

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAYURAN  
HIDROPONIK DI KAMPUNG SAYUR CEMPAKO  
26 ILIR KOTA PALEMBANG**

***ANALYSIS OF HYDROPONIC VEGETABLE MARKETING  
STRATEGY AT CEMPAKO VEGETABLE VILLAGE  
26 ILIR PALEMBANG CITY***



**Echa Dwi Lestari  
05011182025007**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

## SUMMARY

**ECHA DWI LESTARI.** Analysis of Hydroponic Vegetable Marketing Strategy at Cempako Vegetable Village 26 Ilir Palembang City (Supervised by **ELISA WILDAYANA**).

The aims of the research was: 1) to identify marketing channels for hydroponic vegetables at the Cempako Vegetable Village. 2) to identify the 7P marketing mix for hydroponic vegetables in the Cempako Vegetable Village. 3) to analyze the marketing strategy for hydroponic vegetables at Cempako Vegetable Village. Data collection was carried out in October 2023. The research method was a case study method. The sampling method used was the purposive sampling method, which consisted of business owner, marketing institution, and consumers. Data collection methods are in the form of primary data and secondary data. Data processed method used SWOT analysis (Strength, Opportunity, Weakness, Threat). The results of this study were: 1) There are two marketing channel patterns at Cempako Vegetable Village, namely: producer – final consumer with a market share of 17%, and producer – retailer – final consumer with a market share 83%. 2) The 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence) marketing mix implemented by Cempako Vegetable Village went well and was quite effective. 3) The results of the SWOT analysis show that the marketing strategy for hydroponic vegetables at Cempako Vegetable Village is in quadrant I supports an aggressive strategy. The results of the SWOT matrix based on quadrant I show that the Cempako Vegetable Village should implement an alternative SO strategy by developing a hydroponic vegetables business, maintain existing potential markets, increase the quantity of hydroponic vegetables and create programs for loyal customers such as membership and special discounts.

Keywords: hydroponic vegetables, marketing, marketing strategy.

## RINGKASAN

**ECHA DWI LESTARI.** Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kampung Sayur Cempako 26 Ilir Kota Palembang (Dibimbing oleh **ELISA WILDAYANA**).

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Mengidentifikasi saluran pemasaran sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako. 2) Mengidentifikasi bauran pemasaran 7P sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako. 3) Menganalisis strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Oktober 2023. Metode penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, yang terdiri dari pemilik usaha, lembaga pemasaran dan konsumen. Metode pengumpulan data yaitu berupa data primer dan data sekunder. Metode pengolahan data menggunakan analisis SWOT (*Strength, Opportunity, Weakness, Threat*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Terdapat dua pola saluran pemasaran di Kampung Sayur Cempako yaitu: produsen – konsumen akhir dengan pangsa pasar 17%, dan produsen – pengecer – konsumen akhir dengan pangsa pasar 83%. 2) Bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence*) yang diterapkan oleh Kampung Sayur Cempako sudah berjalan dengan baik dan cukup efektif. 3) Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pemasaran sayuran hidroponik Kampung Sayur Cempako berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Hasil matriks SWOT berdasarkan kuadran I menunjukkan bahwa Kampung Sayur Cempako sebaiknya menerapkan alternatif strategi SO dengan melakukan pengembangan usaha sayuran hidroponik, mempertahankan pasar potensial yang sudah ada, meningkatkan kuantitas sayuran hidroponik dan membuat program untuk pelanggan setia seperti *membership* dan diskon khusus.

Kata Kunci: pemasaran, sayuran hidroponik, strategi pemasaran.

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAYURAN  
HIDROPONIK DI KAMPUNG SAYUR CEMPAKO  
26 ILIR KOTA PALEMBANG**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya**



**Echa Dwi Lestari  
05011182025007**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAYURAN  
HIDROPONIK DI KAMPUNG SAYUR CEMPAKO  
26 ILIR KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :  
Echa Dwi Lestari  
05011182025007


Indralaya, November 2023

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.  
NIP.196104261987032007

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Pertanian UNSRI



Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.  
NIP.196412291990011001

Skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kampung Sayur Cempako 26 Ilir Kota Palembang" oleh Echa Dwi Lestari telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 November 2023 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- |   |            |         |
|---|------------|---------|
| 1. Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si.<br>NIP.197807042008122001     | Ketua      | (.....) |
| 2. Reshi Wahyuni, S.P., M.Si.<br>NIP.198005032023212017           | Sekretaris | (.....) |
| 3. Dr. Riswani, S.P., M.Si.<br>NIP.197006171995122001             | Penguji    | (.....) |
| 4. Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.<br>NIP.196104261987032007 | Pembimbing | (.....) |

Indralaya, November 2023  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



**Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.**  
NIP.197412262001122001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Echa Dwi Lestari

