**USULAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**BUDIDAYA DAN PEMASARAN PAKCOY *(Brassica Rapa L)***

**DENGAN MEDIA TANAM NFT PADA PERUSAHAAN ASWANA HIDROPONIK**



**Oleh :**

**Fandi Bayu Anggoro Sakti**

**NIM A0A019024**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET**

**DAN TEKNOLOGI**

**TINGGI UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**PURWOKERTO**

**2021**

**USULAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**BUDIDAYA DAN PEMASARAN PAKCOY *(Brassica Rapa L)***

**DENGAN MEDIA TANAM NFT PADA PERUSAHAAN ASWANA HIDROPONIK**

****

**Oleh :**

**Fandi Bayu Anggoro Sakti**

**NIM A0A019024**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Melaksanakan Praktik Kerja Lapangan** **pada Pendidikan Diploma Tiga Fakultas Pertanian**

**Universitas Jenderal Soedirman**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET**

**DAN TEKNOLOGI**

**TINGGI UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**PURWOKERTO**

**2021**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**BUDIDAYA DAN PEMASARAN PAKCOY *(Brassica Rapa L)***

**DENGAN MEDIA TANAM NFT PADA PERUSAHAAN ASWANA HIDROPONIK**

**Oleh:**

**Fandi Bayu Anggoro Sakti**

**NIM A0A019024**

**Diterima dan disetujui**

**Tanggal:………………**

|  |  |
| --- | --- |
| **Koordinator,** |  |
| **Program Studi D3 Agrobisnis** | **Pembimbing** |
|  |  |
| **Ir. Bambang Sumanto, M.Sc** | **Dr. Ir. Dyah Ethika N., M.P.** |
| **NIP 19590307 198601 1 001** | **NIP 19570220 198503 2 002** |

|  |
| --- |
| **Mengetahui** |
| **Dekan Fakultas Pertanian**  **Universitas Jnederal Soedirman** |
|  |
| **Dr. Ir. Anisur Rosyad, M.S.** |
| **NIP 19581027 198511 1 001** |

# PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun Laporan Tugas Akhir dengan judul “Budidaya dan Pemasaran Tanaman Pakcoy (*Brassoca Rapa Subps*) Dengan Media Tanam Nft Pada Perusahaan Aswana Hidroponik”.

Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedriman yang telah memberikan izin untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
2. Koordinator Program Studi Diploma Tiga Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman yang telah memberikan izin melaksanakan Praktik Kerja Lapangan,
3. Dr. Ir. Dyah Ethika N., M.P. Selaku pembimbing Praktik Kerja Lapangan yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
4. Pihak Aswana Hidroponik yang telah memberikan izin untuk melakukan Praktik Kerja Lapngan dan telah memberikan informasi mengenai Budidaya dan Pemasaran Pakcoy (*Brassoca Rapa Subps*).
5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendukung baik secara moral maupun materil serta senantiasa memberikan doa dan motivasi.
6. Teman-teman Program Studi Diploma Tiga Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman.

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna . Penulis berharap semoga usulan ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Purwokerto, Desember 2021

Penulis

**DAFTAR ISI**

[PRAKATA iv](#_Toc91795974)

[I. PENDAHULUAN 1](#_Toc91795975)

[A. Latar Belakang 1](#_Toc91795976)

[B. Tujuan 3](#_Toc91795977)

[C. Manfaat 3](#_Toc91795978)

[II. TINJAUAN PUSTAKA 4](#_Toc91795979)

[A. Tanaman Pakcoy (*Brassica Rapa L*) 4](#_Toc91795980)

[B. Hidroponik 4](#_Toc91795981)

[C. Pemasaran 6](#_Toc91795982)

[D. Nutrient Films Technique (NFT) 8](#_Toc91795983)

[E. Analisis Margin Pemasaran 10](#_Toc91795984)

[F. Budidaya Tanaman 11](#_Toc91795985)

[III. METODE PRAKTIK KERJA LAPANGAN 12](#_Toc91795986)

[A. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan 12](#_Toc91795987)

[B. Materi Praktik Kerja Lapangan 12](#_Toc91795988)

[C. Metode Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan 12](#_Toc91795989)

[D. Metode Analisis 13](#_Toc91795990)

[DAFTAR PUSTAKA 15](#_Toc91795991)

