

Margin Pemasaran Rantai Pasok Sayuran Kangkung di Griya Hijau Hidroponik

Marketing Margin of Water Spinach Supply Chain at Griya Hijau Hydroponics

Fauzan Emeraldi Rena Muharam*, Nur Syamsiyah

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung Sumedang KM 21, Jatinangor 45363

*Email: fauzan20001@mail.unpad.ac.id

(Diterima 24-07-2024; Disetujui 24-10-2024)

ABSTRAK

Pertanian adalah sektor penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia, dengan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2022 sebesar 12,40%. Hortikultura, termasuk sayuran, berperan dalam peningkatan gizi masyarakat dan sebagai sumber peningkatan ekonomi produsen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis margin pemasaran sayuran kangkung di Griya Hijau Hidroponik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin pemasaran yang diterima oleh Griya Hijau Hidroponik berbeda-beda tergantung pada saluran pemasarannya. Pada saluran pemasaran I, margin yang diterima adalah Rp1.675 per kilogram dari penjualan kepada restoran. Pada saluran pemasaran II, margin yang diterima adalah Rp25.190 per kilogram dari penjualan kepada supermarket. Pada saluran pemasaran III, margin yang diterima adalah Rp8.600 per kilogram dari penjualan langsung kepada konsumen. Ini menunjukkan bahwa pemilihan saluran pemasaran sangat memengaruhi keuntungan yang diperoleh.

Kata kunci: Margin Pemasaran, Rantai Pasok, Kangkung Hidroponik

ABSTRACT

Agriculture is a crucial sector for the livelihood of the Indonesian population, contributing significantly to the Gross Domestic Product (GDP) with a contribution of 12.40% in 2022. Horticulture, including vegetables, plays a role in improving community nutrition and serves as a source of economic enhancement for producers. This research aims to analyze the marketing margin of kangkung vegetables at Griya Hijau Hydroponics. The results show that the marketing margin received by Griya Hijau Hydroponics varies depending on the marketing channel. In Marketing Channel I, the margin received is Rp 1,675 per kilogram from sales to restaurants. In Marketing Channel II, the margin received is Rp 25,190 per kilogram from sales to supermarkets. In Marketing Channel III, the margin received is Rp 8,600 per kilogram from direct sales to consumers. This indicates that the choice of marketing channel greatly affects the profits obtained.

Keywords: Marketing Margin, Supply Chain, Hydroponic Water Spinach

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang sangat penting bagi keberlangsungan kehidupan masyarakat Indonesia. Sektor pertanian berperan cukup strategis dan penting antara lain sebagai penyedia bahan pangan, pembuka lapangan kerja, pemasok bahan baku industri, dan sebagai sumber devisa negara. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku cukup besar di tahun 2022 sekitar 12,40 persen. Pada tahun 2022, diperkirakan distribusi PDB sektor pertanian sebesar 12,40 persen atau berada pada urutan ketiga setelah sektor industri pengolahan dan perdagangan reparasi (Badan Pusat Statistik, 2023).

Tabel 1. Permintaan Terhadap Sayuran Griya Hijau Hidroponik (Kg)

Komoditas	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Kangkung	273	252,6	222	470	607
Selada	90,5	150,5	118	113	57

Sumber: Griya Hijau Hidroponik, 2023

Permintaan sayuran Griya Hijau Hidroponik bersumber dari konsumen akhir serta mitra Griya Hijau Hidroponik yaitu Restoran Wong Solo yang merupakan restoran di Kota Bandung. Permintaan terhadap kangkung sangat tinggi pada Bulan November, namun pada bulan lainnya mengalami

fluktuatif. Produksi yang kurang maksimal karena mengandalkan sayuran mitra petani yang belum dipanen, jadwal penanaman kurang maksimal, serta produk yang tidak memenuhi standar. Keadaan seperti ini membuat Griya Hijau Hidroponik perlu memperkuat kegiatan rantai pasok terhadap sayuran kangkung, dikarenakan permintaan sayuran kangkung yang sebenarnya tinggi namun tidak dapat terpenuhi karena persediaan sayur tidak mencukupi.

Tabel 2. Produksi Sayuran Griya Hijau Hijau Hidroponik (Kg)

Komoditas	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Kangkung	50,5	72	181	469,5	127,5
Selada	90	130	50	30	55

Sumber: Griya Hijau Hidroponik, 2023

Produksi sayuran kangkung hidroponik di Griya Hijau Hidroponik belum dapat memenuhi volume permintaan pasar dikarenakan hasil produksi Griya Hijau Hidroponik masih mengalami fluktuasi meskipun Griya Hijau Hidroponik sudah melakukan kemitraan dengan petani – petani. Griya Hijau Hidroponik juga belum melakukan analisis margin pemasaran dimana analisis efisiensi ini bertujuan untuk mengidentifikasi komponen biaya dalam proses pemasaran.