NIM : 05011182025007

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kampung  
Sayur Cempako 26 Ilir Kota Palembang

Menyatakan bahwa seluruh data dan informasi yang saya sajikan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, November 2023



Echa Dwi Lestari

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Echa Dwi Lestari biasa dipanggil Echa. Penulis dilahirkan pada tanggal 17 September 2002 di Muaradua, Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Penulis merupakan anak dari keluarga Bapak Sudirman dan Ibu Holida Wati dan juga merupakan anak ke dua dari dua bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Negeri No 07 Muaradua pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di MTs Negeri Muaradua dan selesai pada tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Muaradua dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2020. Sekarang penulis melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis di Kampus Indralaya dan telah menjalani masa perkuliahan selama 7 semester.

Penulis memiliki pengalaman organisasi sebagai Pengajar Muda UKM Unsri Mengajar 2021-2023, Anggota Keluarga Mahasiswa Serasan Seandanan (Organisasi Kedaerahan) 2020-2023, Anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) 2020-2022, Anggota Legislatif DPM KM Universitas Sriwijaya pada tahun 2020-2021, dan Tutor Inspiratif Gerakan Mengajar Desa Sumatera Selatan 2022-2023. Penulis juga memiliki penghargaan sebagai pengajar muda terbaik UKM Unsri Mengajar 2022, Tutor Inspiratif *of The Month* Gerakan Mengajar Desa Sumatera Selatan Awards 2022, Penerima *Pocco Academy Scholarship* 2022, *Brand Ambassador* Maju Indonesia (platform pendidikan) 2021, Juara 1 Lomba Desain Poster Tingkat Nasional 2021, Juara 1 Lomba Cerdas Cermat dalam Seminar *The Perfect Writer* 2021, dan Juara 2 Lomba Kultum *Agriculture Ramadhan Festival* Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya 2020. Penulis memiliki minat pada bidang pendidikan dan sosial, sehingga penulis memiliki pengalaman dalam beberapa kegiatan sosial yaitu sebagai Relawan Pembangunan Rumah Belajar di Desa Benteng, Ciampea, Bogor dalam *Social Project* “Investasi Seribu Rupiah” 2021, Relawan Anak Jalanan dan Marjinal di Sumatera Selatan 2021, Relawan Kampanye Pendidikan dalam Kegiatan “*Exploring the World by Winning Scholarship*” 2021, dan sebagai Anggota Forum Anak Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan Tahun 2018-2020.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kampung Sayur Cempako 26 Ilir Kota Palembang”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa Program Studi Agribisnis dalam memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada Ibu Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si. sebagai dosen pembimbing akademik penulis yang selalu sabar, perhatian, siap siaga serta pemberi arahan dan masukan terbaik kepada penulis sejak perencanaan, pelaksanaan sampai penyusunan dan penulisannya ke dalam bentuk skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bimbingan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuan yang baik kepada penulis selama perkuliahan.
2. Ibu Dr. Riswani, S.P., M.Si. sebagai dosen penelaah pada seminar proposal dan seminar hasil, serta sebagai dosen penguji pada ujian komprehensif penulis yang telah memberikan masukan, arahan dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si. sebagai ketua penguji pada ujian komprehensif penulis, yang telah memberikan masukan, arahan dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Reshi Wahyuni, S.P., M.Si. sebagai sekretaris penguji pada ujian komprehensif penulis, yang telah memberikan masukan, arahan dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.

5. Orang Tua Tercinta, Ayahanda Sudirman dan Ibunda Holida Wati yang senantiasa mendoakan, memberi kasih sayang, cinta, motivasi serta dukungan baik moril dan materil terima kasih karena sudah menjadi orang tua yang selalu meridhoi setiap langkah demi langkah yang penulis ambil. Terima kasih telah menjadi *support system* terbaik sepanjang masa. *Being born as your daughter is the most beautiful gift from God*. Tidak ada kata yang bisa mengungkapkan perasaan sayang penulis kepada kalian berdua *love you in every universe*.
6. Kakak perempuan penulis Monica Octaria. *Dear* kakak tersayang, terima kasih karena sudah hadir di dunia ini. Begitu banyak kenangan indah yang telah kita lalui sedari kecil yang sampai kapanpun tidak akan pernah bisa dilupakan. Terima kasih karena selalu memberikan *support*, perhatian, dan menjadi kakak yang baik *you're the best sister ever*.
7. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, khususnya Dosen Program Studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama duduk di bangku perkuliahan yang tidak penulis ketahui sebelumnya.
8. Staff Tata Usaha Program Studi Agribisnis, Mba Dian, Kak Ikhsan dan Kak Ari yang telah banyak membantu penulis dalam mengurus administrasi selama masa perkuliahan.
9. Bapak Rudi Harsam, Ibu Marlinda, Troli Nusantara, serta seluruh anggota Kelompok Tani Kampung Sayur Cempako yang sudah bersedia memberikan informasi dan pengetahuan bagi penelitian ini.
10. Sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu demi satu namanya, penulis sangat bersyukur dikelilingi orang-orang baik seperti kalian. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena kalian telah memberikan warna baik itu suka maupun duka, menjadi tempat berkeluh kesah penulis, dan selalu memberikan energi positif saat semangat penulis *up and down* sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Teman-teman seperjuangan. Semangat untuk teman-teman semua khususnya Agribisnis Angkatan 2020, apapun yang terjadi di dalam dunia perkuliahan tetaplah bertahan sekuat mungkin. Mari kita tuntaskan pendidikan sampai tangis haru orang tua kita jatuh di hari wisuda.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dalam rangka untuk membantu memperbaiki dan menyempurnakan tulisan ini di masa yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, penulis berharap semoga skripsi ini dapat disetujui dan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi kita semua khususnya dalam hal menyediakan data bagi para peneliti yang membutuhkan.