# I. PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Kebutuhan pangan untuk negara berkembang semakin meningkat seiring meningkatnya populasi penduduk dalam skala global. Apabila dibandingkan secara nyata, masyarakat kota trennya lebih terlihat mengkonsumsi makanan yang sehat, sehingga gaya hidup sehat warga kota lebih dominan dibandingkan dengan tingkat konsumtif masyarakat desa. Menurut (Nurhayati, 2016) Meningkatya pendapatan petani harus dibarengi dengan kegiatan operasional melalui pemasaran yang tepat, hal ini guna menunjang kebutuhan pasar tentang hasil produksi petanian yang terus meningkat akan kebutuhan hasil pertanian yang memiliki komoditas yang bernilai jual serta tingkat produksi yang tinggi. Penerimaan petani sangat ditunjang oleh keberhasilannya dalam mengendalikan pasar melalui strategi pemasaran yang efektif. Apabila pemasaran tidak efisien, maka kecil juga pendapatan petani dari selisih harga yang dibayarkan konsumen (Philip, 2002). Saluran pemasaran dan margin sangat diperlukan guna mendeskripsikan nilai besaran keuntungan para petani sayuran hidroponik sawi pakcoy dengan sistem Hidroponik.

Hidroponik merupakan salah satu sistem pertanian masa depan karena dapat diusahakan di berbagai tempat, baik di desa, di kota, di lahan terbuka, atau di atas apartemen sekalipun. Luas tanah yang sempit, kondisi tanah kritis, hama dan penyakit yang tak terkendali, keterbatasan jumlah air irigasi, musim yang tidak menentu, dan mutu yang tidak seragam bisa ditanggulangi dengan sistem hidroponik. Hidroponik dapat diusahakan sepanjang tahun tanpa mengenal musim. Oleh karena itu, harga jual panennya tidak khawatir akan jatuh. Pemeliharaan tanaman hidroponik pun lebih mudah karena tempat budidayanya relatif bersih, media tanamnya steril, tanaman terlindung dari terpaan hujan, serangan hama dan penyakit relatif kecil, serta tanaman lebih sehat dan produktivitas lebih tinggi (Hartus, 2008).

NFT merupakan model budidaya hidroponik dengan meletakkan akar tanaman pada lapisan air yang dangkal. Air tersebut tersirkulasi dan mengandung nutrisi sesuai kebutuhan tanaman. Perakaran bisa berkembang di dalam larutan nutrisi. Karena di sekeliling perakaran terdapat selapis larutan nutrisi, maka sistem ini dikenal dengan nama nutrient film technique (NFT) (Lingga, 2011).

Pemasaran adalah proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen atau dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah semua 4 kegiatan usaha yang berkaitan dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen (Mursid, 2003). Secara umum pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam pemasaran ini, barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan, dan guna waktu melalui proses penyimpanan (Sudiyono, Pemasaran Pertanian, 2004). Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan (Putri, 2017).

Aswana Hidroponik adalah perusahaan yang begerak di bidang tanaman Hidroponik yang berlokasi di Purwokerto, dan membudidayakan seperti tanaman, Kangkung, Pakcoy, Mint, dan Selada. Kami bekerja sama dengan distribusi pemasaran pada mitra bisnis lokal daerah maupun luar daerah, dan menciptakan hasil yang berkualitas tinggi.

Alasan penulis memilih perusahaan Aswana Hidroponik sebagai tempat kerja lapangan dikarenakan distribusi pemasaran yang jelas, baik daerah purwokerto itu sendiri, maupun luar kota lainya dan juga sistem hidroponiknya yang sudah menggunakan teknologi modern. Sehingga hal tersebut sangat sesuai dengan minat dan judul yang diambil oleh penulis, yang mana nantinya bisa dijadikan pengalaman serta motivasi bagi penulis untuk membuka usaha yang mampu menggandeng para petani dan pengusaha lokal untuk bersama-sama membangun dan meningkatkan produk pertanian lokal hingga seluruh dunia.

