RINGKASAN

Ahmad Yusril Nur (08320200028). Analisis Kelayakan Ekonomi dan Efisiensi Pemasaran Sayuran Metode Hidroponik di Kabupaten Soppeng (Studi Kasus pada CV. MF di Kelurahan Lapajung, Kecamatan Lalabata). Dibawah bimbingan Bapak Iskandar Hasan dan Ibu St. Sabahannur.

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) Mengidentifikasi proses produksi dan menganalisis pendapatan usaha sayuran hidroponik CV.(2) Meganalisis kelayakan usaha sayuran hidroponik CV. MF (3) Mendeskripsikan saluran pemasaran usaha sayuran sistem hidroponik pada CV.MF. (4) Menganalisis efesiensi pemasaran usaha sayuran hidroponik pada CV. MF. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juni sampai Agustus 2024 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 Efisiensi Pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Proses produksi sayuran hidroponik dimulai dari menyiapkan benih 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. 23.217.705 selama satu bulan. 3). Saluran pemasaran sayuran hidroponik CV. MF yaitu saluran pemasaran langsung dari produsen Konsumen. 4). Analisis kelayakan usaha sayuran hidroponik pada CV. MF diperoleh total penerimaan sebesar Rp. 47.250.000 dan total biaya sebesar Rp. 24.031.495 sehingga didapat R/C-Ratio senilai 1,96 yang artinya setiap mengeluarkan biaya sebesar Rp.1 dihasilkan penerimaan sebesar Rp.1,96. R/C-Ratio > 1 sehingga

usaha ini layak dijalankan. 5).Analisis efisiensi menunjukkan bahwa pada efisiensi pemasaran selada memiliki nilai efisiensi 14,03% Efisien, pemasaran Sawi memiliki nilai efisiensi 19,98 Efisien, pemasaran kankung nilai efisiensi 12,66 Efisien, Efisien Pemasaran pada usaha sayuran hidroponik C.V M.F sebesar 15,55%. Hal ini menunjukkan bahwa nilai efisiensi lembaga pemasaran termasuk dalam kategori efisien karena nilai efisiensi pemasarannya < 50

Kata Kunci: Hidroponik, Pendapatan,Kelayakan,Efisiensi Pemasaran