

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PEMASARAN USAHA SAYURAN HIDROPONIK**  
**(STUDI KASUS PADA USAHATANI SAYURAN HIDROPONIK**  
**“CASUAL FARMER”)**



**BELA TIARA**

**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**BANJARBARU**

**2023**

**ANALISIS PEMASARAN USAHA SAYURAN HIDROPONIK  
(STUDI KASUS PADA USAHATANI SAYURAN HIDROPONIK  
“CASUAL FARMER”)**

**Oleh**

**Bela Tiara**

**1710514120003**

**Skripsi sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian  
pada  
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARBARU  
2023**

## RINGKASAN

**BELA TIARA.** “Analisis Pemasaran Usaha Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Pada Usahatani Sayuran Hidroponik “Casual Farmer” dibimbing oleh H. Muhammad Fauzi dan Hj. Nina Budiwati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan media sosial dalam upaya peningkatan keuntungan volume penjualan sayuran hidroponik Casual Farmer, menganalisis saluran pemasaran penjualan sayuran hidroponik Casual Farmer menggunakan media sosial dan pemasaran secara langsung, dan mengetahui biaya pemasaran, margin pemasaran, dan keuntungan pemasaran dari penjualan sayuran hidroponik Casual Farmer menggunakan media sosial dan pemasaran secara langsung.

Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, dimulai dari 1 April 2022 sampai dengan 1 Mei 2022. Penelitian ini dilaksanakan di tempat usahatani sayuran hidroponik Casual Farmer di Jalan Golf Gang Mukhlisin 2 Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan menggunakan media sosial digunakan untuk melakukan promosi sehingga mampu menarik konsumen lebih luas dan meningkatkan keuntungan penjualan daripada tanpa melalui media sosial. Saluran pemasaran Casual Farmer melalui media sosial atau pun pemasaran secara langsung memiliki dua saluran yaitu produsen - pengecer - konsumen, produsen - pedagang kebab - konsumen. Biaya pemasaran secara langsung (tanpa media sosial) pada saluran I sebesar Rp. 2.367/Kg, margin pemasaran Rp. 13.000/Kg, dan keuntungan pemasarannya sebesar Rp. 10.633/Kg. Sementara pada saluran I (produsen ke pedagang kebab) tidak dapat dihitung karena pedagang menjual sayuran hidroponiknya dalam bentuk olahan, namun dapat diketahui jika 1 kg sayuran selada dapat membuat rata-rata 16 pcs kebab dengan rata-rata 63 gr/pcs dan pada saluran I (produsen ke pengecer) penjualan melalui media sosial biaya pemasarannya sebesar Rp. 1.067/Kg, margin pemasaran sebesar Rp. 14.000/Kg, dan Keuntungan pemasaran sebesar Rp. 12.933/Kg

Judul : Analisis Pemasaran Usaha Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Pada Usahatani Sayuran Hidroponik "Casual Farmer")  
Nama : Bela Tiara  
NIM : 1710514120003  
Program Studi : Agribisnis

Menyetujui Tim Pembimbing :

Anggota,



Hj. Nina Budiwati, SP.M.Si  
NIP. 19690119 199403 2 002

Ketua,



Dr. Ir. H. Muhammad. Fauzi, MP  
NIP 19631026 199003 1 003

Diketahui oleh  
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Mira Yulianti, SP., M.Si  
NIP. 19770714 200212 2 002

Tanggal Lulus : 22 Mei 2023

# SERTIFIKAT

Nomor : 218 /UN8.1.23/SP/2023

Sertifikat ini diberikan kepada:

**BELA TIARA**

NIM : 1710514120003

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas : Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

**7%**

Banjarbaru, 12 Juni 2023

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



DR. Irfan Kusumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM, NIP. 197308071998031003

## RIWAYAT HIDUP



Bela Tiara, anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Piongson (alm) dan Ibu Yosi. Dilahirkan pada tanggal 18 Desember 1998 di Kuala Kapuas, Kalimantan Tengah.

Selama hidupnya penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 1 Selat Tengah Kuala Kapuas, lulus pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang sekolah menengah pertama di SMPN 4 Selat Kuala Kapuas, lulus pada tahun 2014. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikannya ke jenjang sekolah menengah atas di SMAN 2 Kuala Kapuas mengambil jurusan IPA dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun yang sama 2017 penulis mengikuti seleksi pemilihan mahasiswa baru jalur SNMPTN dan dinyatakan lulus sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis. Pada bulan Agustus 2020, penulis mengikuti KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Suka Maju, Kecamatan Mantangai, Kuala Kapuas.

