

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN KANGKUNG PADA CV.
KURNIA KITRI AYU FARM KECAMATAN SUKUN KOTA MALANG
JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :

**MARTA HARMINI
2016310087**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2023**

RINGKASAN

MARTA HARMINI. 2016310087. Saluran Dan Margin Pemasaran Pada Cv. Kurnia Kitri Ayu Farm Kecamatan Sukun Kota Malang Jawa Timur. Pembimbing Utama :Ana Arifatus Sa'diyah. Dosen Pembimbing Pendamping Anung Prsetyo Nugroho

Kangkung (*Ipomoea Aquatica Forsk.*) merupakan tumbuhan jenis sayuran yang ditanam untuk makanan. Banyak pasar yang menjual kangkung. Kangkung adalah tanaman yang tumbuh di seluruh Asia dan umum ditemukan di daerah basah. Kubis rawa, convolvulus air, dan kangkung adalah nama lain dari tanaman kangkung asli India ini. tersebar di beberapa lokasi. Dikenal dengan nama latinnya *Ipomoea Reptans*, kangkung termasuk tanaman yang sangat cepat pertumbuhannya yang akan membuahkan hasilnya dengan jangka 4 sampai 6 minggu dari biji yang dihasilkannya.

Tindakan dan proses menghasilkan, menyediakan, dan memperdagangkan penawaran yang mempunyai penilaian untuk customer, klien, mitra, dan publik pada umumnya disebut sebagai pemasaran. Pemasaran dimulai dengan menangani keinginan manusia sehingga berkembang menjadi keinginan. Memenuhi keinginan dan keinginan manusia berkembang menjadi ide pemasaran. dimulai dengan komoditas, harga, dan item untuk promosi. Untuk memastikan bahwa inisiatif pemasaran berhasil, pemasar ini harus memiliki pengetahuan tentang ide dan prinsip pemasaran.

Tujuan riset ialah mengkaji pola penyaluran memasarkan kangkung di CV Kurnia Ayu Farm serta margin memasarkan kangkung di lokasi tersebut. Pendekatan pengambilan sampel saturasi digunakan dalam penyelidikan ini.

Kata kunci: Pemasaran, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diantara aktivitas di mana manusia memanfaatkan sumber daya hayati untuk menghasilkan makanan, barang-barang lain seperti bahan industrial atau sumber energi, beserta guna kelola lingkungannya adalah pertanian. Meskipun cukup memadai, orang biasanya mengasosiasikan istilah “pemanfaatan sumber daya hayati” dalam pertanian dengan budidaya tanaman dan peternakan. Namun, pemanfaatan juga dapat berlaku untuk ekstraksi sumber daya hayati atau pengolahan barang canggih seperti keju dan tempe.

Dalam arti luas tidak hanya mencakup budidaya tanaman saja, tetapi juga pengelolaan dan budidaya hewan ternak, termasuk beternak hewan seperti ayam, itik, dan angsa yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan banyak orang. Tujuan pertanian adalah untuk mengembangkan lingkungan yang dapat menyediakan makanan pokok bagi manusia. Pertanian, dalam arti paling mendasar, mengacu pada pertanian. Namun, istilah ini juga banyak merujuk pada perkebunan, peternakan, kehutanan, dan perikanan.

Kangkung merupakan salah satu jenis sayuran yang diproduksi untuk dimakan (*Ipomoea Aquatica* Forsk. Kangkung merupakan tanaman yang dapat tumbuh dimana saja, terutama di dekat air, dan cukup banyak ditemukan di Asia. Kangkung yang asalnya dari India ini juga kenalnya dengan nama kubis rawa, , *convolvulus* air, dan kangkung kemudian menyebar ke beberapa wilayah. Proses menghasilkan, mendistribusikan, mengkomunikasikan, dan memperdagangkan barang dan jasa yang bernilai bagi masyarakat disebut pemasaran. Proses—dan konsep pemasaran—melibatkan pemuasan keinginan manusia dan keinginan, dimulai dengan pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman, dan pemasaran produk.

Tujuan saluran pemasaran adalah untuk memperlancar dan memperlancar perpindahan barang dari produsen ke konsumen agar sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Jaringan organisasi yang dikenal sebagai saluran pemasaran menangani semua tugas yang diperlukan untuk mentransfer kepemilikan barang dari produsen ke konsumen. Sementara produsen memainkan peran penting dalam melaksanakan berbagai operasi pemasaran, pedagang bertanggung jawab untuk mengirimkan komoditas dalam waktu, lokasi, dan format yang dipilih pelanggan. CV Kurnia Kitri berlokasi di Kota Malang Kecamatan Sukun Jawa Timur ialah badan usaha mandiri yang bergerak dalam budidaya tanaman sayuran organik yang salah satunya adalah pada tanaman kangkung, tanaman kangkung ini dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan gizi bagi masyarakat, CV. Kurnia Kitri Ayu Farm ini berdiri tahun 2006. Lokasi penelitian ini berada di Jl. Rajawali

No.10 Sukun, Kota Malang dengan ketinggian 444 M dpl. dalam Aman, mandiri, dan sesuai prinsip pengelolaan dan pengelolaan pelaku usaha pertanian organik dan teknik dengan hasil produksi tetap aman sehat “Saluran dan Margin Pemasaran Kangkung Pada CV. Kurnia Kitri Ayu Farm” sebagai tempat yang layak diteliti dalam berusaha tani tanaman kangkung.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola saluran pemasaran kangkung pada CV. Kurnia Ayu Farm?
2. Bagaimana margin pemasaran pada CV Kurnia Ayu Farm?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari riset ini ialah :

1. Untuk menganalisa pola saluran pemasaran kangkung pada CV Kurnia Ayu Farm.
2. Untuk menganalisa margin pemasaran pada sayuran kangkung pada CV Kurnia Ayu Farm.