Indralaya, November 2023

Echa Dwi Lestari

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN .....	7
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1. Konsepsi Hidroponik .....	7
2.1.2. Konsepsi Budidaya Hidroponik .....	8
2.1.3. Konsepsi Pemasaran .....	9
2.1.4. Konsepsi Lembaga Pemasaran .....	10
2.1.5. Konsepsi Saluran Pemasaran .....	12
2.1.6. Konsepsi Strategi Pemasaran .....	14
2.1.7. Konsepsi Bauran Pemasaran .....	16
2.1.8. Konsepsi Analisis Lingkungan Usaha .....	22
2.1.9. Konsepsi Analisis SWOT .....	27
2.2. Model Pendekatan .....	29
2.3. Hipotesis .....	30
2.4. Batasan Operasional .....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	34
3.1. Tempat dan Waktu .....	34
3.2. Metode Penelitian .....	34
3.3. Metode Penarikan Contoh .....	34
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	35
3.5. Metode Pengolahan Data .....	35

	Halaman
3.5.1. Tahap Masukan ( <i>Input Stage</i> ) .....	36
3.5.2. Tahap Penentuan Kuadran dan Matriks IE (Internal Eksternal) .....	38
3.5.3. Tahap Matriks SWOT .....	40
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
4.1. Profil Umum Kota Palembang .....	42
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi Kota Palembang .....	42
4.1.2. Keadaan Iklim Kota Palembang .....	44
4.1.3. Keadaan Penduduk Kota Palembang .....	44
4.1.4. Perekonomian Kota Palembang .....	45
4.2. Keadaan Umum Kampung Sayur Cempako .....	46
4.2.1. Sejarah Kampung Sayur Cempako .....	46
4.2.2. Lokasi Kampung Sayur Cempako .....	48
4.2.3. Visi dan Misi Kampung Sayur Cempako .....	48
4.2.4. Struktur Organisasi Kampung Sayur Cempako .....	49
4.2.5. Instalasi Hidroponik Kampung Sayur Cempako .....	50
4.3. Budidaya Sayuran Hidroponik Kampung Sayur Cempako .....	51
4.3.1. Penyemaian Tanaman Sayuran Hidroponik .....	52
4.3.2. Pindahan Tanaman Sayuran Hidroponik .....	53
4.3.3. Peracikan, Perhitungan dan Pemberian Kebutuhan Nutrisi Tanaman .....	54
4.3.4. Pemeliharaan Tanaman Sayuran Hidroponik .....	56
4.3.5. Pengendalian Hama dan Penyakit Tanaman .....	57
4.3.6. Pemanenan Tanaman Sayuran Hidroponik .....	57
4.4. Saluran Pemasaran Sayuran Hidroponik Kampung Sayur Cempako .	58
4.4.1. Pangsa Pasar .....	60
4.4.2. Hambatan Keluar Masuk Pasar .....	61
4.4.3. Diferensiasi Produk .....	61
4.4.4. Struktur Pasar .....	63
4.4.5. Perilaku Pasar .....	64
4.4.6. Prinsip Pembentukan Harga .....	64
4.4.7. Promosi Penjualan .....	64
4.4.8. Persaingan Harga Antar Produsen .....	64

