkiraan jumlah penduduk 267 juta jiwa pada tahun 2019 yang umumnya bermata pencaharian sebagai petani. Selain itu, Indonesia juga ditandai dengan adanya dua musim yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Dengan adanya dua musim tersebut merupakan keunggulan komparatif untuk pengembangan pertanian, karena sepanjang tahun tanaman dapat diusahakan di Indonesia. Musim penghujan oleh petani digunakan untuk menanam padi sedangkan untuk musim kemarau digunakan untuk tanam palawija dan sayuran (hortikultura) (Sukino, 2013).

Komoditi sayuran dapat menjadi salah satu alternatif yang dapat diandalkan dalam pengembangan agribisnis di Indonesia. Salah satu komoditi hortikultura yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah sayur-sayuran. Potensi tersebut meliputi nilai ekonomi, kandungan nutrisi yang relatif tinggi dan kemampuan menyerap tenaga kerja yang relatif banyak. Sayuran merupakan sumber pangan yang penting untuk dikonsumsi masyarakat setiap hari karena kandungan protein, vitamin, mineral dan serat yang dimiliki sayuran berguna bagi tubuh manusia. Selain sebagai sumber pangan dan gizi, produk hortikultura pun memiliki manfaat lain bagi manusia diantaranya adalah sebagai pendapatan keluarga dan pendapatan nasional, sedangkan manfaat bagi lingkungan adalah rasa estetika, konservasi genetik dan sebagai penyangga kelstarian alam (Sari, 2008).

Potensi dan banyaknya manfaat yang dimiliki sayuran menyebabkan permintaan terhadap sayuran semakin meningkat, hal ini terjadi karena peningkatan konsumsi terhadap sayuran. Konsumsi buah dan sayur di Indonesia menurun dan tidak memadai. Pada tahun 2016, penduduk Indonesia hanya mengkonsumsi 43% dari yang direkomendasikan atau 173 gram per hari, lebih kecil dari Angka Kecukupan Gizi (AKG) yang

direkomendasikan yaitu sebesar 400 gram perkapita per hari. Sementara untuk jumlah konsumsi sayur masyarakat Sumsel yakni 150gr/kapita/hari

Sayuran 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 sayuran selain pangan bergizi juga berkhasiat untuk mencegah kanker, hipertensi, dan penyakit jantung. Hal ini menarik minat konsumen terhadap sayuran organik (Haryanto dan Tina, 2012). Hal tersebut menjadi motivasi bagi petani untuk membudidayakan dan memasarkan sayuran dengan cara hidroponik agar lebih baik.

Sayuran yang di hasilkan dengan cara hidroponik merupakan salah satu cara menghasilkan produk pertanian yang berkualitas dan 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 merupakan komoditas hortikultura yang banyak diminati untuk dikembangkan pada pertanian organik saat ini. Keistimewaan dari sayuran hidroponik 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).

Salah satu provinsi yang menghasilkan sayuran 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 aneka ragam sayuran, dari 17 Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Sumatera Selatan hanya ada tiga kabupaten/Kota yang belum mengembangkan tanaman sayuran hidroponik. Hal tersebut dapat di lihat dari data statistik dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Provinsi Sumatera Selatan seperti pada Tabel 1 di bawah ini.

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

No	Kabupaten/Kota	Produksi sayuran hidroponik (Kg)		
		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 : Badan Pusat Statistika Sumatera Selatan, 2021

Dari Tabel 1 di atas dapat kita ketahui bahwa dari 17 kabupaten/kota di Sumatera Selatan yang menghasilkan produksi sayuran dengan cara produksi hidroponik. Kota Palembang adalah salah satu kota yang mengembangkan hasil sayuran dengan cara hidroponik, hal ini di tunjukan dengan hasil sayuran organik pada tahun 2020 yang berjumlah 511 Kg.. Kota Palembang sendiri masih belum maksimal dalam pengembangan tanaman sayuran hidroponik hal ini dapat dilihat

pada tabel 1. Untuk dalam pengembangan usahatani sayuran hidroponik di kota Palembang perlu dilakukan manajemen pemasaran yang tepat.

Hidroponik Center Palembang adalah salah satu usahatani yang mengembangkan sayuran dengan cara hidroponik usahatani hidroponik Center Palembang ini berdiri sejak tahun 2015. Keanekaragaman sayuran hidroponik yang dikembangkan oleh usahatani hidroponik Center Palembang menjadi salah satu penyokong hasil sayur-mayur yang ada di kota Palembang. Usahatani sayuran hidroponik yang dikembangkan oleh hidroponik center Palembang menggunakan teknik budidaya sayuran tanpa menggunakan pestisida kimia, yakni dengan menggunakan pupuk organik sebagai unsur hara yang dibutuhkan tanaman sayuran. Untuk wilayah pemasaran sayuran hidroponik di distribusi langsung ke pasar oleh petani. Oleh sebab itu perlu adanya kegiatan pemasaran, agar jaminan pasar terhadap sayuran hidroponik terus berlanjut sehingga mencapai tujuan dalam pasar serta harga yang diinginkan oleh petani.

Pemasaran adalah suatu proses yang di dalamnya terdapat 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).

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 Amstrong, 2008).

Sehingga kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan suatu usaha untuk mendistribusikan barang dari produsen sampai ke konsumen dan memenangkan persaingan. Strategi pemasaran yang diharapkan untuk pemasaran sayuran 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 strategi pemasaran yang dijalankannya. Pelaksanaan strategi yang tepat dalam pemasaran akan membawa suatu usaha pada posisi persaingan yang semakin kuat karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan sayuran sehat (Philip, 2000).