1.4 Manfaat Penelitian

Pencapaian dari riset ini ialah :

1. Bagi Mahasiswa
Bisa memberikan tambahan wawasan dan pengalaman yang mendalam untuk berbagi ilmu dan informasi tentang proses saluran dan margin pemasaran yang terkait dengan saluran pemasaran di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm
2. Bagi Petani
Untuk menginformasikan untuk petani dalam meningkatkan cara-cara dalam saluran memasarkan sayuran kangkung serta memberikan peningkatan margin pemasaran.
3. Bagi Universitas
Dapat dijadikan informasi sumber pengetahuan bagi pembaca yang ingin memperdalam ilmu pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan.2009. Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada.Jakarta.
- Basu Swastha dan Irwan,2008. ManajemenPemasaran. Ombak: Yogyakarta
- Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko. 2004. Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Deisana, Chandra; rochdiani, dini; pardani, Cecep. 2017 saluran pemasaran Biji Kopi Robusta (Studi kasus Di Desa Kalijaya Kecamatan banjarsari kabupaten Ciamis). Universitas galuh Jawa Barat. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfohaluh/article/download/710/614>. Di akses pada 9 Maret 2021.
- Firdaus, Muhammad. 2010. Manajemen Agribisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, Yayan; Rusman, Yus; Noormansyah, Zulfikar.2017. saluran Pemasaran cabai Merah (Capsicum Annum I.) (Studi Kasus di Desa Sukamaju Kecamatan.Chiaurbeuti.kabupaten.ciamis). Diakses tanggal 9 Maret 2021.
- Indraswari,Sagung Dwiyantri; Suamba I Ketut; dewi; Ida ayu Listia. 2015. Saluran Pemasaran Belimbing Organik (Averrhoa Carambola I.) Pada Kelompok tani Sekar Sari Subak Mambal, Desa Mambal, kecamatan Abiansemal kabupaten Bandung E-Jurnal agribisnis dan Agrowisata Issn: 2301-6523 Vol.4, No.5, Desember 2015.
- Irawan, Faried Wijaya M.,M.A dan M.N Sudjon. (1996). *Pemasaran Prinsip dan kasus*.BPPEE Yogyakarta.
- Kusmiadi, Edi. 2014."Pengantar Ilmu Pertanian." Jakarta: Universitas Terbuka.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Mahalli. 2018. Kelembagaan Untuk Memberdayakan Agroindustri. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- Mulyadi. (2000). Akuntansi Biaya, Yogyakarta: Aditya Media.
- Pantjar Simatupang dan Saktyanu K. Dermoredjo, 2003, Produksi Domestik Bruto, Harga, dan Kemiskinan, Media Ekonomi dan Keuangan Indonesia, Hal. 191 - 324, Vol. 51, No.
- Purwanto.2011, Evaluasi Hasil Belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahardi, 2000. Tataniaga Pertanian.<http://sibatakranta u.blogspot.com>.Diakses pada tanggal 15 Agustus 2022.
- Saputra, Ronyanda. 2013 Analisis Pemasaran Jeruk Siam di Kabupaten karo Tesis Program Pascasarjana. Universitas gadjah Mada. Yogyakarta.

- Sunarto. 2006. Manajemen Pemasaran. Edisi 2. Adityamedia. Yogyakarta. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2014. Outlook Komoditi Cengkeh. Kementerian Pertanian. Jakarta
- Swasta, Basu. 2009. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE.
- Widiastuti, N. dan M. Harisudin. 2013. Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di kabupaten Grobogan (Online). SEPA : Vol, 9 No 2 Februari 2013 : 231-240. Di akses pada 9 Januari 2021
- Tjiptono, Fandi. 2009. Strategi Pemasaran, Edisi kedua, Cetakan ketujuh. Jakarta.
- Widiastuti, N. dan M. Harisudin. 2013. Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di kabupaten Grobogan (Online). SEPA : Vol, 9 No 2 Februari 2013 : 231-240. Di akses pada 9 Januari 2021.
- Wikipedia. 2020. Pertanian dan Perkebunan Di Indonesia. https://id.wikipedia.org/wiki/Pertanian_dan_perkebunan_di_Indonesia#:~:text=Indonesia%20adalah%20penghasil%20utama%20dari,beras%20dan%20rempah%20Drempah%20tropis. Di akses pada 29 oktober 2020