

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN  
SAYURAN HIDROPONIK PADA UMKM BAKOEL SAYUR  
KABUPATEN KARANGANYAR**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

**Program Studi Agribisnis**

**Oleh  
Luthfi Rafiq Rabbani  
H0812105**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2017**

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN  
SAYURAN HIDROPONIK PADA UMKM BAKOEL SAYUR  
KABUPATEN KARANGANYAR**

**Yang diajukan dan disusun oleh :  
Luthfi Rafiq Rabbani  
H0812105**

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pada tanggal : 5 Januari 2017  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua**

**Anggota I**

**Anggota II**

**Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si.  
NIP. 196710121993021001**

**R.R. Aulia Qonita, SP., MP.  
NIP. 198211112008122002**

**Mei Tri Sundari, SP., M.Si.  
NIP. 197805032005012002**

**Surakarta, 5 Januari 2017**

**Mengetahui,  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas Pertanian  
Dekan**

**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S.  
NIP. 195602251986011001**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur Kabupaten Karanganyar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

Selama penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam bentuk apapun kepada penulis saat penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Prof. Dr. Samanhuji, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Pembimbing Akademik Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Nuning Setyowati, S.P., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si. selaku pembimbing utama dalam penelitian ini.
5. R.R. Aulia Qonita, SP., MP. selaku pembimbing akademik sekaligus pembimbing pendamping dalam penelitian ini.
6. Mei Tri Sundari, SP., M.Si. selaku dosen penguji tamu pada penelitian ini.
7. Ibu tercinta yaitu Ibu Herawati Rahayu yang tiada hentinya memberikan nasehat, doa, motivasi serta dukungan moral dan material.
8. UMKM Bakoel Sayur dan pemerintah kabupaten Karanganyar yang telah menyediakan data-data yang diperlukan penulis.
9. Bapak Andi Wibowo yang membantu dalam pencarian data primer maupun data sekunder.

10. Teman-teman Chiken attack, Syafiq, Kunta, Ikhsan, Jali, Juli, Deni, Ma'ruf, Bejo, Oyon, Joko dan Rudi yang selalu membantu dan memberi dukungan semangat.
11. Tim KKN Gemantar 2016, Siska, Yuli, Agnes, Tutus, Ika dan Endra yang memberikan dukungan semangat.
12. Teman-teman Bursa Mahasiswa
13. Teman-teman Agribisnis 2012, Senna, Ali, Aziz, Opi, Fajar Kur, Kustia, Devis, Abdul, Tia, Asis, Sandra, Nyonyah dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini dalam bentuk apapun.

Pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surakarta, Januari 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel .....	vi
Daftar Gambar.....	viii
Ringkasan.....	ix
Summary .....	xi
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Tinjauan Pustaka .....	11
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	45
D. Pembatasan Masalah .....	48
E. Konsep Pengukuran Variabel .....	48
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Desain Penelitian.....	53
B. Lokasi Penelitian .....	53
C. Teknik Penentuan Sampel .....	53
D. Sumber dan Jenis Data .....	54
E. Teknik Pengumpulan Data .....	55
F. Metode Analisis Data.....	56
<b>IV. PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Kondisi Umum Lokasi Penelitian .....	67
1. Sejarah UMKM Bakoel Sayur .....	67
2. Lokasi UMKM Bakoel Sayur .....	67
3. Tujuan UMKM Bakoel Sayur .....	68
4. Proses Produksi .....	69
B. Hasil dan Pembahasan.....	72
1. Analisis Pendapatan Usaha UMKM Bakoel Sayur.....	72
2. Analisis Lingkungan Pemasaran .....	79
3. Perumusan Strategi .....	96
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>115</b>
A. Kesimpulan .....	115
B. Saran.....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Produk Domestik Bruto (PDB) Pertanian Tahun 2010-2014 dalam Milyar Rp.....	2
Tabel 2.	Matriks SWOT ( <i>Strenght-Weakness-Opportunity-Treaths Matrikx</i> ) Kuantitatif.....	39
Tabel 3.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	58
Tabel 4.	Matrks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	60
Tabel 5.	Penentuan Titik Koordinat X SWOT Model Pearce dan Robinson.....	61
Tabel 6.	Penentuan Titik Koordinat Y SWOT Model Pearce dan Robinson.....	61
Tabel 7.	Model Analisis Matriks SWOT.....	64
Tabel 8.	Matriks QSP .....	65
Tabel 9.	Penerimaan Usaha Sayuran Hidroponik UMKM Bakoel Sayur Dari Hasil Penjualan Kepada Distributor Bulan Juli 2016.....	73
Tabel 10.	Penerimaan Usaha Sayuran Hidroponik UMKM Bakoel Sayur Dari Hasil Penjualan Kepada Konsumen langsung Bulan Juli 2016.....	74
Tabel 11.	Total Penerimaan Usaha Sayuran Hidroponk UMKM Bakoel Sayur pada Bulan Juli Tahun 2016 .....	74
Tabel 12.	Biaya Penyusutan Alat Usaha UMKM Bakoel Sayur Bulan Juli Tahun 2016 .....	76
Tabel 13.	Biaya Tenaga Kerja UMKM Bakoel Sayur Bulan Juli Tahun 2016.....	77
Tabel 14.	Biaya Tetap UMKM Bakoel Sayur pada Bulan Juli Tahun 2016.....	78
Tabel 15.	Biaya Variabel UMKM Bakoel Sayur Bulan Juli Tahun 2016.....	78
Tabel 16.	Total Biaya Usaha UMKM Bakoel Sayur pada Bulan Juli Tahun 2016.....	79
Tabel 17.	Pendapatan UMKM Bakoel Sayur pada Bulan Juli Tahun 2016.....	80
Tabel 18.	Analisis Faktor Internal pada UMKM Bakoel Sayur.....	84
Tabel 19.	Analisis Faktor Eksternal pada UMKM Bakoel Sayur .....	94
Tabel 20.	Matriks IFE Pemasaran Sayuran Hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur .....	99
Tabel 21.	Matriks EFE Pemasaran Sayuran Hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur .....	101
Tabel 22.	Koordinat Titik X Dari SWOT Model Pearce dan Robinson Pemasaran sayuran hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur .....	103
Tabel 23.	Koordinat Titik Y Dari SWOT Model Pearce dan Robinson Pemasaran Sayuran Hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur .....	104