Melihat kondisi perkembangan usaha budidaya sayuran kangkung hidroponik di Griya Hijau Hidroponik, analisis margin pemasaran pada rantai pasok menjadi landasan yang strategis untuk mengidentifikasi peluang pengembangan, mengatasi tantangan, serta meningkatkan daya saing dalam industri pertanian modern. Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada analisis margin pemasaran pada rantai pasok tersebut guna memberikan kontribusi positif bagi perkembangan berkelanjutan sektor hidroponik dan pertanian di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah margin pemasaran pada rantai pasok kangkung hidroponik. Tempat penelitian pada penelitian ini yaitu Griya Hijau Hidroponik yang berlokasi di Jl. Tongkeng No. 46, Kel. Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Griya Hijau Hidroponik menjadi tempat penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa Griya Hijau Hidroponik merupakan salah satu produsen sayuran kangkung yang menerapkan sistem budidaya dengan hidroponik dan produknya dapat bersaing pada pasar sayuran hidroponik.

Desain penelitian yang digunakan yaitu desain penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2016), desain penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna pada suatu individu atau kelompok terkait permasalahan sosial atau permasalahan individu.

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus pada Griya Hijau Hidroponik. Menurut Creswell (2016), metode studi kasus adalah pendekatan kualitatif untuk mempelajari dan mengkaji secara lebih dalam terhadap suatu peristiwa, kegiatan, proses, program atau satu atau lebih individu. Pengumpulan informasi oleh peneliti dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan terperinci yang mengharuskan peneliti menggunakan berbagai metode atau teknik pengumpulan data, hal ini karena terbatasnya waktu dan aktivitas dalam kasus yang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian studi literatur seperti dokumen, buku, artikel, majalah, dan berita, dan penelitian lapangan dengan melakukan observasi langsung pada objek penelitian guna memperoleh data primer wawancara. Rancangan analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis marjin pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Marjin Pemasaran pada Masing-masing Saluran Pemasaran Kangkung

Tabel 1. Marjin Pemasaran Saluran Pemasaran I

Uraian	Harga (Rp/kg)
Mitra Petani	
Biaya Produksi	6.994
Biaya Pengemasan	120
Biaya Pengangkutan	50
Harga Jual	11.000
Keuntungan	3.836

Griya Hijau Hidroponik	
Biaya Pengemasan	-
Biaya Pengangkutan	50
Biaya Risiko	275
Harga Beli	11.000
Harga Jual	13.000
Keuntungan	1.675
Restoran	
Biaya Produksi	4.094
Harga Jual	133.300
Keuntungan	117.394

Sumber: Data Primer 2024

Tabel 1 menunjukkan besarnya marjin pemasaran yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I, Griya Hijau Hidroponik menjual kangkung kepada restoran dengan harga Rp13.000 per kilogram setelah membeli dari mitra petani dengan harga Rp11.000 per kilogram. Marjin yang diterima Griya Hijau Hidroponik pada saluran ini adalah Rp1.675 per kilogram.

Tabel 2. Marjin Pemasaran Saluran Pemasaran II

Uraian	Harga (Rp/kg)
Mitra Petani	
Biaya Produksi	6.994
Biaya Pengemasan	120
Biaya Pengangkutan	50
Harga Jual	11.000
Keuntungan	3.836
Griya Hijau Hidroponik	
Biaya Pengemasan	50
Biaya Pengangkutan	50
Biaya Risiko	550
Harga beli	11.000
Harga jual	36.840
Keuntungan	25.190
Supermarket	
Harga Jual	54.000
Harga Beli	36.840
Keuntungan	17.160

Sumber: Data Primer 2024

Tabel 2 menunjukkan besarnya marjin pemasaran yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran pada saluran pemasaran II, Griya Hijau Hidroponik menjual kangkung kepada supermarket dengan harga Rp36.840 per kilogram setelah membeli dari mitra petani dengan harga Rp11.000 per kilogram. Marjin yang diterima Griya Hijau Hidroponik pada saluran ini adalah Rp25.190 per kilogram.

Tabel 3. Marjin Pemasaran Saluran Pemasaran III

Uraian	Harga (Rp/kg)
Mitra Petani	
Biaya Produksi	6.994
Biaya Pengemasan	120
Biaya Pengangkutan	50
Harga Jual	11.000
Keuntungan	3.836
Griya Hijau Hidroponik	
Biaya Pengemasan	50
Biaya Pengangkutan	50
Biaya Risiko	300
Harga beli	11.000
Harga jual	20.000
Keuntungan	8.600

Konsumen	
Harga Beli	20.000

Sumber: Data Primer 2024

Tabel 3 menunjukkan besarnya margin pemasaran yang diterima oleh masing – masing lembaga pemasaran pada pemasaran III, Griya Hijau hidroponik menjual kangkung langsung kepada konsumen dengan harga Rp. 20.000 per kilogram setelah membeli dari mitra petani dengan harga Rp. 11.000 per kilogram. Margin yang diterima Griya Hijau Hidroponik pada saluran ini Rp. 8600 per kilogram.