## B. Tujuan

Tujuan yang diharapkan dari Praktik Kerja Lapangan di Perusahaan Aswana Hidroponik Purwokerto yaitu :

1. Mengetahui secara langsung profil perusahaan Aswana Hidroponik
2. Mengetahui dan mempelajari Saluran Pemasaran tanaman Pakcoy pada perusahaan Aswana Hidroponik
3. Mengetahui strategi saluran pemasaran apa yang dilakukan pada perusahaan Aswana Hidroponik

## C. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari Praktik Kerja Lapangan di perusahaan Aswana Hirdoponik Purwokerto yaitu :

1. Menambah pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman saluran pemasaran Pakcoy di perusahaan Aswana Hidroponik
2. Mengetahui hasil dari saluran pemasaran dan aspek finansial pemasaran tanaman pakcoy di perusahaan Aswana Hidroponik
3. Memperoleh gambaran secara langsung mengenai saluran pemasaran tanaman pakcoy di perusahaan Aswana Hidroponik

# II. TINJAUAN PUSTAKA

## Tanaman Pakcoy (*Brassica Rapa L*)

Pakcoy merupakan tanaman dari keluarga Cruciferae yang masih berada dalam satu genus dengan sawi putih/petsai dan sawi hijau/caisim. Pakcoy merupakan salah satu varietas dari tanaman sawi yang dimanfaatkan daunnya sebagai sayuran. Pakcoy berasal dari benua Asia yaitu dari Tiongkok dan Asia Timur. Klasifikasi tanaman pakcoy adalah sebagai berikut (Haryanto, W., T. Suhartini, dan E. Rahayu, 2007) :

Kingdom : Plantae

Divisi : Magnoliophyta

Kelas : Magnoliopsida

Ordo : Rhoeadales (Brassicales)

Famili : Brassicaceae

Genus : Brassica

Spesies : Brassica chinensis L.

Sawi pakcoy merupakan sayuran yang sangat diminati masyarakat dari anak-anak sampai orang tua, karena sawi pakcoy banyak mengandung protein, lemak, karbohidrat, Ca, P, Fe, vitamin A, B, C, E dan K yang sangat baik untuk kesehatan (Haryanto dkk., 2007). Kandungan gizi dalam sawi pakcoy sangat baik terutama untuk ibu hamil karena dapat menghindarkan dari anemia. Selain itu sawi pakcoy dapat menangkal hipertensi, penyakit jantung, dan mengurangi resiko berbagai jenis kanker (Pracaya & Kartika, J. K, 2016).

## Hidroponik

Hidroponik (hydroponics) berasal dari bahasa Yunani, yaitu hydro yang berarti air dan ponos yang artinya daya. Hidroponik juga dikenal sebagai soilless culture atau budidaya tanaman tanpa tanah. Jadi hidroponik adalah suatu metode bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah, melainkan dengan menggunakan larutan mineral bernutrisi atau bahan lainnya yang mengandung unsur hara seperti sabut kelapa, serat mineral, pasir, pecahan batu bata, serbuk kayu, dan lain-lain sebagai pengganti media tanah. Tanaman hidroponik bisa dilakukan secara kecil- kecilan di rumah sebagai suatu hobi ataupun secara besar-besaran dengan tujuan komersial (Said, 2006).

Menurut (Lingga, 2011), kepekatan pupuk organik cair dalam sejumlah air yang dilarutkan harus tepat sesuai kebutuhan tanaman. Jika kepekatan larutan nutrisi rendah akan mengakibatkan efektivitas pupuk menjadi berkurang, sedangkan jika berlebihan mengakibat tanaman menjadi layu bahkan mati. Larutan yang pekat tidak dapat diserap oleh akar secara maksimal hal ini dikarenakan oleh tekanan osmosis sel lebih kecil dibandingkan tekanan osmose di luar sel akibat dari aliran balik cairan dari sel – sel tanaman (plasmolisis) (Wijayani dan Widodo, 2005). Tanaman yang masih kecil, pengaturan EC (Electrical Conductivity) berkisar antara 1-1,5. Namun, setelah menjelang berbunga atau berbuah, EC bisa ditingkatkan sampai 2,5-4. Pada umumnya nilai EC lebih dari 4 akan menimbulkan toksisitas atau keracunan pada tanaman (Untung, 2004).

Selain EC, pH juga menentukan tingkat keberhasilan dari budidaya hidroponik. Umumnya untuk derajat keasaman (pH) suatu larutan pupuk dalam budidaya hidroponik berkisar antara 5,5-6,5 atau bersifat asam. Kisaran tersebut memiliki daya larut unsur-unsur hara makro dan mikro yang baik. Apabila nilai pH kurang dari 5,5 atau lebih dari 6,5 maka daya larut unsur hara tidak sempurna lagi bahkan, unsur hara mulai mengendap sehingga tidak bisa diserap oleh akar tanaman. pH yang lebih dari 6,5 menyebabkan kondisi larutan menjadi basa yang akhirnya mengendapkan larutan sehingga tidak dapat dimanfaatkan lagi oleh tanaman. Hal ini disebabkan oleh unsur Mn yang menggantikan unsur Fe di dalam selimut EDTA yang menyelubungi Fe. Akibatnya Fe bergerak bebas di dalam larutan sehingga membentuk ferro fosfat yang mengendap sehingga Fe tidak dapat diserap oleh akar tanaman (Sutiyoso, 2003).