Tabel 24.	Matriks SWOT Pendekatan Kualitatif Pemasaran Sayuran Hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur .....	108
Tabel 25.	Matriks QSP Pemasaran UMKM Bakoel Sayur. ....	113

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Analisis Perumusan Strategi .....	36
Gambar 2. Kuadran SWOT .....	40
Gambar 3. Gambar Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	47
Gambar 4. Diagram SWOT.....	62
Gambar 5. Tempat penyemaian benih sayuran hidroponik di UMKM Bakoel sayur.....	70
Gambar 6. Tempat pembesaran sayuran hidroponik di UMKM Bakoel Sayur .....	70
Gambar 7. Sayuran hidroponik dari UMKM Bakoel Sayur di Superindo .....	72
Gambar 8. Saluran Distribusi UMKM Bakoel Sayur .....	83
Gambar 9. Instalasi hidroponik yang di gunakan di tempat penjualan.....	86
Gambar 10. Sayuran Hidroponik dari Crispy Farm .....	92
Gambar 11. Posisi UMKM Bakoel Sayur.....	105



## RINGKASAN

Luthfi Rafiq Rabbani. H0812105. 2012. “*Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur Kabupaten Karanganyar*”. Dibimbing oleh Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si dan Raden Rara Aulia Qonita, SP., MP. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tanaman hortikultura merupakan hasil dari sub sektor tanaman bahan makanan. Hortikultura terbagi atas 4 bagian yaitu sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman obat. Sayur-sayuran merupakan salah satu komoditi pertanian yang penting dan terus ditingkatkan produksinya baik untuk memenuhi konsumsi dalam negeri maupun luar negeri. Sayuran hidroponik merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak dikembangkan di Indonesia. Teknologi hidroponik memiliki banyak keunggulan seperti gizi yang tinggi dan produk yang sehat, namun konsekuensinya usaha sayuran hidroponik membutuhkan biaya yang tinggi dalam produksinya. Harga sayuran hidroponik memiliki harga yang tinggi dibandingkan harga sayuran petani konvensional yang sejenis dan sayuran hidroponik memiliki permintaan yang fluktuatif. Hal tersebut mendorong peneliti untuk menganalisis pendapatan dan alternatif strategi pemasaran sayuran hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur Kabupaten Karanganyar.

Metode dasar penelitian adalah deskriptif analisis. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja yaitu di UMKM Bakoel Sayur Kabupaten Karanganyar. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah (1) Analisis, Biaya, Penerimaan dan Pendapatan untuk mengetahui pendapatan usaha sayuran hidroponik dalam satu bulan, (2) *Internal Factor Evaluation (IFE)* untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan utama, (3) *External Factor Evaluation (EFE)* untuk mengetahui peluang dan ancaman utama, (4) Analisis SWOT untuk mengetahui alternatif strategi yang baik untuk diterapkan, (5) QSPM untuk mengetahui prioritas strategi yang baik untuk diterapkan dalam pemasaran sayuran hidroponik pada UMKM Bakoel Sayur.