	Halaman
4.4.9. Kerjasama Antar Lembaga Pemasaran .....	65
4.5. Bauran Pemasaran 7P Sayuran Hidroponik Kampung Sayur Cempako	65
4.5.1. <i>Product</i> (Produk) .....	65
4.5.2. <i>Price</i> (Harga) .....	67
4.5.3. <i>Place</i> (Tempat) .....	69
4.5.4. <i>Promotion</i> (Promosi) .....	70
4.5.5. <i>People</i> (Partisipasi) .....	71
4.5.6. <i>Process</i> (Proses) .....	71
4.5.7. <i>Physical Evidence</i> (Tampilan Fisik) .....	72
4.6. Strategi Pemasaran Analisis SWOT Sayuran Hidroponik Kampung Sayur Cempako .....	73
4.6.1. Faktor Internal .....	73
4.6.2. Faktor Eksternal .....	76
4.6.3. Analisis Matriks .....	80
4.6.4. Analisis Diagram SWOT .....	82
4.6.5. Analisis Matriks IE (Internal Eksternal) .....	85
4.6.6. Analisis Matriks SWOT .....	86
BAB 5 PENUTUP .....	92
5.1. Kesimpulan .....	92
5.2. Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Nama-nama Usaha Hidroponik di Kota Palembang .....	4
Tabel 3.1. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) .....	37
Tabel 3.2. Matriks EFE ( <i>Eksternal Factor Evaluation</i> ) .....	37
Tabel 3.3. Matriks SWOT .....	40
Tabel 4.1. Luas Daerah Menurut Kecamatan di Kota Palembang .....	43
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Palembang .....	45
Tabel 4.3. PDRB Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha di Kota Palembang .....	46
Tabel 4.4. Kebutuhan Nutrisi pada Masing-masing Sayuran Hidroponik .	55
Tabel 4.5. Hasil Perhitungan Pangsa Pasar Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kampung Sayur Cempako .....	60
Tabel 4.6. Struktur Pasar pada Pemasaran Sayuran Hidroponik Kampung Sayur Cempako .....	63
Tabel 4.7. Harga Sayuran Hidroponik di Kampung Sayur Cempako .....	68
Tabel 4.8. Matriks IFE pada Kampung Sayur Cempako .....	80
Tabel 4.9. Matriks EFE pada Kampung Sayur Cempako .....	82
Tabel 4.10. Pengolahan Nilai Titik Koordinat X pada Diagram SWOT ...	83
Tabel 4.11. Pengolahan Nilai Titik Koordinat Y pada Diagram SWOT ...	83
Tabel 4.12. Hasil Analisis Matriks SWOT .....	86

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Saluran Pemasaran Tingkat Nol .....	12
Gambar 2.2. Saluran Pemasaran Satu Tingkat .....	13
Gambar 2.3. Saluran Pemasaran Dua Tingkat .....	13
Gambar 2.4. Saluran Pemasaran Tiga Tingkat .....	14
Gambar 2.5. Model Pendekatan .....	29
Gambar 3.1. Kuadran Analisis SWOT .....	38
Gambar 3.2. Diagram Matriks IE (Internal Eksternal) .....	39
Gambar 4.1. Kebun Kampung Sayur Cempako .....	48
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Kampung Sayur Cempako .....	49
Gambar 4.3. Instalasi Hidroponik <i>Deep Flow Technique</i> (DFT) .....	50
Gambar 4.4. Instalasi Hidroponik <i>Nutrient Film Technique</i> (NFT) .....	51
Gambar 4.5. Proses Penyemaian Sayuran Hidroponik .....	52
Gambar 4.6. Proses Pemindehan Sayuran Hidroponik .....	53
Gambar 4.7. Sayuran Hidroponik yang Layu .....	56
Gambar 4.8. Perangkat Hama dan Penyakit Tanaman .....	57
Gambar 4.9. Proses Pemanenan Sayuran Hidroponik .....	58
Gambar 4.10. Proses Pengemasan Sayuran Hidroponik .....	58
Gambar 4.11. Pola Saluran Pemasaran .....	59
Gambar 4.12. Jus Sayur Olahan dari Sayuran Hidroponik .....	62
Gambar 4.13. Jamu Sayur Olahan dari Sayuran Hidroponik .....	62
Gambar 4.14. Produk Sayuran Hidroponik Kampung Sayur Cempako ....	66
Gambar 4.15. Saluran Distribusi Langsung .....	70
Gambar 4.16. Saluran Distribusi Tidak Langsung .....	70
Gambar 4.17. Posisi Kampung Sayur Cempako pada Diagram SWOT ....	84
Gambar 4.18. Posisi Kampung Sayur Cempako pada Matriks IE .....	85