## Pemasaran

Pemasaran merupakan interaksi antara produsen dan konsumen dalam menciptakan pertukaran barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kegiatan pemasaran harus berorientasi pada konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginannya sehingga perlu adanya strategi produk yang harus dilakukan perusahaan. Bagi perusahaaan, kegiatan pemasaran memberikan keuntungan yang dimulai dari identifikasi kebutuhan konsumen, menentukan produk, menentukan harga, mendistribusikan produk dan mempromosikan produknya (Parker, 2004).

Menurut (Kotler dan Amstrong, 2008) konsep bauran pemasaran produk mengenai konsep 4P (Product, Price, Promotion dan Place), model bauran pemasaran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Produk (Product)

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk 10 adalah sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merek, kemasan, garansi dan layanan.

1. Harga (Price)

Harga sebagai salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat, sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian dan penjualan suatu perusahaan. Harga merupakan alat ukur yang dinyatakan dalam bentuk uang untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang atau jasa. Tujuan ditetapkan harga pada sebuah produk adalah untuk mencapai hal-hal sebagai berikut:

1. Mendapatkan posisi pasar

Misalnya penggunaan harga rendah untuk mendapatkan penjualan dan konsumen.

1. Mencapai kinerja keuangan

Harga dipilih untuk membantu pencapaian tujuan keuangan, jika harga yang terlalu tinggi mungkin atau tidak dapat diterima oleh para pembeli

1. Menentukan posisi produk

Harga dapat digunakan untuk mengingatkan citra produk, mempromosikan kegunaan produk, menciptakan kesadaran, dan tujuan penentuan posisi lainnya.

1. Mempengaruhi persaingan

Manajemen untuk menghambat para pesaing agar tidak dapat masuk kepasar atau tidak melakukan pemotongan harga

1. Tempat (Place)

Tempat disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen. Tempat memilih saluran distribusi hal yang perlu dipertimbangkan adalah pasar, produk, perantara dan perusahaan.

1. Promosi (Promotion)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan. Promosi selain mempunyai manfaat dalam memperkenalkan produk baru, juga penting dalam hal mempertahankan selera konsumen untuk tetap mengkonsumsi produk yang sudah ada.

Salah satu tujuan menetapkan strategi pemasaran adalah agar perusahaan dapat memilih konsumen dan pasar yang hendak dimasuki. Unsur utama dalam strategi adalah perusahaan, konsumen, produk/jasa, dan pesaing. Untuk menghadapi persaingan, perusahaan perlu membangun keuntungan bersaing yang sustainable. Sustainable yang dimaksud adalah kelebihan sementara yang dimiliki perusahaan jika dibandingkan pesaing, dimana kelebihan itu dapat diraih dengan berbagai cara, misalnya promosi penjualan yang unik (Malhotra, 2003).

Promosi menjadi salah satu kegiatan yang penting dalam pemasaran. Sehingga, hal tersebut yang membuat pemasaraan beralih dari pemasaran secara konvensional menjadi pemasaran digital (digital marketing). Pemasaran digital merupakan sebuah kegiatan pemasaran yang dapat membuat pelaku usaha menginformasikan, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen tentang produk dan jasa yang ditawarkan melalui media digital, salah satunya yaitu media sosial (Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S, 2018).

Media sosial di Indonesia menjadi salah satu situs yang dapat dimanfaatkan pengguna internet sebagai tempat jual-beli online. Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang dimanfaatkan oleh pengguna internet di Indonesia untuk berkomunikasi antara satu sama lain. Saat ini media sosial Instagram mulai diminati untuk usaha e-commerce pada komoditas sayuran. Adanya pandemi Covid 19 saat ini, membuat pelaku usaha memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Sehingga tidak hanya pemasaran melalui offline store tetapi dapat dengan pemasaran secara online. Selain itu digital marketing dapat memudahkan produsen untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, serta dapat mudah untuk memperoleh informasi mengenai produk hanya dengan memanfaatkan media sosial yang (Purwana, 2017).