Hasil penelitian menunjukkan penerimaan dari hasil penjualan sayuran hidroponik selama bulan Juli tahun 2016 sebesar Rp 21.750.000,00. Biaya Total Pengeluaran sebesar Rp 10.634.500,00. Pendapatan UMKM Bakoel Sayur pada bulan Juli tahun 2016 sebesar Rp 11.115.500,00. *Internal Factor Evaluation (IFE)* menunjukkan kekuatan yang dimiliki adalah berpengalaman dalam bidang hidroponik, sayuran tetap segar karena dipasarkan dengan instalasi hidroponik, sayuran lebih tahan lama, bebas pestisida, jarak dekat dengan pelanggan, promosi beragam dan menarik dan kelemahan yang dimiliki adalah produksi tidak stabil, kualitas sayuran tidak konsisten, promosi melalui internet kurang aktif, harga yang tinggi, perbedaan harga yang mencolok antara pengecer, segmen pasar terbatas, kurang fokus memilih target pasar. *External Factor Evaluation (EFE)* menunjukkan peluang yang ada adalah bahan baku selalu tersedia, keinginan konsumen akan produk bermutu, permintaan konsumen tinggi, target pasar masih bisa diperluas dan

ancaman yang ada adalah kontribusi pemerintah masih minim, produk hanya terbatas tiga macam sayuran, pesaing yang lebih baik, harga pesaing yang lebih rendah. Analisis SWOT menghasilkan alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu meningkatkan kualitas produk, meningkatkan promosi, meningkatkan kuantitas serta menambah jenis sayuran dan pengembangan dan perluasan pasar. QSPM menghasilkan prioritas strategi yang baik untuk diterapkan adalah meningkatkan kuantitas dan menambah jenis sayuran.

## SUMMARY

Luthfi Rafiq Rabbani. H0812105. 2012. **"Business and Marketing Analysis Strategy of Hydroponics Vegetables Marketing at UMKM Bakoel Sayur Karanganyar.** Supervised by Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si and Raden Rara Aulia Qonita, SP., MP. Faculty of Agriculture, Sebelas Maret University Surakarta.

Horticultural crops is a result of the food crops of sub-sector. Horticulture is divided into four parts, namely vegetables, fruits, ornamental plants, and medicinal plants. Vegetables is one of the important agricultural commodities and continually improved its production to meet the consumption in *domestic sector* and abroad. Vegetables hydroponics horticulture is one commodity that has developing in Indonesia. Hydroponic technology has many advantages such as high nutritional and healthy products, but it's has the consequences of hydroponic vegetable business requires a high cost in production. The prices of vegetables hydroponically has a price higher than the price of similar conventional vegetable farmers and hydroponic vegetables have fluctuating demand. It encourages researchers to analyze income and alternative marketing strategy at UMKM Bakoel Sayur Kabupaten Karanganyar.

The basic method of research is descriptive analysis. Determining the location of the research is done on purpose, namely in UMKM Bakoel Sayuran Karanganyar. The data used are primary and secondary data. Analysis of the data were used: (1) Analysis, Cost and Revenue to determine revenue vegetables hydroponically in a month, (2) Internal Factor Evaluation (IFE) to know about the major of strengths and weaknesses, (3) External Factor Evaluation (EFE) to know of the main opportunities and threats, (4) a SWOT Analysis for alternative to know of good strategy to be implemented, (5) QSPM to determine the priority of a good strategy to be applied in hydroponic vegetable marketing in UMKM Bakoel Sayur Karanganyar.

The results showed revenues from the sale of hydroponic vegetables during the month of July 2016 amounted to US \$ 21,750,000.00. Cost Total Expenditure amounted to USD 10,634,500.00. Revenue UMKM Bakoel Sayur Karanganyar, in July 2016 amounted to USD 11,115,500.00. Internal Factor Evaluation (IFE) showed the power that is experienced in the field of hydroponics, vegetables stay fresh because it is marketed with the installation of hydroponics, vegetables are more durable, pesticide-free, close proximity to customers, the promotion of diverse and interesting and weaknesses is the production of unstable, inconsistent quality vegetables, promotion via internet is less active, the high price, the price difference is

striking between retailers, limited market segment, focus less on choosing a target market. External Factor Evaluation (EFE) shows the opportunities that exist are the raw material is always available, consumers' desire quality products, consumer demand is high, the target market can still be expanded and the existing threat is the government's contribution is still minimal, the product is limited, it's cause there are three kinds of vegetables, competitors better, lower priced competitors. SWOT Analysis generate alternative strategies that can be applied is to improve product quality, enhance the promotion, improve and increase the quantity of vegetables and development and market expansion. QSPM produce good strategic priorities to be implemented is to increase the quantity and add to vegetables.