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Administrasi Kota Palembang .....	98
Lampiran 2. Besar Penerimaan Usaha Sayuran Hidroponik .....	99
Lampiran 3. Biaya Tetap Usaha Sayuran Hidroponik .....	100
Lampiran 4. Biaya Variabel Usaha Sayuran Hidroponik .....	101
Lampiran 5. Faktor-faktor Strategi Internal pada Kampung Sayur Cempako .....	102
Lampiran 6. Matriks Perbandingan Berpasangan untuk Faktor Internal ...	103
Lampiran 7. Penentuan Peringkat ( <i>Rating</i> ) Faktor Strategi Internal .....	104
Lampiran 8. Rekapitulasi Pembobotan dan <i>Rating</i> Faktor Strategi Internal	105
Lampiran 9. Faktor-faktor Strategi Eksternal pada Kampung Sayur Cempako .....	106
Lampiran 10. Matriks Perbandingan Berpasangan untuk Faktor Eksternal	107
Lampiran 11. Penentuan Peringkat ( <i>Rating</i> ) Faktor Strategi Eksternal .....	108
Lampiran 12. Rekapitulasi Pembobotan dan <i>Rating</i> Faktor Strategi Eksternal .....	109
Lampiran 13. Dokumentasi Bersama Pemilik Kampung Sayur Cempako	110
Lampiran 14. Dokumentasi Bersama Lembaga Pemasaran .....	111
Lampiran 15. Dokumentasi Bersama Konsumen 1 di Kampung Sayur Cempako .....	112
Lampiran 16. Dokumentasi Bersama Konsumen 2 di Kampung Sayur Cempako .....	113
Lampiran 17. Dokumentasi Bersama Konsumen 3 di Kampung Sayur Cempako .....	114

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sebagai negara yang melimpah akan sumber daya alam, Indonesia menunjukkan potensi pengembangan yang besar terutama dalam sektor pertanian. Sebagai negara agraris, Indonesia fokus pada pengembangan sektor pertanian khususnya subsektor tanaman pangan dan juga tanaman perkebunan. Bagian dari sektor pertanian yang mencakup tanaman pangan: padi, palawija, dan hortikultura. Hortikultura, sebagai komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomis tinggi, menjadi potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan industri. Pengembangan hortikultura dapat berperan penting dalam peningkatan pendapatan masyarakat, baik petani skala besar maupun skala kecil. Namun penting untuk memastikan ketersediaan tanaman hortikultura dalam jumlah yang cukup, dengan kualitas memenuhi standar, keamanan konsumen, dan harga yang murah menjadi fokus dalam pengembangan tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura memiliki keunggulan, termasuk nilai tawar yang tinggi, variasi jenis, dan daya tarik pasar yang terus berkembang, baik di dalam maupun di luar negeri. Dalam konteks ini, perlu menjaga agar produksi hortikultura tetap memenuhi standar kualitas sekaligus dapat mencukupi peningkatan permintaan, baik dalam bentuk produk segar maupun olahan yang terus berkembang (Chan, 2021).

Komoditas hortikultura mencakup tanaman, buah-buahan, sayur-sayuran, tanaman hias, dan biofarmaka. Dari berbagai komoditas hortikultura, sayuran menjadi salah satu yang paling diminati. Sayuran memiliki potensi untuk dikembangkan dan dibudidayakan karena menjadi kebutuhan esensial bagi semua lapisan masyarakat. Pertumbuhan dalam sektor hortikultura khususnya pada komoditas sayuran, mencerminkan peningkatan kesadaran masyarakat tentang nilai gizi sayuran. Sayuran menjadi opsi alternatif dalam konsumsi masyarakat Indonesia, sebagai sumber vitamin, serat dan mineral yang esensial bagi kesehatan manusia. Selain itu, sayuran juga menjadi komoditas unggulan karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi, waktu panen yang singkat, dan tingginya permintaan pasar (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2013).

Ketersediaan lahan pertanian yang semakin terbatas, sementara kebutuhan pangan terus tumbuh, sektor pertanian dihadapkan untuk mengatasi tantangan ini melalui peningkatan penerapan pertanian di lahan sempit. Di Indonesia, produksi tanaman pangan telah mengalami perkembangan yang signifikan, dengan penerapan berbagai teknologi pertanian yang berhasil diadopsi dari negara-negara maju. Salah satu inovasi yang telah diterapkan adalah sistem budidaya tanaman hidroponik di lahan sempit. Hidroponik sebagai metode pertanian yang memanfaatkan air, nutrisi, dan oksigen sebagai media tanam tanpa melibatkan tanah. Keberhasilan penerapan teknologi hidroponik membawa sejumlah keunggulan dibandingkan dengan metode tradisional seperti keberlanjutan lingkungan, pertumbuhan tanaman yang lebih cepat, produk yang lebih higienis, pemeliharaan kualitas hasil panen dan peningkatan kuantitas produksi. Selain itu, sayuran yang ditanam dengan sistem hidroponik cenderung lebih sehat karena terhindar dari kontaminasi logam berat industri dari tanah, memiliki kesegaran yang optimal, daya simpan produk yang lebih lama, dan produk lebih mudah dicerna oleh tubuh (Indriasti, 2013).

