

**ANALISIS TATANIAGA SAYURAN KANGKUNG
HIDROPONIK DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

OLEH



**DHEA RAHMADANI DESVITA ANDISON
1910222020**

**Pembimbing 1 : Hasnah,S.P.,DipAgEc.,M.Ec.,Ph.D.
Pembimbing 2 : Rian Hidayat,S.P.,M.M.**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ANALISIS TATANIAGA SAYURAN KANGKUNG HIDROPONIK DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan saluran tataniaga sayuran kangkung hidroponik di Kota Padang dan (2) menganalisis efisiensi tataniaga sayuran kangkung hidroponik di Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan panduan wawancara. Metode pengambilan sampel adalah metode sensus untuk petani sebanyak 9 orang dan *snowball* untuk pedagang sebanyak 3 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis saluran tataniaga yang terbentuk dalam proses tataniaga sayuran kangkung hidroponik di Kota Padang yaitu saluran I : petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir, saluran II : petani → pedagang pengecer → konsumen akhir, dan saluran III : petani → konsumen akhir. Margin tataniaga terbesar berada pada saluran tataniaga I dan margin tataniaga terkecil berada pada saluran tataniaga III. Bagian yang diterima petani pada pola saluran tataniaga I adalah sebesar 54,88%, saluran tataniaga II sebesar 75,45%, dan saluran tataniaga III sebesar 100%. Nilai *farmer's share* terbesar berada pada pola saluran tataniaga III. Saluran tataniaga paling efisien adalah saluran tataniaga III dimana saluran tersebut merupakan saluran tataniaga dengan nilai EP terkecil sebesar 13,14%. Selain itu, pada saluran tataniaga III ini biaya tataniaga yang dikeluarkan juga merupakan biaya tataniaga terkecil yaitu sebesar Rp3.659,20/kg.

Kata Kunci : Saluran Tataniaga, Kangkung, Margin, *Farmer's Share*, Efisiensi

MARKETING ANALYSIS OF HYDROPONICS WATER SPINACH IN PADANG CITY

Abstract

This study aims to describe the marketing channel of hydroponic water spinach in Padang City and analyze its marketing efficiency. The method used in this research is descriptive qualitative and descriptive quantitative with a survey approach. The data were collected using interviews with an interview guide. The sampling method used in this study are the census and snowball methods. The results showed three marketing channels in the hydroponic water spinach marketing process in Padang: Channel I: farmers → wholesalers → retailers → consumers, Channel II: farmers → retailers → consumers, and Channel III: farmers → consumers. The most significant marketing margin is in Channel I and the smallest is in Channel III. The farmer's share received by farmers in the Marketing Channel I, II, and III is 54.88%, 75.45% and 100% in III, respectively. The most efficient marketing channel is in Channel III, with an EP value of 13.14%. In addition, the marketing cost in Channel III is also the minor cost incurred in the marketing of hydroponic water spinach, with a value of Rp 3,659.20/kg.

Keywords: *Marketing Channel, Spinach, Margin, Farmer's Share, Efficiency*