## Nutrient Films Technique (NFT)

Sistem Nutrient Film Technique (NFT) merupakan teknik hidroponik dengan mengalirkan nutrisi dengan tinggi ± 3 mm pada perakaran tanaman. Sistem ini dapat dirakit menggunakan talang air atau pipa PVC dan pompa listrik untuk membantu sirkulasi nutrisi. Faktor penting pada sistem ini terletak pada kemiringan pipa PVC dan kecepatan nutrisi mengalir (Hendra, H. A., Andoko, A, 2014). Penggunaan sistem NFT akan mempermudah pengendalian perakaran tanaman dan kebutuhan tanaman terpenuhi dengan cukup (Hendra, H. A., Andoko, A, 2014).

Salah satu teknik hidroponik yang dapat digunakan yaitu teknologi hidroponik sistem NFT (Nutrient Films Technique). Model budidaya dengan mengguankan sistem hidrooponik NFT yaitu dengan meletakkan perakaran tanaman pada lapisan air yang tipis. Air yang mengandung nutrisi akan mensirkulasikan alirannya sesuai dengan kebutuhan tanaman, sehingga perakaran dapat berkembang di dalma larutan nutrisi karena di sekeliling perakaran terdapat larutan nutrisi yang tipis, sehingga sistem ini dikenal dengan nama nutrient film techniques (NFT) (Lingga, 2011). Saat ini salah satu tumbuhan hortikultura yang banyak dibudida ya di Indonesia yaitu pakcoy. Pakcoy (Brassica rapa L.) termasuk dalam golongan tanaman sawi yang mudah di dapat dengan harga yang ekonomis. Tanaman pakcoy memiliki banyak kandungan yang dibutuhkan tubuh dan bermanfaat bagi kesehatan karena mengandung banyak vitamin, mineral, dan serat (Sarido & Junia, 2017) Kebutuhan pacoy terus meningkat seiring dengan tingginya permintaan akan sayuran pakcoy. Berdasarkan data dari BPS Jatim 2014 terkait tingginya permintaan akan sayur – sayuran dan buah - buahan di Jawa Timur yaitu berkisar 178,5 gr/hari/individu, jumlah tersebut terus meningkat setiap tahunnya, yaitu pada tahun 2016 terjadi peningkatan menjadi 191,3 gr/hari/individu

Sistem hidroponik NFT dapat diandalkan untuk produksi tanaman skala besar. Nutrisi pada sistem ini selalu mengalir sehingga seluruh netpot yang ada di dalam rangkaian mendapat nutrisi yang cukup. Sistem hidroponik NFT harus dirangkai dengan benar sehingga nutrisi dapat tersirkulasi dengan baik. Kelemahan dari sistem hidroponik NFT ini antara lain, ketersediaan dan pemeliharaan perangkat hidroponik agak sulit dan modal awal yang relatif lebih besar (Herwibowo, K., Budiana, N. S., 2014). Selain itu membutuhkan lahan yang cukup besar dan bergantung pada ketersediaan listrik.

## Analisis Margin Pemasaran

Margin Pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat petani sabagai produsen dan harga ditingkat konsumen. Margin pemasaran menyangkut semua biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran mulai dari petani dan pedagang besar dalam proses pemasaran. (Sudiyono, Pemasaran Pertanian, 2001), menjelaskan bahwa margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga pada tingkat produsen atau harga beli serta pada tingkat konsumen akhir atau harga jual.

Komponen pada marjin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh oleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya marjin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keutungan yang diterima oleh lembaga pemasaran (Manggopa, 2013).

Pada kegiatan pemasaran berbagai produk pertanian dari produsen hingga sampai ke konsumen akan melalui banyak perantara. Saluran atau rantai tersebut biasa disebut dengan rantai pemasaran. Rantai pemasaran ini terdiri dari beberapa pedagang perantara yang akan membentuk mata rantai pemasaran. Semakin tinggi rantai pemasaran akan menyebabkan marjin pemasaran yang semakin tinggi juga, akibatnya harga di tingkat konsumen juga akan lebih tinggi. Pada dasarnya marjin pemasaran merupakan jumlah biaya pemasaran dan keuntungan pedagang perantara dengan rumus yaitu :

M = Ci + 𝜋𝑖

Dimana :

