

## ABSTRAK

**ASEP SAHLAN SALAPUDIN. 2024.** Analisis Saluran Pemasaran Selada Hidroponik (Studi Kasus pada Kelompok Tani Arurang Farm di Desa Sukasetia Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis). Dibawah bimbingan **Hj. Dini Rochdiani dan Saepul Aziz.**

Saluran pemasaran memiliki peranan penting dalam keberhasilan pemasaran. Saluran pemasaran dan bagian harga (*Farmer's share*) menjadi salah satu faktor yang menentukan keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Saluran pemasaran yang ada pada Kelompok Tani Arurang Farm ; (2) Biaya pemasaran, keuntungan, dan margin pemasaran selada hidroponik ; (3) *Farmer's Share* yang diterima Kelompok Tani Arurang Farm. Jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus yang penentuan lokasinya dilakukan secara sengaja (*Purposive*) pada Kelompok Tani Arurang Farm di Desa Sukasetia Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis dengan pertimbangan bahwa Kelompok Tani Arurang Farm merupakan satu-satunya Kelompok Tani yang mengusahakan komoditas selada dengan sistem hidroponik. Sampel lembaga pemasaran diambil dengan cara *Snowball sampling*. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Terdapat dua saluran pemasaran selada hidroponik pada Kelompok Tani Arurang Farm yaitu: ~~Kelompok Tani~~  $\text{Kelompok Tani} \rightleftarrows \text{Pedagang Pengecer} \rightleftarrows \text{Konsumen}$
2. Harga jual selada pada pola pemasaran I sebesar Rp 20.000 dengan margin pemasran 0. pada pola pemasaran II untuk pedagang pengecer I harga beli Rp 15.000/Kg, margin Rp 10.000/Kg, biaya pemasaran Rp 4.400/Kg dan harga jual Rp 25.000/Kg dengan keuntungan Rp 5.600/Kg. dan pada pedagang II harga beli Rp 16.000/Kg, biaya pemasaran Rp.1.300, margin Rp 9.000/Kg dan harga jual Rp 25.000/Kg dengan keuntungan Rp 7.700/Kg.
3. *Farmer's share* yang diterima pada pola pemasaran I 100 persen dan pada pola pemasaran II yaitu pada pedang I 60% dan pedagang II 64%.

**Kata kunci :** Arurang Farm, Pemasaran, Selada Hidroponik

## ABSTRACT

**ASEP SAHLAN SALAPUDIN. 2024.** *Hydroponic Lettuce Marketing Channel Analisis (Case Study on Farmers Arurang Farm in the forest district of Ciamis Cihaurbeuti). Under the guidance of Hj. Dini Rochdiani and Saepul Aziz.*

*Marketing channels have an important role in marketing success. Marketing channels and price share (farmer's share) are one of the factors that determine business sustainability. This study aims to determine: (1) Existing marketing channels in the Arurang Farm farmer group ; (2) Marketing costs, profits and margins for hydroponic lettuce ; (3) farmer's share received by the Arurang Farm farmer group. The type of research used was descriptive qualitative with a case study approach in which the location was determined deliberately at the Arurang Farm farmers in Sukasetia village district Ciamis Cihaurbeuti, taking into account that the Arurang Farm farmer group is the only farmer group that cultivates lettuce commodities using a hydroponic system. Marketing agency samples were taken using snowball sampling. The analysis used was descriptive analysis, marketing cost analysis, marketing margin, marketing profit and farmer's share. Research results show that:*

1. *There is two marketing channels for hydroponic lettuce in the farmers Arurang Farm that this:*  
*Farmers  $\rightleftarrows$  Consumer*  
*Farmers  $\rightleftarrows$  Retailers  $\rightleftarrows$  Consumer*
2. *The selling price of lettuce in marketing pattern I is IDR 20.000/Kg with marketing margin of IDR 0. In marketing pattern II for retailers I the buying price is IDR 15.000/Kg, margin IDR 10.000/Kg, marketing costs IDR 4.400 and selling price IDR 25.000/Kg with a profit of IDR 5600/Kg and at retailers II the buying price IDR 16.000/Kg, marketing costs IDR 1.300/Kg, margin IDR 9000/Kg and selling price IDR 25.000/kg with a profit of IDR 7.700/Kg*
3. *Farmer's share received from the zero level marketing pattern is 100% and from the one level pattern to trader I is 60% and trader II is 64%*

**Keyword:** *Arurang Farm, Hydroponic Lettuce, Marketing*