Tujuan didirikannya suatu usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Syarat untuk tercapainya tujuan tersebut adalah adanya pengolahan yang menjamin usaha berjalan dengan baik dan lancar dengan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan biaya sekecilnya. Pendapatan suatu usaha dapat diketahui melalui pencatatan usaha yang dilakukan dalam suatu usaha. Selain itu pencatatan diperlukan untuk mengetahui jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa dan jumlah penerimaan yang diperoleh suatu usaha, sehingga dapat diketahui apakah usaha tersebut mengalami keuntungan atau kerugian dan menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan apakah usaha itu masih layak atau tidak untuk dilanjutkan.

Salah satu usaha hidroponik yang sedang berkembang adalah Hidroponik Center Palembang yang merupakan salah satu Mitra Kerja Hidroponik Sumatera Selatan (HSS) dibawah Binaan Kantor Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Sumatera Selatan. Hidroponik Center Palembang didirikan pada tahun 2015. Salah satu produsen sayur hidroponik yang berlokasi di Kota Palembang. Hidroponik Center Palembang menjual berbagai jenis sayuran hidroponik, seperti pakcoy, selada, samhong, caisim, kangkung, kailan, daun mint, bayam brazil, dan bayam merah. Hidroponik Center Palembang tidak hanya sebagai penghasil sayuran hidroponik, tetapi juga berperan sebagai wadah layanan informasi tentang bercocok tanam teknik hidroponik, melayani bimbingan teknis dan narasumber, menyediakan perlengkapan hidroponik, dan menerima pemesanan dan pembuatan instalasi hidroponik skala hobi dan bisnis. Dalam hal pengembangan bisnis. Hidroponik Center Palembang perlu menerapkan strategi pemasaran tertentu agar dapat mencapai persaingan yang unggul dalam bisnis sayuran hidroponik dan berupaya memanfaatkan berbagai peluang serta mengurangi ancaman.

Hal ini disadari betul oleh Hidroponik Center Palembang dimana ketatnya persaingan dibidang agribisnis menjadikan bisnisnya harus menetapkan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Dengan berbagai cara merubah pengolahan, rasa, kualitas, kemasan, harga serta pemasaran yang berbeda-beda akan memberikan pilihan kepada masyarakat sebagai konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kegiatan penelitian ini membahas tentang implementasi bauran pemasaran yang dilakukan hidroponik center dalam memasarkan sayuran hidroponik. Seperti pada Hidroponik Center Palembang adalah salah satu produsen sayuran hidroponik yang mempunyai prospek cerah didalam unit usahanya. Maka perlu diadakannya pengkajian terhadap penerapan strategi bauran pemasaran sebagai mensintesis kualitas produk yang terlihat dan tidak terlihat dengan aspirasi klien yang ditargetkan didalam pemasarannya, sehingga perusahaan dapat mengatur serta mengendalikan suatu kegiatan pemasaran tersebut secara optimal. Mengingat produk yang dihasilkan merupakan produk yang umur penggunaan relatif singkat, memiliki pangsa pasar yang luas, serta persaingan yang sangat ketat maka penentuan bauran pemasaran sangat berperan penting peranannya dalam meningkatkan volume penjualan produk sayuran hidroponik Hidroponik Center Palembang.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang manajemen pemasaran pada usahatani sayuran di hidrponik Center Palembang dengan judul **“Manajemen Pemasaran dan Pendapatan Tanaman Sayuran di Hidroponik Center Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan di Hidroponik Center Palembang?
2. Berapa besar pendapatan dari tanaman sayuran di Hidroponik Center Palembang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui manajemen pemasaran yang dilakukan di Hidroponik Center Palembang
2. Untuk mengetahui berapa besar pendapatan dari tanaman sayuran di hidroponik Center Palembang

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada pihak-pihak yang berminat melakukan usahatani sayuran hidroponik.
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)
- Cahyono, B. 2003. Teknik dan Strategi Budidaya Sawi Hijau (Pai-Tsai). Hal 12-62. Yogyakarta : Yayasan Pustaka Nusatama.
- Haryanto, E. T Suhartini dan E. Rahayu. 2003. Sawi dan selada. Edisi Revisi. Jakarta. Penebar Swadaya. 112 hal.
- 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,
- 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 Armstrong, Gary. 2008 Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid I. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong, 2001. Principles of Marketing. Prentice Hall Int, Inc., ninth Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- 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
- Purnama, Hadi. 2011. Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.Pp 107-124

- Rahmady Radiany dan Andi Sularso. 2007. Konsentrasi Pemasaran. Surabaya: Badan Penerbit Mahardhika.
- Roidah (2014) manfaat penggunaan sistem hidroponik. untuk budidaya tanaman
- Samadi, B, 2014, Rahasia Budidaya Selada, Pustaka Mina, Depok.
- Sari, 2008. Kajian Ekonomi Kelembagaan Kelompok Tani di Desa Banaran (Studi Kasus: Desa Banaran, Kecamatan Galur, Kabupaten Kulon Progo). Universitas Atmajaya, <http://e-journal.uajy.ac.id/445/2/1EP17094.pdf>. Di unduh 10 Januari 2015
- 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.
- Sukino, 2013. Membangun Pertanian Dengan Pemberdayaan Masyarakat Tani Terobosan Menanggulangi Kemiskinan. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.Susenas
- 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.
- Zulkarnain dkk. 2013. Pengaruh Kompos, Pupuk Kandang, dan Custom – Bio terhadap Sifat Tanah, Pertumbuhan dan Hasil Tebu (*Saccharum Officinarum L.*) pada Entisol di Kebun Ngrangkah – Pawon, Kediri. Indonesian Green Technology Journal. Volume 2, Nomor 1, 2013. Hal 6.