Pada bulan April 2022 penulis melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Usaha Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Pada Usahatani Sayuran Hidroponik “Casual Farmer”)” yang digunakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Program Sarjana (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya ucapkan kehadiran ALLAH Yang Maha Esa atas berkah rahmat serta hidayah-Nya sehingga pembuatan Skripsi tentang “**Analisis Pemasaran Usaha Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Pada Usahatani Sayuran Hidroponik “Casual Farmer”)**” ini dapat diselesaikan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya terutama kepada dosen pembimbing yaitu Bapak **Dr. Ir. H. Muhammad Fauzi, MP** dan Ibu **Hj. Nina Budiwati, SP.M.Si** yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam pengerjaan Skripsi ini, serta penulis juga mengucapkan terimakasih kepada orang tua, saudara, teman-teman dan pihak-pihak yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini. Selain itu penulis berterimakasih kepada pemilik usahatani sayuran hidroponik Casual Farmer yang sudah memberikan izin kepada penulis sebagai tempat penelitian.

Demikian skripsi ini dibuat semoga dapat menambah wawasan bagi kita semua.

Banjarbaru, Mei 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
RINGKASAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	5
Tujuan Penelitian .....	5
Kegunaan Penelitian .....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Sayuran Hidroponik.....	7
Media Sosial .....	11
Saluran Pemasaran.....	15
Analisis Biaya, Marjin Pemasaran, dan Keuntungan .....	18
METODE PENELITIAN .....	21
Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
Jenis dan Sumber Data .....	21
Analisis Data.....	21
GAMBARAN UMUM WILAYAH .....	24
Letak Geografis .....	24
Keadaan Sosial .....	25
Gambaran Usahatani Sayuran Hidroponik Casual Farmer.....	26
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
Usahatani Budidaya Sayuran Hidroponik Casual Farmer .....	28
Identitas Responden.....	30



Penggunaan Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Penjualan .....	36
Saluran Pemasaran.....	40
Biaya Pemasaran, Marjin Pemasaran, dan Keuntungan Pemasaran..	42
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
Kesimpulan .....	46
Saran .....	47
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN.....	50

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1. Statistik Penggunaan Internet di Indonesia 2018-2020.....	1
2. Luas Lahan Pertanian Organik per Tahun di Indonesia.....	2
3. Produksi Sayuran Hortikultura di Kalimantan Selatan 2018.....	3
4. Luas Wilayah Kecamatan Landasan Ulin per Kelurahan/Desa .....	24
5. Jumlah Penduduk Sesuai Kelompok Umur .....	25
6. Kelompok Umur Pengecer sayuran hidroponik.....	32
7. Tingkat Pendidikan Terakhir Pedagang Pengecer .....	33
8. Lama Pengalaman Berdagang Pengecer .....	33
9. Kelompok Umur Pedagang Kebab.....	34
10. Tingkat Pendidikan Pedagang Kebab .....	35
11. Volume Penjualan per Tahun Sayuran Hidroponik Selada.....	37
12. Volume Penjualan per Tanpa Media Sosial .....	38
13. Rata-rata Biaya Pemasaran, Marjin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran Pengecer Saluran I Pemasaran Langsung .....	43
14. Rata-rata Biaya Pemasaran, Marjin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran Pengecer Saluran I Melalui Media Sosial.....	44

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1. Tingkat Saluran Pemasaran.....	18
2. Lokasi Usahatani Casual Farmer .....	26
3. Lahan Usahatani Sayuran Hidroponik Casual Farmer.....	28
4. Instalasi Hidroponik Casual Farmer.....	29
5. Media Tanam Sayuran Hidroponik.....	29
6. Sayuran Hidroponik Casual Farmer.....	30
7. Media Sosial milik Casual Farmer .....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
1. Peta Kecamatan Landasan Ulin .....	50
2. Identitas Pengecer Tanpa Melalui Media Sosial .....	51
3. Identitas Pedagang Kebab .....	51
4. Identitas Pedagang Pengecer Melalui Media Sosial .....	51
5. Biaya Yang Dikeluarkan Pengecer Tanpa Melalui Media Sosial .....	52
6. Biaya Pemasaran Pengecer Melalui Media Sosial .....	53
7. Keuntungan Yang Diterima Produsen Tanpa Media Sosial .....	53
8. Keuntungan Yang Diterima Produsen Melalui Media Sosial .....	53
9. Keuntungan Yang Diterima Pengecer (Tanpa Melalui Media Sosial)....	54
10. Keuntungan Yang Diterima Pengecer (Melalui Media Sosial).....	54
11. Dokumentasi Penelitian .....	55

