

RINGKASAN

Nur Aulia Dewi (08320190127). Analisis Produksi dan Strategi Pemasaran Sayuran Metode Hidroponik di Kabupaten Soppeng (Studi Kasus pada CV. MF di Kelurahan Lapajung, Kecamatan Lalabata). Dibawah bimbingan Bapak Iskandar Hasan dan Bapak Abdul Haris.

Budidaya hidroponik merupakan budidaya tanaman yang ditanam dengan memanfaatkan air tetapi tidak menggunakan media tanah, lebih menekankan pada pemenuhan kebutuhan nutrisi tanaman pada media air untuk dapat tumbuh. Hal yang paling utama untuk tanaman hidroponik adalah pemenuhan nutrisi tanaman yang berbentuk larutan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan proses produksi sayuran metode hidroponik (selada, sawi dan kangkung). (2) menganalisis pendapatan sayuran metode hidroponik (3) mendeskripsikan saluran pemasaran sayuran metode hidroponik (4) menganalisis kelayakan usaha sayuran metode hidroponik (5) mendeskripsikan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran sayuran metode hidroponik. (6) menganalisis strategi pemasaran sayuran metode hidroponik. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai Mei 2023 di CV. MF. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis pendapatan, analisis kelayakan, analisis IFAS dan EFAS serta analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1). Proses produksi sayuran metode hidroponik yaitu dimulai dari menyiapkan benih sayuran kemudian melakukan pembibitan dengan cara merendam benih selama 5 menit, penyemaian, peremajaan, produksi sayuran, panen, menimbang kemudian melakukan packing dan pemasaran. 2). Pendapatan yang diperoleh oleh CV. MF yaitu Rp.8.455.462 selama satu musim tanam. 3). Saluran pemasaran sayuran metode hidroponik CV. MF yaitu saluran pemasaran langsung dari produsen → Konsumen. 4). Analisis kelayakan usaha sayuran metode hidroponik pada CV. MF diperoleh total penerimaan sebesar Rp.40.500.000 dan total biaya sebesar Rp.32.044.538 sehingga didapat R/C-Ratio senilai 1,26 yang artinya setiap mengeluarkan biaya

sebesar Rp.1 dihasilkan penerimaan sebesar Rp.1,26. R/C-Ratio > 1 sehingga usaha ini layak dijalankan. 5). faktor internal pada usaha sayuran metode hidroponik CV. MF menghasilkan kekuatan berupa kualitas produk, penetapan harga, kualitas peralatan, pelayanan yang optimal dan lokasi strategis. Kelemahannya yaitu SDM (tenaga kerja) sedikit, promosi melalui media sosial belum optimal, kemasan kurang menarik. Faktor eksternal menghasilkan peluang berupa permintaan tinggi, loyalitas konsumen, adanya mitra tetap yang bekerja sama, peluang pasar luas serta perkembangan teknologi dan informasi. Ancamannya yaitu adanya pesaing usaha sejenis, harga usaha pesaing serta serangan hama dan penyakit. 6). Alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah mempertahankan kualitas peralatan agar kualitas sayuran baik, memilih lokasi yang strategis, melakukan pelayanan yang baik, menetapkan harga yang terjangkau, membuat kemasan yang menarik, memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi dan menambah jumlah tenaga kerja.

Kata Kunci: Hidroponik, Strategi Pemasaran, SWOT