

## RINGKASAN

**Nurmutmainnah (08320200087) Strategi Pemasaran Produk Selada Sistem Hidroponik Dalam Mendukung Pengembangan Pertanian Organik Di Kabupaten Gowa (Studi Kasus Pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro Di Desa Bontobiraeng Selatan, Kecamatan Bontonmpo). Dibawah bimbingan bapak Iskandar Hasan dan bapak Abdul Haris.**

Selada hidroponik adalah selada yang ditanam menggunakan metode hidroponik, yaitu sistem bercocok tanam tanpa menggunakan tanah. Dalam sistem hidroponik, selada ditanam dengan memanfaatkan air yang kaya akan nutrisi esensial yang dibutuhkan tanaman. Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk mendukung pengembangan pertanian organik dan meningkatkan kesadaran serta permintaan konsumen terhadap produk selada hidroponik.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan proses produksi selada hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro di Kabupaten Gowa; (2) Mendeskripsikan kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dimiliki oleh usaha Kawanhydro di Kabupaten Gowa; (3) Menganalisis rumusan strategi dalam proses pemasaran produk selada hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro di Kabupaten Gowa. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Purposive Sampling Method yang mencakup 4 orang informan dan sebanyak 30 orang responden konsumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif deskriptif dan analisis SWOT yang mana analisis kualitatif deskriptif digunakan untuk menjawab tujuan 1 dan 2 sedangkan analisis SWOT digunakan untuk menjawab tujuan 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1). Proses produksi sayuran sistem hidroponik dimulai dari penyediaan benih kemudian melakukan pembibitan dengan cara merendam benih selama 5 menit, penyemaian, peremajaan, pendewasaan, pemeliharaan, produksi selada, panen, sortir, menimbang kemudian melakukan pengemasan dan pemasaran. 2). Faktor internal pada Usaha Kebun Selada

Hidroponik Kawanhydro menghasilkan kekuatan (2,631) yang meliputi kualitas produk, penetapan harga jual, kualitas peralatan, pelayanan dan lokasi strategis. Kelemahan (0,687) yang meliputi Sumber Daya Manusia (tenaga kerja) sedikit, promosi melalui media sosial belum optimal, kemasan kurang menarik. Faktor eksternal menghasilkan peluang (2,582) yang meliputi permintaan tinggi, loyalitas konsumen, adanya mitra tetap yang bekerja sama, peluang pasar serta perkembangan teknologi dan informasi. Ancaman (0,621) yang meliputi adanya pesaing usaha sejenis, harga usaha pesaing serta serangan hama dan penyakit. 3). Alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah mempertahankan kualitas peralatan agar kualitas sayuran baik, memilih lokasi yang strategis, melakukan pelayanan yang optimal, menetapkan harga yang terjangkau, membuat kemasan yang menarik, memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi serta menambah tenaga kerja.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Hidroponik, Organik, Analisis SWOT**