Sayuran yang dihasilkan melalui sistem hidroponik menunjukkan perbedaan kualitas jika dibandingkan dengan sayuran dari sistem konvensional. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh tim investigasi dari Laboratorium Teknologi Tanaman di Universitas San Jose California pada tahun 1994 bertujuan untuk menguji kandungan mineral dan vitamin pada tanaman hidroponik dan membandingkannya dengan tanaman konvensional. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tanaman dari hidroponik memiliki kadar mineral dan vitamin yang lebih tinggi, memberikan manfaat kesehatan yang lebih baik bagi tubuh manusia dibandingkan dengan tanaman konvensional. Namun, karena memiliki nilai gizi yang lebih tinggi, sehingga sayuran hidroponik dipasarkan dengan harga yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan tanaman konvensional. Sebagai contoh, sawi hidroponik dapat ditemukan di supermarket dengan harga sekitar Rp35.000, sedangkan sawi konvensional di pasar tradisional dijual dengan harga sekitar Rp5.000 sampai Rp7.000. Akibatnya, segmen pasar untuk sayuran hidroponik umumnya terbatas pada kalangan masyarakat ekonomi menengah ke atas (Yusrizka, 2021).

Pemasaran sayuran hidroponik tidak dapat dilakukan secara langsung seperti sayuran konvensional yang umumnya dijual di pasar tradisional atau tempat dan lapak terbuka. Ini disebabkan oleh perlunya penyimpanan sayuran hidroponik pada suhu ruangan sebelum dijual. Biasanya sayuran hidroponik dijual ke tempat-tempat seperti supermarket, restoran, kafe, hotel, dan lokasi berkelas lainnya. Rantai pemasaran sayuran hidroponik dimulai dari produsen atau pemilik hidroponik, lalu kemudian dijual kepada perantara seperti pengecer pasar modern, hingga akhirnya dibeli oleh konsumen. Distributor ini biasanya memiliki kerjasama dengan para pengusaha hidroponik (Suyono *et al.*, 2023).

Bauran pemasaran saat ini yang dikenal sebagai 7P merupakan evolusi dari konsep sebelumnya, yang pada awalnya hanya mencakup 4 faktor yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Seiring berjalannya waktu, konsep ini telah mengalami perkembangan menjadi 7 faktor, dengan penambahan 3 faktor baru yakni *process*, *people*, dan *physical evidence*. Perkembangan ini diharapkan bisa membantu perusahaan merancang strategi yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan. Lebih jelasnya bauran pemasaran (7P) terdiri dari: *product*, *price*, *promotion*, *place*, *process*, *people*, dan *physical evidence* (Nugroho, dkk. 2013).

Saat ini di wilayah perkotaan Kota Palembang, beberapa pengusaha telah mengembangkan usaha budidaya sayuran hidroponik, dan pertumbuhannya telah meningkat sehingga terbentuklah komunitas hidroponik. Namun pengetahuan mengenai manfaat dan keuntungan menanam serta membudidayakan sayuran dengan metode hidroponik masih belum dimengerti oleh sebagian besar penduduk Kota Palembang. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa umumnya budidaya tanaman dengan metode hidroponik memerlukan investasi biaya produksi yang signifikan dan cukup besar (Trifiani *et al.*, 2022).

Usaha budidaya tanaman hidroponik di Kota Palembang telah berjalan dalam periode saat ini, meskipun masih dalam skala yang terbatas. Keterbatasan produksi sayuran hidroponik di Kota Palembang disebabkan oleh jumlah pengusaha bisnis di sektor tersebut yang masih terbilang sedikit. Namun perkembangan ini bertentangan dengan potensi pasar yang cukup besar, seiring dengan peningkatan jumlah tempat pemasaran produk tersebut menunjukkan bahwa peluang pasar dan permintaan konsumen cukup tinggi (Arbi, 2016).

Tabel 1.1. Nama-nama Usaha Hidroponik di Kota Palembang

No	Nama Usaha	Tahun Berdiri	Tempat
1	<i>Eve's Veggies Hydroponic</i>	2010	Jl. Sako Baru, Kenten
2	<i>Fresh Hidroponik Palembang</i>	2020	Iilir Timur II
3	<i>Green Corner Hydroponic</i>	2012	Jl. Meriam, Sekip Ujung
4	Haniafarm Hidroponik	2020	Jl. Temiyang
5	Hidroponik Aisyah	2020	Jl. Talang Keramat
6	Hidroponik Center Palembang	2015	Jl. Manunggal, IB II
7	Hidroponik Higrow Farm	2019	8 Iilir
8	Kampung Sayur Cempako	2020	26 Iilir
9	Nashir Farm	2019	Jl. Tanjung Barangan
10	Vagabond Hidroponik	2020	Alang-alang Lebar

Sumber : Penelitian Terdahulu

Dari data yang tercantum dalam Tabel 1.1. terlihat bahwa pebisnis usaha sayuran hidroponik di Kota Palembang masih belum banyak. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk memfokuskan penelitian pada salah satu usaha hidroponik yang masih dalam tahap perkembangan. Keputusan ini didasarkan pada adanya sejumlah permasalahan dalam pemasaran produk di lokasi penelitian, seperti minimnya saluran pemasaran dan keterlibatan lembaga pemasaran, kurangnya perencanaan strategi pemasaran, serta berbagai faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi poin sebagai kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman dalam proses pemasaran. Oleh karena itu, Kampung Sayur Cempako dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan usaha sayuran hidroponik yang masih berkembang di Kota Palembang.