Ci = Pedagang perantara i = 1,2,3, n

𝜋 = Keuntungan

Namun dapat rumus dan pernyataan tersebut dapat juga diringkas menjadi rumus sebagai berikut (Pearce dan Robinson ,2011 ) :

MP = Pr – Pf

Dimana :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga ditingkat konsumen Pf = Harga ditingkat produsen

## Budidaya Tanaman

Budidaya tanaman terkhsus hidroponik harus memperhatikan nutrisi yang digunakan dalam pertumbuhan tanaman. Penggunaan nutrisi dapat berasal dari nutrisi organik dan kimia. Nutrisi yang digunkan pada umunya dalam sistem hidroponik adalah AB mix, sedangkan nutrisi organik dapat bersal dari pupuk organik carir. Menurut (Wananto, 2017) kandugan unsur hara daun paitan N total 4.02, P 0.59%, K 3.96%. Sehingga dapat dimanfaatkan debagai nutrisi hidroponik sesuai dengan penelitian Asnawi (2014) penggunaan pupuk cair dari paitan dapat meningkatkan kan tinggi tanaman,luas daun,berat segar tanaman dan berat yang dikonsumsi pada tanaman sawi hijau. Kandungan unsur hara daun lamotoro diantaranya N 2-4.3%, P 0.2-0.4 5, K 1.3-4% (Sutanto, 2002) sesuai dengan Roidi (2016) pemberian pupuk organik cair daun lamtoro berpengaruh terhdapat pertumbuhan jumlah daun, berat basah, dan berat kering tanaman pakcoy. Selain itu Menurut (Moji, 2018) kandungan daun kelor meliputi N 2.46%, P 0,22 %, K 1.13% dapat dimanfaatkan sebagai nutrisi hidroponik Menurut Suhastyo (2019) dengan pemberian mol daun kelor mampu meningkatkan tinggi tanaman pada tanaman sawi panggoda.

# III. METODE PRAKTIK KERJA LAPANGAN

## Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

1. Tempat

Praktik Kerja Lapangan akan dilaksanakan di Perusahaan Aswana Hidroponik Gg. VI No. 5B, Kalibakal, Berkoh, Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

1. Waktu

Praktik Kerja Lapangan akan dilaksanakan selama 60 hari kerja yaitu bulan febuari sampai dengan bulan april 2021, setelah usulan disetujui pembimbing.

## Materi Praktik Kerja Lapangan

Materi yang akan dikaji dalam Praktik Kerja Lapangan ini adalah mengenai Saluran Pemasaran Pakcoy Dengan Media Tanam Nft di Perusahaan Aswana Hidroponik

## Metode Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Metode Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di Aswana Hidroponik yaitu metode partisipasi aktif. Pelaksanaan kegiatan dengan metode ini yaitu dengan melibatkan diri secara langsung pada seluruh kegiatan yang ada di Aswana Hidroponik. Melalui metode ini akan dihasilkan data dan informasi dari kegiatan pengamatan dan obervasi secara langsung. Pengumpulan data juga ditunjang dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Aswana Hidroponik melalui penjelasan atau wawancara kepada pembimbing lapangan serta tenaga kerja yang ada tentang gambaran umum perusahaan, proses pembibitan hingga pemasaran. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari luar kegiatan Praktik Kerja Lapangan memalui observasi dari jurnal, buku, arsip, data statistic maupun sumber lain yang berhubungan dengan materi yang akan dikaji.

## Metode Analisis

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarakan data yang diperoleh dari hasil Praktik Kerja Lapangan. Analisis deskriptif digunakan untuk menganaliusis data yang diperoleh mengenai keadaan umum perusaan serta kegiatan saluran pemasaran pakcoy dengan media tanam nft di Perusahaan Aswana Hidroponik Purwokerto.

1. Analisis Usahatani
2. Analisis biaya

TC = TFC + TVC

1. Analisis penerimaan

TR = P x Q

1. Analisis keuntungan

II = TR – TC

1. Analisis kelayakan usaha
2. R/C *Ratio* = TR/TC
3. Jika R/C *Ratio* > 1, maka usaha dikatakan mengutungkan dan layak untuk dilanjutkan.
4. Jika R/C *Ratio* < 1, maka usaha dikatakan tidak mengungtungkan dan tidak layak untuk dilanjutkan.
5. Jika R/C *Ratio* = 1, maka usaha dikatakan impas (tidak untung dan tidak rugi).
6. Analisis Titik Impas atau *Break Even Point* (BEP)
7. BEP dalam kuantitas produksi (dalam unit)

BEP unit =

1. BEP dalam kuantitas penerimaan (dalam rupiah)

BEP (Rp) =

1. BEP dalam kuantitas harga (dalam Rp/Kg)

BEP =

# DAFTAR PUSTAKA

Hartus, T. (2008). *Berkebun Hidroponik Secara Murah.* Jakarta: Edisi IX. Penerbit Penebar Swadaya.