Dapat disimpulkan bahwa margin yang diterima oleh Griya Hijau Hidroponik bervariasi tergantung pada saluran pemasarannya. Margin terendah diterima dari saluran pemasaran I sebesar Rp. 1.950 per kilogram, sementara margin tertinggi diterima dari penjualan ke supermarket sebesar Rp. 25.740 per kilogram.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan margin pemasaran yang diterima oleh Griya Hijau Hidroponik berbeda-beda tergantung pada saluran pemasarannya. Pada saluran pemasaran I, margin yang diterima adalah Rp1.675 per kilogram dari penjualan kepada restoran. Pada saluran pemasaran II, margin yang diterima adalah Rp25.190 per kilogram dari penjualan kepada supermarket. Pada saluran pemasaran III, margin yang diterima adalah Rp8.600 per kilogram dari penjualan langsung kepada konsumen. Ini menunjukkan bahwa pemilihan saluran pemasaran sangat memengaruhi keuntungan yang diperoleh.

Saran dari penulis adalah diharapkan Griya Hijau Hidroponik dapat mengoptimalkan dan memperluas kemitraan dengan supermarket. Griya Hijau Hidroponik dapat mencari lebih banyak supermarket untuk menjual produknya dan menawarkan diskon untuk menarik pembelian dalam jumlah besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R. W. (2014). Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). IPB Press.
- ARBI, Muhammad; Thirtawati; Junaidi, Yulian (2018). Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuwasin. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, [S.l.], v. 11, n. 1, p. 22-32, ISSN 2356-2382.
- Azhari, M. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Sayur Hidroponik Jenis Selada Di Desa Sidoharjo Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan. *Oryza - Jurnal Agribisnis Dan Pertanian Berkelanjutan*, 4(1), 37-46. Retrieved from <https://ojs.ejournalunigoro.com/index.php/oryza/article/view/508>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Produksi Tanaman Sayuran 2022. <https://www.bps.go.id/>.
- Baladina, N., Anindita, R., & Putri, A. R. (2015). Analisis Efisiensi Pemasaran Durian Di Desa Wonoagung, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang. *HABITAT*, 22(1), <https://habitat.ub.ac.id/index.php/habitat/article/view/162>
- Creswell J. W. (2016). Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif dan campuran. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dewati. (2023). Efisiensi Dan Saluran Pemasaran Sayuran Di Komunitas Hidroponik Soloraya. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(2), 1260-1271.
- Deviyanto. A. (2022). Fluktuasi Harga Dan Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Sepanjang Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Universitas Jember.
- Dewantara. (2023). Analisis Efisiensi Pemasaran Asparagus. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(4).
- Furqon, Chairul. (2014). Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis*, vol. 3, no. 2, hal. 111- 112.

- Guritno, A. D dan Harsasi, M. (2014): Pengantar manajemen rantai pasok, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Hafidz, R. (2023). Mitigasi Risiko Pada Rantai Pasok Selada *Baby Romaine* di PT Momenta. Skripsi. Jatinangor: Universitas Padjadjaran.
- Khaswarina, S., Kusumawaty, Y. and Eliza, E. (2019) “Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar) di Kabupaten Kampar”, *Unri Conference Series: Agriculture and Food Security*, 1, pp. 88-97. doi: 10.31258/unricsagr.1a12.
- Lubis, A. S. N., Harahap, G., & Lubis, M. M. (2021). Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Sayuran Hidroponik di KUTP Hidrotani Sejahtera Desa Suka Maju Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Agriuma*, 3(1), 9–19.
- Megawati, R. (2016). Efisiensi Jaringan Daging Sapi. Penebar Swadaya. Bogor.
- Putri, Apriyani Eka. (2017). *Pengaruh Metode Elektrolisis Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Hidroponik Kangkung*. Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung.
- Ridhawardani, A. (2016). Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong. Skripsi. Jatinangor: Universitas Padjadjaran.
- Situmorang dan Lutfi M. (2014). Untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Medan: USU Press.
- Widianingsih, W. (2015). Kontribusi Sektor Pertanian Pada Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jawa Barat. *Agro Ekonomi*. 26(2). Zakiyah, P, N. (2022). Analisis Rantai Pasok Sayuran Pakcoy Dengan Sistem Budidaya Ramah Lingkungan di Tani Kota Kota Bandung. Skripsi. Jatinangor: Universitas Padjadjaran.