Kampung Sayur Cempako adalah hasil pengembangan oleh penduduk Jalan Cempaka di Kota Palembang, dimana mereka berhasil mengembangkan kegiatan menanam bibit sayuran, tanaman hias, tanaman obat, menciptakan potensi wisata sekaligus menyediakan sumber ekonomi bagi masyarakat setempat. Didirikan pada awal tahun 2020, Kampung Sayur Cempako berlokasi di pusat Kota Palembang dan dikelola oleh sebuah kelompok tani yang dikenal sebagai “Kelompok Tani Kampung Sayur Cempako”. Kelompok ini aktif dalam berbagai kegiatan, termasuk menanam tanaman secara hidroponik, dengan tujuan untuk mengembangkan usaha yang dapat memberikan tambahan pendapatan bagi warga kampung tersebut (Hati, 2022).

Terbentuknya usaha sayuran hidroponik Kampung Sayur Cempako bermula dari keinginan seorang warga setempat untuk mengubah dan menciptakan citra kampung yang awalnya kumuh dan dipenuhi tumpukan sampah menjadi sebuah lingkungan yang bersih, asri dan tertata. Bapak Rudi Harsam, sebagai ketua Kelompok Tani di Kampung Sayur Cempako bersama dengan istrinya yaitu Ibu Marlinda, menjadi pionir dalam upaya transformasi kampung tersebut. Mereka mengambil inisiatif untuk memanfaatkan lahan kosong di wilayah tersebut sebagai tempat usaha hidroponik, dengan melibatkan partisipasi dari warga setempat dalam upaya membangun usaha ini secara gotong royong. Proses pembangunan tidak hanya memanfaatkan lahan kosong yang tersedia, tetapi hampir setiap pekarangan rumah warga juga dimanfaatkan untuk menanam tanaman hidroponik guna memenuhi kebutuhan lokal. Inisiatif ini membawa terbentuknya Kelompok Tani Kampung Sayur Cempako sebagai wadah dalam memudahkan koordinasi dalam pengembangan dan pemanfaatan aktivitas tersebut (Febrinastri *et al.*, 2021).

Namun terdapat tantangan yang dihadapi yakni disebabkan oleh kurangnya perencanaan dan sosialisasi di bidang pertanian, khususnya dalam menjalankan usaha bisnis sayuran hidroponik. Hal ini membuat jumlah produksi yang tidak optimal dan fluktuasi dalam penjualan yang kadang mengalami penurunan dan peningkatan. Sehingga untuk mengatasi permasalahan tersebut, suatu usaha sebaiknya mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif untuk menjual produknya. Dengan demikian, suatu usaha dapat menjaga stabilitasnya dan bersaing secara damai dan kompetitif dengan pelaku usaha lainnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk menjalani penelitian mengenai bagaimana Kampung Sayur Cempako menerapkan strategi pemasaran. Hal ini karena perkembangan suatu usaha sangat tergantung pada tingkat keberhasilan strategi pemasaran yang telah direncanakan untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu, penulis memilih untuk mengeksplorasi topik ini melalui sebuah penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul yaitu “Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kampung Sayur Cempako 26 Ilir Kota Palembang”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan dalam latar belakang, penelitian ini memuat permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako?
2. Bagaimana bauran pemasaran 7P sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako?
3. Bagaimana strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari pelaksanaan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako.
2. Mengidentifikasi bauran pemasaran 7P sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako.
3. Menganalisis strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT sayuran hidroponik di Kampung Sayur Cempako.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, kegunaan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk Kampung Sayur Cempako, penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan terkait perencanaan dan atau pengembangan usaha tersebut.
2. Untuk mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi yang bermanfaat bagi penelitian lanjutan yang terkait dengan topik yang sama.
3. Untuk calon investor, diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan untuk melakukan investasi dalam usaha tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung.
- Angreni, M. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Organik Kabupaten Karanganyar*. Skripsi. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Arbi, M. 2016. Kajian Sebaran Produksi dan Perdagangan Serta Karakteristik Konsumen Sayuran Hidroponik di Kota Palembang. *Jurnal Agriekonomika*. 5 (1) : 54-63.
- Bilung, S. 2016. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda pada CV. Semoga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 4 (1) : 116-127.
- Chan, S. R. O. S. 2021. Industri Perbenihan dan Pembibitan Tanaman Hortikultura di Indonesia: Kondisi Terkini dan Peluang Bisnis. *Jurnal Hortuscoler*. 2 (1) : 26-31.
- Dirjen Hortikultura. 2013. *Kinerja Pembangunan Sistem dan Usaha Agribisnis Hortikultura 2012*. Jakarta: Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Bima Produksi Hortikultura.
- Febrinastri, F., dan Restu, F. 2021. *Cerita Rudi dan Kampung Sayur Cempako, Bukti Bersama BRI Warga Lebih Berdaya*. Suara.com. Diakses pada tanggal 4 Agustus 2023.
- Hati, P. F. 2022. *Analisis Kelayakan Usaha Sayuran Hidroponik di Kampung Sayur Cempako 26 Ilir Kota Palembang*. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Indriasti, R. 2013. *Analisis Usaha Sayuran Hidroponik pada PT Sayuran Segar Kabupaten Bogor*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Jamalludin. 2019. Analisis Efisiensi Usahatani Sayur-sayuran di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*. 21 (1) : 88-98.
- Jauza, D. C. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik di Green Corner Hidroponik Palembang*. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Jay Hezer dan Barry Render. 2006. *Operation Managemen*. (Alih Bahasa: Dwianoegrahwati Setyoningsih, Indra Almahdy). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kusuma, H. 2017. Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*. 1 (2) : 106-115.