Haryanto, W., T. Suhartini, dan E. Rahayu. (2007). *Teknik Penanaman Sawi dan Pakcoy.* Jakarta: Penebar Swadaya.

Hendra, H. A., Andoko, A. (2014). *Bertanam sayuran hidroponik ala paktani hydrofarm.* Jakarta: AgroMedia Pustaka.

Herwibowo, K., Budiana, N. S. (2014). *Hidroponik sayuran untuk hobi dan bisnis.* Jakarta: Penebar Swadaya.

Husnan, S & Suswarsono. (2000). *Studi Kelayakan Proyek.* Yogyakarta: Ed.3 UPP AMP YKPN.

Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta: Jilid 1 dan 2 Edisi 12 Erlangga.

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts.* Jurnal Manajemen Komunikasi, 3(1), 18–33.

Lingga, P. (2011). *Hidroponik Bercocok Tanam Tanpa Tanah.* Jakarta: Cetakan XXXII.Penerbit Penebar Swadaya.

Manggopa, C. J. (2013). *Efisiensi Pemasaran Nanas di Desa Lobong.* Gorontalo.: Skripsi. Fakultas Pertanian,Universitas Negeri Gorontalo.

Moji, Y. A. (2018). Effect of Moring Leaves, Poultry Manure and NPK Fertilizers on Growth and Yield of Maize (Zea Mays) in Ilorin,Southern Guinea Savannah of Nigeria. *Global Jaournal of Science Frontier Research*, 18 (2).

Mursid, M. (2003). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Bumi Aksara.

Nurhayati, N. E. (2016). *Sustainable Life Style Masyarakat Perkotaan (Studi Tentang Gaya Hidup Berkelanjutan Masyarakat Perkotaan di Riau).* Riau: Sorot, 11(2), 75. Retrieved from https://doi.org/10.31258/sorot.11.2.3885

Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2 (Diterjemahkan Oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli).* Jakarta: PT. Prenhalindo.

Pracaya & Kartika, J. K. (2016). *Bertanam 8 Sayuran Organik.* Jakarta: Penebar Swadaya.

Purwana, D. R. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.

Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran.* Bali: Universitas Udayana.

Said, A. (2006). *Budidaya Mentimun Dan Tanaman Musim Secara Hidroponik.* Jakarta: Azka Press.

Sarido & Junia. (2017). Uji Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Pakcoy (Brassica rapa L.) dengan Pemberian Pupuk Organik Cair Pada System Hidroponik. *Jurnal Agrifor*, 16(1): 65-74.

Shinta, A. (2011). *Ilmu Usahatani.* Malang: Universitas Brawijaya Press.

Sigit, S. (2002.). *Analisa Break Even Ancangan Linier Secara Ringkas dan Pasti.* Yogyakarta.: Edisi 3. BPFE.

Soekartawi. (2006). *Analisis Usahatani.* Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Sudiyono, A. (2001). *Pemasaran Pertanian.* Malang: UMM Press.

Sudiyono, A. (2004). *Pemasaran Pertanian.* Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Sutanto, R. (2002). *Penerapan Pertanian Organik.* Yogyakarta: Kanisius.

Sutiyoso, Y. (2003). *Meramu Pupuk Hidroponik.* Jakarta: Penebar Swadaya.

Wananto, A. (2017). *Produktivitas Pakcoy (Brassica rapa L) Dapat Ditingkatkan Dengan Pemberian Pupuk Kandang Ayam Dan Aplikasi Pupuk Tithonia diversifolia (Ki pahit).* Skripsi Departemen Agronomi dan Hortikultura Fakultas Pertanian ITB.

Wijayani, A. & W. Widodo. (2005). *Usaha Meningkatkan Kualitas Beberapa Varietas Kentang Solanum tuberosum dengan Sistem Budidaya Hidroponik.* Yogyakarta: Fakultas Pertanian, Universitas Pertanian Nasional Veteran Yogyakarta.