- Linda, J., dkk. 2021. Hidroponik Sebagai Sasaran Pemanfaatan Lahan Kosong di Kantor Lurah Salo, Watang Sawitto, Piarang. *Jurnal Lepa-lepa Open*. 1 (3) : 503-510.
- Makmur dan Saprijal. 2015. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. 3 (1) : 41-56.
- Mustofa, I., Mas, A. B., Zico, A. B. 2022. Penerapan Pertanian Organik Secara Berkelanjutan dengan Sistem Hidroponik Bagi Petani di Desa Gending. *Jurnal Abdimas*. 7 (1) : 149-157.
- Nana, H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Noviani, N., Sri, W. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Merek PapaMama Farm. 1 (1) : 29-43.
- Nugroho, R., dan Edwin, J. 2013. Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffe Coziez Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 1 (2) : 1-9.
- Putra, G. S., Nana, D., dan Iwan, S. 2019 *Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P (Suatu Studi pada CV. Sportwear di Kota Bandung)*. Skripsi. Bandung: Universitas Galuh Ciamis.
- Putri, B. R. T. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bali : Universitas Udayana.
- Rudi, R. M. 2022. *Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Kelompok Wanita Tani Ladang Hijau Kota Tarakan*. Skripsi. Universitas Borneo Tarakan.
- Rusmawati, Yuni. 2017. Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis Swot Untuk Peningkatan Penjualan Pada Ud. Surya Gemilang Motor Di Surabaya. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi dan Informasi*. 17 (1) : 911-923.
- Setyorini, Hany, Effendi, M dan Santoso, I. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. 5 (1) : 46-53.
- Shuhada, R., Ermi, T., dan Suardi, T. 2015. Analisis Pemasaran dan Transmisi Harga pada Petani Karet Pola Swadaya di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Jurnal Jom Faperta*. 2 (2).
- Sidik, F. M. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sofjan, Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Susanthi, P. R. 2017. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik REKAMAN*. 1 (1) : 30-42.
- Susilawati. 2019. *Dasar-Dasar Bertanam Secara Hidroponik*. Palembang : Unsri Press ISBN:978-979-587-789-9.
- Suyono, F., Natelda, R. T., dan Maisie, T. F. T. 2023. Rantai Pasok Sayuran Hidroponik di Pasar Modern Dian Pertiwi Kota Ambon. *Jurnal Agrica*. 16 (1) : 41-52.
- Tety, E., Evy, M., dan Fitria, N. 2014. Analisis Pemasaran dan Transmisi Harga pada Petani Bahan Olahan Karet (Bokar) di Desa Sei Tonang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. *Jurnal Pekbis*. 6 (3) : 159-168.
- Tjiptono, F. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Trifiani, U., Yulius., dan Riswani. 2022. Strategi Pemasaran Agribisnis Sayuran Hidroponik di Pulau Kemaro Kelurahan Satu Ilir Kota Palembang. *Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Pertanian*. 6 (2) : 107-112.
- Wirawati, S. M., dan Ndaru, A. 2021. Pengenalan Metode Hidroponik Budidaya Tanaman Sawi untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Pelawad Kecamatan Ciruas. *Jurnal Abdikarya*. 3 (1) : 1-9.
- Yudiaris, I, G. 2015. *Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada CV*. Puri Lautan Mutiara. 5 (1).
- Yusrizka, I. P. A. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik pada Usaha Selada Segar Makassar di Kota Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanuddin.