



ISBN 978-623-6797-58-7

SAYURAN SEHAT DI PEKARANGAN

*Endah Wahyurini SP. M.Si
Dr. Humam Santosa Utomo, M. AB*



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UPN "VETERAN" YOGYAKARTA
2020

SAYURAN SEHAT DI PEKARANGAN

Penulis :

Endah Wahyurini, SP, MSi

Dr. Humam Santosa Utomo. M.AB

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

SAYURAN SEHAT DI PEKARANGAN

Endah Wahyurini, SP, MSi
Dr. Humam Santosa Utomo. M.AB

Copyright @Endah Wahyurini SP M.Si. Dr. Humam
Santosa Utomo. M.AB. 2020

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis.

Cetakan Pertama, 2020.
ISBN :

Diterbitkan oleh :
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
UPN “Veteran” Yogyakarta.
Jl SWK 104 (Lingkar Utara), Condongcatur, Yogyakarta,
55283. Telp. (0274) 486188, 486733, fax. (0274) 486400

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan karunia dan Rahmat-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan pembuatan buku ini. Buku ini disusun berdasarkan kajian pustaka dan hasil pengabdian masyarakat di Kelompok Tani Terpadu dan UKM Penjual Sayuran Organik daerah Bambanglipuro Bantul kerjasama dengan LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta.

Salah satu strategi untuk meningkatkan kecukupan, ketahanan, dan kemandirian pangan tersebut adalah melalui pemanfaatan lahan pekarangan. Bertanam sayuran di pekarangan bisa menjadi solusi pangan keluarga, apalagi sulitnya mencari sayuran yang sehat dan aman dikonsumsi, bebas dari residu bahan kimia. Selain kesegarannya karena bisa dipetik kapan saja saat dibutuhkan, tanaman sayuran pun dapat dinikmati keindahannya di pekarangan jika ditata dengan cantik. Berbagai tanaman yang dapat ditanam antara lain cabai, kangkung, bayam, sawi dan tanaman semusim lainnya.

Buku ini mengungkapkan dari aneka jenis tanaman sayuran, kandungan nutrisi, teknik budidaya tanaman,

pengolahan hasil, strategi pemasaran. Buku ini memperkaya khasanah bagi masyarakat, petani, mahasiswa dan peneliti. Selain itu menambah wawasan dan pengetahuan tentang budidaya, media tanam, pemupukan, pengendalian hama penyakit, pasca panen dan strategi pemasaran tanaman sayuran di pekarangan. Dengan diketahuinya teknik budidaya yang tepat maka petani akan terdorong menanam sayuran di pekarangan sebagai perwujudan ketahanan pangan.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta melalui dana Hibah Internal Pengabdian Masyarakat Tahun 2020, atas bantuan yang telah diberikan sehingga penulisan buku ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis sangat mengharapkan kritik, dan saran untuk perbaikan buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, September 2020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I. KEBUTUHAN DAN PRODUKSI SAYURAN	6
A. Konsumsi dan produksi sayuran	7
B. Komponen aktif dan manfaat sayuran	9
C. Model penanaman sayuran di pekarangan	12
BAB II. TANAMAN SAYURAN	21
A. Jenis Tanaman Sayuran	21
B. Syarat Tumbuh Sayuran	27
C. Kriteria Sayuran Sehat	30
BAB III. TEKNIK BUDIDAYA SAYURAN	35
A. Persemaian	35
B. Penanaman	36
C. Pemeliharaan Tanaman	37
D. Panen dan Pengolahan Hasil	38
BAB IV. STRATEGI PEMASARAN SAYURAN	40
A. Pengertian Pemasaran	40
B. Strategi Pemasaran	48
C. Analisis Ekonomi	53
DAFTAR PUSTAKA	59

BAB I

KEBUTUHAN DAN PRODUKSI SAYURAN

Bertanam sayuran di pekarangan rumah sangat dimungkinkan, meski dengan lahan terbatas. Bagi para pecinta tanaman, pasti menanam sayur di pekarangan rumah merupakan salah satu kebahagiaan. Tanaman sayuran selain memiliki nilai estetika yang tinggi karena bentuknya yang indah, juga akan memberikan keuntungan bagi Anda, terutama pada masa-masa panen. Ketika panen, maka sayuran tersebut bisa konsumsi sendiri ataupun dijual.

Mungkin selama ini Anda hanya membudidayakan tanaman sayur secara konvensional dimana menanam tanaman sayur pada lahan yang tersedia di pekarangan rumah. Ternyata ada banyak cara bertanam sayur di rumah yang unik, yaitu bertanam dengan menggunakan botol bekas, polybag, bambu, gedebog pisang, atau bisa ditanam secara vertikal. Banyak jenis sayuran yang mudah ditanam di pekarangan dengan warna bervariasi, mengandung nutrisi dan vitamin yang baik bagi kesehatan.

A. Konsumsi dan Produksi Sayuran

Menurut Badan Pusat Statistik 2019 menyatakan bahwa konsumsi dan produksi sayuran meliputi penggolongan jenis sayuran tersebut. Adapun penggolongan jenis sayuran yang didata BPS berdasarkan kriteria di bawah ini :

Tanaman sayuran dan buah-buahan semusim

- a. Tanaman sayuran semusim adalah tanaman sumber vitamin, garam mineral dan lain-lain yang dikonsumsi dari bagian tanaman yang berupa daun, bunga, buah dan umbinya, yang berumur kurang dari satu tahun.
- b. Tanaman buah-buahan semusim adalah tanaman sumber vitamin, garam mineral dan lain-lain yang dikonsumsi dari bagian tanaman yang berupa buah, berumur kurang dari satu tahun, tidak berbentuk pohon/rumpun tetapi menjalar dan berbatang lunak.

Tanaman buah-buahan dan sayuran tahunan

- a. Tanaman buah-buahan tahunan adalah tanaman sumber vitamin, garam mineral dan lain-lain yang

dikonsumsi dari bagian tanaman yang berupa buah dan merupakan tanaman tahunan.

- b. Tanaman sayuran tahunan adalah tanaman sumber vitamin, garam mineral dan lain-lain yang dikonsumsi dari bagian tanaman yang berupa daun dan atau buah yang berumur lebih dari satu tahun.

Produksi adalah hasil menurut bentuk produk dari setiap tanaman sayuran, buah-buahan, biofarmaka dan tanaman hias yang diambil berdasarkan luas yang dipanen pada bulan/triwulan laporan.

Konsumsi buah dan sayur penduduk Indonesia menunjukkan tren menurun sejak lima tahun terakhir (2012-2016). Hanya 43% penduduk Indonesia yang mengonsumsi buah dan sayur sesuai rekomendasi.. Perkiraan harga buah dan sayur utama berbeda menurut wilayah dan kuintil pendapatan. Hal ini berkaitan dengan rantai distribusi dan mutu pangan.

Demikian pula dengan publikasi terkini Badan Pusat Statistik yang menunjukkan adanya penurunan konsumsi sayuran dan buah-buahan masyarakat Indonesia. Hal ini tentunya akan menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah untuk meningkatkan edukasi kepada

masyarakat mengenai pentingnya mengonsumsi buah-buahan dan sayuran.

Selain itu, pengetahuan masyarakat untuk mengonsumsi sayuran dan buah-buahan juga masih sangat terbatas, seperti sayuran terbanyak masih didominasi bayam, kakung, dan kol, sedangkan untuk buah-buahan paling banyak masih pisang.

Konsumsi buah dan sayuran masyarakat Indonesia baru 180 gram sehari menurut data Southeast Asian Food and Agriculture Science and Technology (SEAFAST) Center Institut Pertanian Bogor (IPB) 2017.

Jumlah tersebut lebih kecil dari rekomendasi WHO yaitu 400 gram per hari dengan rincian, 250 gram sayur dan 150 gram buah.

B. Komponen Aktif dan Manfaat Sayuran

Secara garis besar komponen kimia buah dan sayur terdiri dari: air, karbohidrat, protein, vitamin dan mineral, serta sedikit lipid. Buah dan sayur mengandung air yang cukup tinggi, berkisar antara 80 – 90%. Karbohidrat dalam bentuk fruktosa dan glukosa banyak dijumpai pada kelompok buah, sedangkan pati dijumpai

pada sayuran yang berasal dari umbi. Buah dan sayur mengandung protein dan asam amino yang relatif cukup rendah sehingga tidak diposisikan sebagai sumber protein bagi manusia. Beberapa jenis buah seperti alpukat mengandung lipid yang cukup tinggi. Umumnya buah dan sayur dijadikan sebagai sumber vitamin dan mineral (Wills *et al.*, 1989; Aked, 2000).

Selain dari cara pengelompokan di atas, komponen kimia penting dalam pada buah dan sayur adalah pigmen sebagai komponen pembentuk warna, asam-asam organik bersama-sama dengan karbohidrat sebagai komponen pembentuk cita rasa serta aroma buah dan sayur. Komponen penting lainnya adalah komponen pembentuk dinding sel, seperti protopektin, sellulosa, hemisellulosa dan lignin, yang secara khusus berhubungan dengan struktur buah dan sayur. Selain sebagai komponen yang berkontribusi terhadap kesehatan konsumen, komponen kimia tersebut juga berpengaruh langsung dengan karakteristik mutu produk seperti penampilan. Mutu segar produk buah dan sayur segar selalu diasosiasikan dengan kondisi produk yang tegar dan tidak lembek. Komponen kimia pembentuk

dinding sel bertanggungjawab atas ketegaran buah dan sayur segar. Dengan demikian, kondisi penanganan serta metoda pengolahan yang mengharuskan ketegaran produk mempertimbangkan hal tersebut. Pengolahan juga harus dilakukan sedemikian rupa dengan tujuan meminimalkan kerusakan zat nutrisi produk buah dan sayur, serta tidak mendorong dan menimbulkan reaksi fisik, kimia maupun biokimia yang dapat berdampak merugikan terhadap atribut mutu

Vitamin dan mineral banyak reaksi di dalam tubuh membutuhkan vitamin, sehingga kekurangan atau kelebihan vitamin dapat mengganggu reaksi-reaksi tersebut. Karena vitamin tidak dapat disintesis oleh tubuh maka vitamin harus diasup setiap hari. Khusus vitamin B dan vitamin C yang bersifat tidak larut air, kelebihan asupan keduanya terlarut dalam air dan turut dikeluarkan dari tubuh sehingga harus dikonsumsi setiap hari untuk memenuhi kebutuhan harian. Vitamin A, D, E, dan K yang bersifat larut lemak, dicerna dan diserap serta disimpan dalam tubuh dengan bantuan lemak (Jones dan Beckett, 1995). Buah dan sayur sudah lama dikenal sebagai sumber vitamin C, khususnya kelompok jeruk,

nenas, tomat, sedangkan wortel dan buah dan sayur yang mengandung pigmen karotenoid dikenal sebagai sumber pro-vitamin A.

Antioksidan adalah senyawa yang dapat menghambat atau menghentikan proses oksidasi, sehingga dapat menyeimbangkan aktifitas radikal bebas. Kaur dan Kapoor (2002) menyimpulkan dalam kajiannya bahwa sifat redox yang dimiliki oleh senyawa antioksidan memungkinkannya berperan sebagai agen pereduksi, donor hidrogen, pemerangkap singlet oxygen dan pengkelat meta

C. Model Berkebun Sayuran di Pekarangan

Menanam di halaman belakang rumah dapat menjadi hobi yang menyenangkan. Selain itu, kamu tidak perlu membeli beberapa bahan pangan jika memiliki kebun sayur di pekarangan rumah. Ada beberapa tanaman sayur yang bisa kamu tanam sendiri di pekarangan rumah dengan berbagai model.

Macam model penanaman sayuran di pekarangan antara lain : hidroponik, vertikultur, menanam dalam pot / polybag, kebun sayuran di rumah dengan metode

terasering, tanaman dalam beberapa kotak besar, kombinasi pot gantung, mencampurkan beberapa jenis tanaman dalam satu lahan dan demplot pekarangan.

POLA TANAM VERTIKAL (TANAM BERSUSUN)

Pola tanam vertikal merupakan usaha pertanian dengan memanfaatkan lahan semaksimal mungkin dengan memanfaatkan potensi ketinggian, sehingga tanaman yang diusahakan per satuan luas lebih banyak. Pola ini selain menghemat tempat juga hemat dalam penggunaan pupuk dan air

- Media tanam dapat menggunakan media campuran tanah, pupuk kandang dan pasir/sekam dengan perbandingan 1:1:1 yang ditempatkan pada bak-bak tanaman (paralon, bambu, pot) yang diatur bersusun ke atas..
- Tanaman yang menginginkan keteduhan diletakkan paling bawah dan yang lebih suka panas diletakkan di atas.

TABULAPOT

Tabulapot adalah menanam tanaman buah-buahan (bisa tanaman lainnya: bunga) di dalam pot.

- Media tanam harus mampu menopang tanaman, dapat menyediakan hara, air dan aerasi yang baik (sama dengan untuk pola tanam vertikal)
- Pot yang kurang baik, akan menghasilkan tata udara yang kurang baik sehingga kurang menguntungkan untuk perkembangan akar.

HIDROPONIK

Hidroponik merupakan sayuran yang tumbuh dengan bantuan cairan yang mengandung mineral yang diperlukan agar bisa tumbuh. Sayuran hidroponik tidak membutuhkan tanah sebagai media tanam.

Dengan memakai metode ini, tanaman yang tumbuh tidak membutuhkan jaringan akar yang kompleks untuk menyerap nutrisi. Proses pertumbuhan tanaman menjadi lebih efektif karena tidak terjadi perebutan nutrisi dengan tanaman lain

Sayuran yang ditanam dengan metode hidroponik memiliki banyak kelebihan, antara lain:

1. Kualitas lebih baik

Beberapa orang mengklaim bahwa sayuran yang ditanam dengan metode hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayuran yang ditanam dengan metode

konvensional. Alasannya karena sayuran hidroponik lebih segar dan bebas pestisida serta bahan kimia.

2. Bebas pestisida

Tanaman hidroponik memakai media tanam cairan serta tidak membutuhkan tanah. Cara dan tempat penanamannya dijaga, sehingga tidak memerlukan penggunaan pestisida untuk melindunginya dari serangan hama serangga. Karena itu, sayuran hidroponik bisa dibidang termasuk tanaman organik yang tentunya sehat.

3. Bisa ditanam di mana saja

Anda bisa menempatkan tanaman hidroponik di mana saja Atau cukup menggantungnya di tembok. Hal ini membuat metode bertanam dengan hidroponik menjadi tren *urban farming* atau berkebun modern di sekitar area perkotaan.

4. Nutrisi dan lingkungan tempat tumbuh bisa dikontrol

Kelebihan selanjutnya adalah nutrisi dan lingkungan tempat tumbuh tanaman hidroponik bisa dikontrol. Ini karena konsentrasi nutrisi yang dibutuhkan tanaman dapat dengan mudah dilarutkan dalam air. Nutrisi juga dapat langsung diserap oleh tanaman dengan lebih efektif dan efisien.

5. Lebih sedikit memerlukan air

Meskipun memakai media tanam air, sistem hidroponik memerlukan air dalam jumlah yang lebih sedikit dibandingkan tanaman dengan media tanah. Tanaman pun tidak perlu sering disiram seperti halnya tanaman yang ditanam dengan metode konvensional.

6. Lebih cepat dipanen

Kelebihan selanjutnya adalah lebih cepat dipanen. Ini dikarenakan nutrisi langsung bisa diserap oleh tanaman dan tidak ada yang terbuang percuma. Sayuran bisa tumbuh lebih cepat karena lebih banyak oksigen tersedia di daerah akar.

sekitar rumah Anda

Berikut ini dua cara untuk melakukan budidaya tanaman secara hidroponik yang dapat Anda lakukan di rumah.

1. Cara menanam hidroponik secara NFT (Nutrient Film Technique)

Cara bertanam hidroponik dengan teknik NFT (*Nutrient Film Technique*) merupakan cara paling populer dan sering digunakan oleh petani hidroponik. Cara ini pada dasarnya adalah menanam akar tanaman pada bagian lapisan nutrisi yang tidak dalam dan menjaga sirkulasinya

agar tanaman tetap mendapat nutrisi, oksigen, dan air secara baik dan tercukupi. Berikut ini langkah menanam secara NFT.

- Siapkan beberapa buah pipa atau talang dan pompa.
- Buatlah lubang pada pipa sesuai dengan panjangnya. Pastikan jarak antara satu lubang dan lubang yang lainnya sama.
- Susun pipa atau talang yang dipersiapkan untuk menjadi tempat menanam tanaman.
- Siapkan penampung pada ujung pipa yang lebih rendah.
- Pasang pompa untuk mengalirkan air nutrisi agar alirannya maksimal.

2. Cara menanam hidroponik dengan system WI Cara kedua dalam menanam hidroponik adalah dengan menggunakan metode wick. Cara ini disukai karena mudah dibuat dan bahan-bahannya mudah didapatkan serta murah. Bahkan, Anda bisa menggunakan barang bekas. Anda hanya perlu mempersiapkan:

- Botol bekas air mineral.
- Alat pemotong.

- Sumbu kompor atau kain flannel.
- Alat untuk melubangi, contohnya solder atau paku.
- Air nutrisi.

Setelah bahan-bahan tersedia, berikut ini cara membuatnya.

- Potong botol bekas menjadi dua bagian.
 - Lubangi tutup botol.
 - Gabungkan kedua bagian botol. Caranya adalah dengan membalik bagian moncong botol menghadap ke bawah.
- Pasang sumbu kompor atau kain flanel pada lubang di tutup botol, dan pastikan sumbu atau kain bisa menyerap air nutrisi.
 - Tanam bibit tanaman pada bagian atas botol dengan tanah secukupnya.
 - Isi bagian botol bawah dengan air nutrisi

DEMPLOT TANAMAN SAYURAN

Demplot atau Demonstrasi Plot adalah suatu metode penyuluhan pertanian kepada petani dengan cara membuat lahan percontohan, agar petani bisa melihat dan membuktikan terhadap objek yang didemonstrasikan.

Demplot bisa berupa inovasi teknologi budidaya, varietas unggul baru, pemupukan dan lain-lain yang disesuaikan dengan demografi wilayah tersebut.



Gambar 1. Demplot sayuran organik vertikultur



Gambar 2. Demplot sayuran organik di pekarangan

BAB II.

TANAMAN SAYURAN

Sayuran adalah bagian tanaman yang dimakan dalam bentuk segar, dimasak ataupun dalam bentuk makanan olahan. yang ditanam bertujuan untuk dimanfaatkan bagian-bagiannya sebagai kebutuhan bahan makanan. Untuk itu, tanaman sayur dapat dibedakan berdasarkan bagian yang dapat dimanfaatkan untuk dikonsumsi. Pembagian jenis tanaman sayuran berdasarkan morfologi yang dapat dimanfaatkan adalah sayuran akar atau umbi, sayuran batang dan tangkai, sayuran daun, sayuran buah, dan sayuran bunga. Berikut penjelasan jenis-jenis tanaman dan bagian yang dapat dimanfaatkan.

A. JENIS TANAMAN SAYURAN

Sayuran Akar dan Umbi

Bagian paling bawah dalam tanaman sayuran yang dapat dimanfaatkan adalah akar dan umbinya yang biasanya terdapat di dalam tanah, tidak beruas dan berbuku. Sayuran jenis ini biasanya ditanam untuk dikonsumsi pada bagian akar atau umbinya.

Beberapa contoh sayuran yang dimanfaatkan akar dan umbi nya adalah wortel, lobak, kentang, radish dan bawang.



Gambar 3 : sayuran akar dan umbi

2. Sayuran Batang

Batang merupakan sumbu tanaman sebagai tempat semua organ lain bertumpu dan tumbuh. Pada bagian ini akan tumbuh bagian buku dan ruas sebagai tempat menempelnya daun dan tangkai. Daun dianggap sebagai perkembangan lanjutan dari batang untuk menjalankan fungsi yang lebih khusus.

Beberapa contoh sayuran yang dimanfaatkan batangnya adalah tebu, rebung, asparagus, kailan dll



Gambar 4 : Sayuran batang

3. Sayuran Daun dan Tangkai

Daun dapat tumbuh dari ranting dan tangkai, biasanya daun berwarna hijau karena mengandung klorofil yang berfungsi sebagai penangkap energi dari cahaya matahari untuk fotosintesis. Tanaman sayur yang diambil pada bagian daun dan tangkainya dapat dimakan langsung sebagai lalapan atau dimasak. Sayuran jenis ini biasanya ditanam di sekitar rumah selain sebagai hiasan juga dapat dikonsumsi.

Contoh sayuran yang dimanfaatkan daun atau tangkainya adalah kangkung, bayam, kemangi, selada, petsai, seledri, sawi, dll.



Gambar 5. Sayuran daun

4. Sayuran Buah

Buah merupakan perkembangan lanjutan dari bakal buah atau ovarium. Buah biasanya membungkus dan melindungi biji. Aneka rupa dan bentuk buah tidak terlepas kaitannya dengan fungsi utama buah, yaitu sebagai pemencar biji tumbuhan. Disebut sayuran buah karena tanaman ini ditanam untuk diambil buahnya.

Pada tanaman sayur buah biasanya sering dimanfaatkan untuk dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan nutrisi dan mineral tubuh manusia. Buah dari

sayuran tersebut biasanya dapat langsung dimakan atau dimasak dan ditumis, sebagai lalapan, atau campuran lauk dan sambal.

Contoh sayuran yang dimanfaatkan buahnya adalah antara lain buncis, cabai, terung, tomat, labu siam, mentimun, pare.



Gambar 6. Sayuran buah

5. Sayuran Bunga

Bunga atau disebut juga kembang merupakan alat reproduksi pada tumbuhan berbunga magnoliophyta dan angiospermae, (tumbuhan berbiji tertutup). Didalam bunga terdapat benang sari dan putik. Pada tanaman sayur berbunga yang sering dimanfaatkan untuk disayur dan dimakan adalah bunga nya.

Contoh sayuran yang dimanfaatkan bunganya adalah bunga turi, brokoli, kobis bunga, tebu telur dan bunga kol.



Gambar 7. Sayuran bunga

6. Sayuran Biji

Sayuran biji dan kacang-kacangan memiliki kandungan minyak yang tinggi sehingga sulit dicerna jika dikonsumsi dalam jumlah banyak. Biasanya sayuran biji dapat dikonsumsi dalam bentuk dimasak atau dibakar. Jenis tanaman sayur yang dapat dimanfaatkan dari biji yang dihasilkan untuk dikonsumsi adalah kacang tanah, pete, kenari dan bunga matahari.

Sayuran biji kaya akan nutrisi, vitamin dan protein nabati yang sangat baik bagi kesehatan.



Gambar 8. Sayuran biji

B. SYARAT TUMBUH SAYURAN

Seperti sudah diketahui oleh masyarakat pada umumnya, sayuran merupakan salah satu bahan makanan yang dibutuhkan oleh tubuh. Melalui sayuran terdapat nutrisi seperti vitamin, protein, dan zat-zat mineral lain yang dapat mendukung kesehatan tubuh manusia. Oleh karena itulah, sayuran menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat, setelah nasi tentunya.

Indonesia sebagai negara tropis yang memiliki sinar matahari sepanjang tahun, memungkinkan sayuran untuk tumbuh sepanjang tahun juga. Fakta ini membuat upaya budidaya tanaman sayuran semakin hari semakin banyak berkembang. Selain karena kemungkinan tumbuhnya yang tinggi di Indonesia, sayuran juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena manfaatnya

yang tinggi. Sayuran terdiri dari beberapa jenis sayuran. Berdasarkan jenis-jenisnya tersebut, sayur-sayuran memiliki karakteristik sendiri-sendiri. Tentu untuk memudahkan serta mensukseskan upaya budidaya, penting bagi para petani untuk mengetahui benih yang ingin dibudidayakan serta teknik pembudidayaannya.

Tanaman sayuran dapat tumbuh di dataran rendah sampai dataran tinggi. Setiap tanaman sayuran memiliki syarat tumbuh yang berbeda-beda seperti uraian di bawah ini :

1. Bawang daun

Bawang daun tumbuh, di dataran rendah maupun dataran tinggi dengan ketinggian 250-1500 m dpl, di dataran rendah anakanbawang daun tidak terlalu banyak. Bawang daun menghendakicurah hujan 150-200 mm/tahun dan suhu harian 18-25°C cocok untuk pertumbuhan bawang daun. Tanaman ini menghendaki pH netral (6,5-7,5) dengan jenis tanah Andosol (bekas lahan gunung berapi) atau tanah lempung berpasir.

2. Bayam.

Bayam dapat ditanam pada hampir setiap jenis tanah dan tumbuh sepanjang tahun pada ketinggian sampai dengan 1000 mdpl. Waktu tanam bayam yang terbaik adalah pada awal musim hujan antara bulan Oktober-Nopember atau pada awal musim kemarau antara bulan Maret-April. Bayam sebaiknya ditanam pada tanah yang gembur dan cukup subur dengan kisaran pH 6-7.

3. Cabai

Cabai merah dapat dibudidayakan di dataran rendah maupun dataran tinggi, pada lahan sawah atau tegalan dengan ketinggian 0-1000 m dpl. Tanah yang baik untuk pertanaman cabai adalah yang berstruktur remah atau gembur, subur, kaya akan bahan organik, pH tanah antara 6-7. Kandungan air tanah juga perlu diperhatikan. Hal tersebut berhubungan dengan tempat tumbuh tanaman cabai (sawah atau tegalan). Tanaman cabai yang dibudidayakan di sawah sebaiknya ditanam pada akhir musim hujan, sedangkan di tegalan ditanam pada musim hujan. Pemilihan musim tanam yang tepat, diharapkan pada saat pertumbuhan tanaman,

kandungan air sawah tidak berlebihan dan di tanah tegalan masih cukup air untuk pertumbuhan cabai.

C. KRITERIA SAYURAN SEHAT

Sayuran banyak dikonsumsi orang karena kandungan vitamin, nutrisi yang diperlukan bagi kesehatan. Dalam menggunakan sayuran untuk dikonsumsi sebaiknya perlu pengetahuan untuk memilih sayuran yang sehat, higienis dan tidak rusak akibat serangan hama penyakit.

Untuk mengatasi serangan hama penyakit umumnya menggunakan pestisida hayati maupun kimiawi. Penggunaan pestisida hayati sangatlah ramah lingkungan dan aman jika sayuran tersebut langsung di makan dalam bentuk segar, namun penggunaan pestisida kimia sangat berbahaya. Berikut ini kami sajikan beberapa kriteria jenis sayuran yang sehat dan aman untuk dikonsumsi.

1. Sayuran Daun

Bagian tumbuhan yang terdapat hanya pada bagian batang. Kualitas sayuran daun yang baik adalah :

- Bagian daun utuh, tidak membusuk dan tidak berlubang bekas gigitan hama
- Bagian daun dan batang masih muda dan berwarna segar
- Bagian daun lebar dan kompak

Contoh sayuran daun : sawi, bayam, kangkung, kubis, kol, daun singkong

2. Sayuran Batang

Merupakan bagian dari tumbuhan yang terdiri dari buku dan ruas. Buku adalah tempat menempelnya daun.

Kualitas sayuran batang yang baik adalah :

- Umur batang masih muda
- Warna sayuran muda, cerah dan bersih
- Tidak ada bagian-bagian yang busuk atau digigit hama

Contoh sayuran batang : rebung, asparagus, batang seledri, kailan, adas, kecambah.

3. Sayuran Bunga

Merupakan alat perkembangbiakan generative. Kualitas sayuran bunga yang baik adalah :

- Bunga atau kembang tersusun kompak

- Warna sayuran segar
- Tidak ada bagian yang rusak / digigit hama
- Ukuran bunga besar

Contoh sayuran bunga : bunga turi, brokoli, bunga kol, bunga pisang.

4. Sayuran Buah

Hasil dari penyerbukan dan pertumbuhan yang terjadi pada organ bunga. Kualitas sayuran buah yang baik adalah

- Tingkat umur cukup (tidak terlalu muda dan tidak terlalu dewasa)
- Sayuran buah segar dan berwarna cerah
- Ukuran besar
- Tidak ada bagian buah yang rusak, busuk, atau bekas gigitan hama

Contoh sayuran buah : tomat, paprika, cabai, labu siam, mentimun, pare.

5. Sayuran Umbi

Merupakan bagian tanaman yang membengkak karena penimbunan makanan. Kualitas sayuran umbi yang baik adalah :

- Sayuran umbi sudah cukup umur dan berukuran besar
- Tidak tumbuh tunas
- Bagian luar tidak ada yang busuk, memar atau bekas gigitan hama
- Bentuknya lurus dengan diameter yang proporsional

Contoh sayuran umbi : kentang, wortel, lobak, singkong, radis, umbi bit, talas

6. Sayuran Polong

Kualitas sayuran polong yang baik adalah :

- Sayuran tidak tua, kulit buah masih lurus dan benjolan biji belum tampak
- Bentuk buah polos besar dan lurus
- Warna buah tampak segar
- Tidak ada bagian yang busuk dan bekas gigitan hama

Contoh sayuran polong : buncis, kacang panjang, kacang merah, kedelai.

7. Sayuran Umbi Lapis

Kualitas sayuran umbi lapis yang baik adalah :

- Umbi lapis sudah cukup umur
- Lapisan umbi tebal dan kompak dan tampak berukuran besar
- Tidak ada bagian yang rusak, busuk atau bekas gigitan hama

Contoh sayuran umbi lapis : bawang merah, bawang putih, bawang bombai.

8. Sayuran Jamur (Mushroom)

Kualitas sayuran jamur yang baik adalah :

- Sayuran jamur masih muda hingga cukup umur
- Bersih dan tidak ada bagian yang busuk atau rusak karena hama

Contoh sayuran jamur : jamur merang, jamur kancing, jamur tiram, jamur kuping.

BAB III.

TEKNIK BUDIDAYA SAYURAN

Sayuran terdiri dari beberapa jenis sayuran. Berdasarkan jenis-jenisnya tersebut, sayur-sayuran memiliki karakteristik sendiri-sendiri. Tentu untuk memudahkan serta mensukseskan upaya budidaya, penting bagi para petani untuk mengetahui benih yang ingin dibudidayakan serta teknik pembudidayaannya. Secara umum, teknik budidaya tanaman sayuran apapun memiliki kesamaan. Berikut ini beberapa teknik budidaya tanaman sayuran secara umum yang harus diperhatikan dan dilakukan.

A. PERSEMAIAN

Seperti tanaman-tanaman lain, dalam budidaya tanaman sayuran teknik pembibitan tentu juga diperlukan. Benih yang baik yang dipilih memiliki tanda-tanda seperti, bebas dari hama dan penyakit, memiliki daya tumbuh yang tinggi, memiliki daya kecambah sekitar 80%, dan riwayat induknya sehat serta produktif. Berdasarkan jenis tanamannya, terdapat beberapa perlakuan sebelum bibit disemai

ataupun yang langsung dapat disemai. Teknik pembibitan yang juga harus diperhatikan adalah kecukupan akan kebutuhan gizi tanaman. Di masa pembibitan, bibit membutuhkan asupan air yang cukup, pupuk yang cukup, dan pencegahan akan organism pengganggu.

Setelah melakukan pembibitan biasanya bibit harus dipindahkan ke lahan yang permanen. Lahan tersebut terlebih dahulu harus melalui berbagai proses pengolahan tanah sebagai persiapan. Proses pengolahan tanah dilakukan dengan menggemburkan tanah dan memastikan lahan telah sesuai dengan syarat-syarat tumbuh tanaman yang akan ditanam. Misalkan menyesuaikan pH dan kadar air. Dalam melakukan penggemburan, petani dapat mencangkul tanahnya secara biasa saja dan hingga merata.

B. PENANAMAN

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sebelum melakukan penanaman perlu dipastikan apakah tanaman yang akan ditanam perlu disemai atau

tidak. Jika perlu, lakukan penyemaian dan jika tidak lanjutkan ke proses penanaman. Dalam hal penanaman, yang perlu diperhatikan adalah jarak menanam. Jarak menanam yang ideal adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan tanaman untuk tumbuh.

C. PEMELIHARAAN TANAMAN

Dalam melakukan budidaya tanaman sayuran ada tiga jenis perawatan yang penting dan harus dilakukan. Perawatan yang pertama adalah dalam hal pengairan. Pengairan harus dilakukan secara teratur dan mencukupi kebutuhan sesuai jenis sayuran yang ditanam. Perawatan kedua adalah penyiangan atau pemangkasan. Pemangkasan dilakukan untuk menstimulasi tanaman sayuran untuk tetap produktif serta mengendalikan juga kemungkinan hama dan penyakit. Perawatan ketiga yang harus dilakukan adalah pemupukan. Sama seperti pada tanaman lain, pemupukan merupakan salah satu cara paling efektif untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tanaman. Pemupukan dilakukan

secara berkala sesuai jangka waktu serta dosis tertentu. Pastikan kebutuhan tanaman Anda tetap tercukupi.

D. PANEN DAN PENGOLAHAN HASIL

Setiap tanaman sayuran memiliki masa panen yang berbeda-beda setelah waktu penanamannya. Ada yang dapat dipanen setelah 30 hari dan ada pula yang baru bisa dipanen setelah beberapa bulan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui waktu ideal tanaman sayuran dapat dipanen. Selain waktu panen, hal lain yang perlu diperhatikan adalah ciri-ciri sayuran sudah siap panen. Setiap sayuran memiliki cirinya sendiri. Jika syarat waktu panen serta ciri panen telah terpenuhi, maka sayuran telah siap dipanen. Setelah dipanen, sayuran harus diperlakukan dengan tepat untuk mencegah kebusukan. Lakukanlah penggolongan jenis sayuran yang sudah panen dan simpanlah sesuai kebutuhan kelembaban dari tanaman sayuran tersebut. Dengan demikian, sayur akan tetap segar dan tetap dapat dijual dengan harga

yang tinggi. Hal-hal berupa teknik budidaya tanaman sayuran seperti sawi, kangkung dan lainnya sudah menjadi standar untuk dilakukan oleh para petani. Perlakuan berupa cara budidaya yang tepat, tentu akan mendukung keberhasilan budidaya. Semakin banyak pembudidaya sayuran, maka akan semakin mudah juga manusia untuk memenuhi kebutuhan gizi dan nutrisi tubuhnya.

BAB IV.

STRATEGI PEMASARAN SAYURAN

Dalam budidaya sayuran organik hasil produk akhir berupa sayuran segar yang akan kita jual ke konsumen perlu strategi pemasaran. Strategi pemasaran perlu kita pelajari agar produk sayuran yang akan kita jual memiliki nilai tambah ekonomis sehingga menguntungkan petani dan supplier sayuran.

A. PENGERTIAN PEMASARAN

Secara umum, pengertian pemasaran adalah suatu proses menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Secara sederhana, definisi pemasaran lebih diidentikan dengan proses pengenalan produk atau layanan kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek untuk pemasaran ini meliputi periklanan, *public relation*, promosi, distribusi, penjualan, dan pelayanan konsumen.

Pada umumnya, proses pemasaran produk atau layanan dilakukan dengan mengolaborasikan empat hal, yaitu:

- Produk (*Product*), yaitu item yang akan ditawarkan oleh suatu bisnis kepada calon konsumen.
- Harga (*Price*), yaitu berapa nilai yang dipatok oleh suatu bisnis untuk produk atau layanan yang ditawarkan.
- Tempat (*Place/ Distribution*), ini merujuk pada proses distribusi produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.
- Promosi (*Promotion*), yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi mengenai karakteristik dan manfaat produk/ layanan kepada calon konsumen.

Dalam perusahaan, profesional yang bekerja di bagian pemasaran berusaha untuk mendapatkan perhatian dari khalayak potensial melalui periklanan. Umumnya, promosi ditujukan untuk audiens tertentu dan mungkin akan melibatkan dukungan selebriti, penggunaan slogan atau frasa, kemasan atau desain grafis yang mudah diingat, dan eksposur media secara keseluruhan.

- Jadi, tujuan utama pemasaran adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan. Di perusahaan atau bisnis, *marketing executives* harus mampu melihat banyak aspek dalam beriklan, termasuk juga memprediksi *lifespan* sebuah produk atau layanan.
- **Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli**
Agar lebih memahami apa yang dimaksud dengan pemasaran, kita bisa merujuk pada pendapat beberapa ahli berikut ini:

1. John Westwood

Menurut John Westwood, pengertian pemasaran adalah sebuah usaha terpadu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan atau laba kepada perusahaan.

2. Tung Dasem Waringin

Menurut Tung Desem Waringin, pengertian pemasaran adalah media untuk mengkomunikasikan sebuah nilai tambah yang lebih tinggi.

3. Philip Kotler

Menurut Kotler, pengertian pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh

perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menukarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain.

4. Jay Abraham

Menurut Jay Abraham, pengertian pemasaran adalah sebuah media untuk mencapai kesuksesan dengan cara memberikan pelayanan paling baik kepada konsumen.

5. William J. Stanton

Menurut William J. Stanton, definisi pemasaran adalah sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, mendistribusikannya, dan bisa memuaskan konsumen.

6. Joe F. Hair dan Carl McDaniel

Menurut Hair dan Mc. Daniel, pengertian pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan konsumen dan tercapainya tujuan organisasi.

7. Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko

Menurut Basu Swastha Dharmamesta dan Hani Handoko, pengertian pemasaran adalah proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, penetapan banderol harga barang dan jasa tersebut, hingga proses promosi maupun pendistribusiannya, dimana keseluruhan proses pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan maupun memperoleh laba.

Ternyata pengertian pemasaran tidak hanya terbatas pada pengenalan produk saja, pembagiannya juga sangat luas dan efeknya juga Seperti contohnya berjualan produk sayuran organik. Tentu dengan memakai strategi sosmed misalnya bermain endorse di Instagram akan menghasilkan jumlah yang berbeda dibanding hanya memasang iklan di jalan.

Ketika targetnya adalah ibu rumah tangga, agaknya Instagram menjadi tepat untuk ibu muda, remaja, karena itu, agar penggunaan dana untung marketing jadi lebih efektif, agaknya sangat baik mengenali jenis-jenis marketing yang berkembang sekarang.

Adapun beberapa jenis pemasaran adalah sebagai berikut:

1. *Word of Mouth Marketing*

Pengertian marketing jenis ini adalah calon konsumen mendapatkan informasi produk dari customer lain. WOMM atau promosi dari mulut ke mulut disampaikan secara oral dan ia sangat excited ingin membagikan informasi penting ini pada orang lain.

Ini menjadi kebiasaan mereka sebagai konsumen saat berkumpul dengan orang lain. Nah, meskipun strategi ini dikenal sangat tua, tapi cara ini masih ampuh sampai sekarang. Apa lagi kalau bidang makanan.

2. *Call to Action (CTA)*

Kalau trafik dari website berhasil menghasilkan penjualan, itu artinya website tersebut telah melakukan pemasaran CTA. Jenis kampanye ini memanfaatkan website yang memakai text, grafik dan elemen web yang lainnya. Cara ini cukup ampuh untuk menarik konsumen online dengan jangkauan yang lebih luas.

Namun demikian, bukan berarti pemilik website tersebut tidak melakukan analisis. Pemasaran dengan CTA justru harus benar-benar spesifik karena biasanya pengunjung lebih suka mencari produk berdasarkan kata kunci.

3. Relationship Marketing

Banyak yang berpendapat relationship marketing jauh lebih efektif. Bahkan banyak perusahaan yang melakukan hal ini ketimbang menghabiskan dana untuk menggaet konsumen baru. Alasannya karena kebanyakan pelanggan lebih loyal saat meluncurkan produk baru.

4. Cloud Marketing

Jenis pemasaran yang satu ini masih terbilang baru. *Cloud marketing* memasukkan semua sumberdaya dan asetnya melalui online. Salah satu contoh cloud marketing adalah affiliate program yang dilakukan oleh Amazon.

Amazon memungkinkan *associates* untuk memodifikasi dan mengembangkan sumber daya tersebut. Tidak heran bila buku, acara televisi, film dan lainnya bisa diakses secara online oleh konsumen melalui Kindle Fire.

5. PR Marketing

Salah satu jenis pemasaran yang paling penting adalah *Public Relations*. Banyak sekali perusahaan yang bekerjasama dengan media untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya produk mereka dan keuntungan yang dimiliki saat produk ini dimiliki oleh konsumen.

Setelah memahami pengertian pemasaran, tentunya kita juga harus mengetahui apa saja fungsinya. Marketing atau pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Kegiatan pemasaran dilakukan dengan cara membuat produk, menentukan harga, menentukan tempat penjualan, dan mempromosikan produk kepada konsumen.

Adapun beberapa fungsi pemasaran adalah sebagai berikut:

Fungsi Pertukaran

Dengan adanya pemasaran maka konsumen dapat mengetahui dan membeli sebuah produk yang dijual oleh produsen, baik dengan menukar produk dengan uang ataupun menukar produk dengan produk. Produk tersebut bisa digunakan untuk keperluan sendiri ataupun dijual kembali untuk mendapatkan laba.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Proses pemasaran juga dapat dalam bentuk distribusi fisik terhadap sebuah produk, dimana distribusi dilakukan dengan cara menyimpan atau mengangkut produk tersebut.

Proses pengangkutan bisa melalui darat, air, dan udara. Sedangkan kegiatan penyimpanan produk berjalan dengan cara menjaga pasokan produk agar tersedia ketika dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Aktivitas penyampaian produk dari produsen ke konsumen dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan kegiatan pertukaran dengan distribusi fisik.

B. STRATEGI PEMASARAN

Pemasaran Sayuran perlu ditangani dengan baik, apalagi sayuran termasuk produk yang mudah busuk. Perlu strategi yang tepat untuk keberlangsungan usahatani sayuran dan pemasarannya.

Strategi pemasaran sayuran bisa dirancang dengan membuat komposisi terbaik dari komponen pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran marketing mix.

Bauran pemasaran mencakup 4 komponen yaitu product (strategi produk) , price (harga), place (tempat/saluran distribusi) dan promotion (promosi). Strategi pemasaran ini dikenal dengan singkatan 4P.

1. Strategi Produk Sayuran

Hal ini berkaitan dengan produk sayuran seperti apa yang akan kita produksi dan akan kita jual. Penentuannya dapat diputuskan dari hasil survey dan analisa pasar sayuran yang ada; karena dari kegiatan survey dan analisa pasar kita mengetahui perkembangan kebutuhan dan keinginan konsumen serta peluang yang bisa kita ambil dan manfaatkan. Setelah didapat hasil analisa secara garis besar selanjutnya baru diputuskan jenis dan spesifikasi produk sayuran yang akan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

Segmen pasar sayuran itu terdiri dari pasar tradisional dan ada pasar modern (swalayan). Ciri khas konsumen pada kedua pasar tersebut sangat berbeda nyata. Konsumen pasar modern yang menjadi patokan utama adalah kualitas, sebaliknya konsumen pasar tradisional yang menjadi patokan adalah kuantitas dimana kualitas nomor dua. Akhirnya bila memilih segmen pasar modern maka perlu ada perlakuan khusus terhadap sayuran agar memiliki nilai tambah dan berkualitas. Perlakuan seperti sortasi, grading, packaging perlu dilakukan untuk sayuran

pada pasar modern, sedangkan pasar tradisional hal tersebut tidak mengharuskan dilakukan.

2. Strategi Harga Sayuran

Harga jual produk sayuran menjadi salah satu bagian dari strategi, penetapan harga tidak boleh sembarang. Penetapan harga yang salah dapat menyebabkan antara lain: keuntungan tidak sesuai atau bahkan merugi misalnya bila salah menghitung biaya usaha, juga beralihnya konsumen pada kompetitor sehingga permintaan produk kepada kita menurun bila harga terlampau mahal, atau kualitas tidak sesuai.

Dalam hal ini sangat diperlukan untuk mengetahui target market yang menjadi sasaran. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan harga jual antara lain adalah gambaran harga produk serupa dari kompetitor pada target segmen pasar yang sama, biaya produksi dan operasi hingga barang sampai ke pasar, serta besar keuntungan yang kita harapkan. Dengan penetapan harga yang tepat semoga produk kita bisa eksis di pasaran yang dituju.

3. Strategi Tempat atau saluran Distribusi

Berikutnya adalah strategi menempatkan produk pada tempat dan waktu yang tepat agar bermanfaat dan memiliki nilai maksimal bagi pasar. Spesifikasi produk sayuran dipasarkan melalui saluran distribusi yang sesuai tujuannya. Misalkan untuk sayuran spesifik/grade premium atas maka pasarnya harus spesifik agar memiliki nilai harga yang lebih yakni ke pasar modern sedangkan sayuran grade biasa dipasarkan ke pasar tradisional.

Saluran distribusi sebagai tempat memasarkan produk sayuran ditetapkan lokasinya agar konsumen mudah membelinya, misalnya menjadi mitra dari toko atau swalayan dengan menjadi supplier untuk produk grade premium, menjadi supplier dari hotel – hotel ataupun restoran-restoran, membangun jaringan reseller yang menjelajah ke konsumen langsung di perumahan-perumahan, mensuplai warung-warung sayuran untuk grade biasa, mengikuti pameran-pameran pertanian, maupun penjualan langsung di lokasi produksi.

4. Strategi Promosi

Perlu memperkenalkan bagaimana konsumen di pasar agar mau membeli produk sayuran yang akan dipasarkan. Hal tersebut membutuhkan kegiatan yang namanya promosi.

Cara-cara promosi yang bisa dilakukan antara lain adalah : melalui pemasangan iklan di media yang kita anggap menjangkau segmen pasar yang dituju, mengikuti pameran-pameran produk, pembuatan media seperti brosur maupun spanduk berisikan produk-produk sayuran yang dipasarkan, pembuatan website, kerjasama promosi dengan memberikan diskon bersama toko mitra, dan promosi dari mulut ke mulut dan lainnya yang memberikan informasi tentang sayuran tersebut baik secara online (website, Facebook, Twitter, dll) maupun offline, brosur, majalah, koran, tabloid, dll)..

Sedangkan cara maupun media promosi yang akan dipilih disesuaikan dengan produk, target pasar yang dituju dan anggaran yang tersedia. Perlu pula diciptakan merek yang tepat untuk lebih mudah dalam menjual apalagi sayur tersebut mempunyai nilai kesehatan.

Demikian keempat komponen yang menjadi acuan kita dalam merumuskan strategi pemasaran produk sayuran

para petani dampingan program. Dengan strategi pemasaran yang tepat semoga produk sayuran yang dihasilkan senantiasa dapat didistribusikan kepada konsumen dengan baik sehingga usaha sayuran dapat menuai hasil sesuai harapan dan berkelanjutan.

C. ANALISIS EKONOMI

Usahatani komoditas sayuran khususnya sayuran organik saat ini mulai banyak dikembangkan, sayuran ini juga sangat potensial dan prospektif untuk dijalankan karena metode pembudidayaannya sangat mudah dan sederhana. Strategi pengembangan agribisnis sayuran diarahkan pada upaya pengembangan produksi sesuai dengan kebutuhan, penciptaan pola tanam/pola produksi yang merata sepanjang tahun (Taufik, 2012).

Beberapa konsep operasional yang terkait dengan analisis finansial usaha tani sayuran , misalnya untuk luas lahan satu hektar, adalah :

- a. Hasil sayuran organik adalah jumlah produk sayuran yang diperoleh dari usaha tani organik, baik berupa sayuran daun, buah, umbi atau bunga (kg/ha).
- b. Harga adalah harga jual sayuran organik yang diterima bersih oleh petani (Rp/kg).
- c. Nilai produksi merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi sayuran organik dengan harga jual yang diterima oleh petani atau *farmers gate price*. Nilai produksi sering disebut dengan penerimaan usaha tani atau *revenue* (Rp/ha)
- d. Biaya produksi (cost) atau biaya usahatani merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk mengelola usaha tani sayuran organik (Rp/ha)
- e. Pendapatan bersih atau benefit usaha tani merupakan selisih antara nilai produksi dengan biaya produksi (Rp/ha)
- f. Biaya produksi terdiri atas biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel adalah semua pengeluaran usaha tani yang manfaatnya langsung habis pada satu musim tanam atau berkaitan langsung dengan

tingkat produktivitas. Contoh biaya variabel usahatani sayuran organik adalah biaya pembelian benih atau bibit, pupuk organik atau kompos, pestisida nabati, upah tenaga kerja untuk pengolahan tanah, tanam, penyiangan, aplikasi pupuk organik dan pestisida nabati. Biaya tetap adalah pengeluaran usaha tani yang manfaatnya tidak habis dalam satu musim tanam atau tidak berkaitan langsung dengan peningkatan produktivitas, misalnya pengeluaran untuk Pajak Tanah Bangunan (PBB) atau sewa lahan, upah tenaga kerja pembuatan green house (rumah paranet) dan pembelian peralatan pertanian tertentu yang masa pakainya lebih lama dari satu musim tanam atau bahkan lebih dari satu tahun.

- g. Nilai B/C adalah rasio pendapatan bersih atau keuntungan (*benefit*) dengan biaya (*cost*) usaha tani sayuran organik. Nilai B/C menunjukkan besarnya pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap rupiah biaya usaha tani yang dikeluarkan. Terkait dengan pengembangan sayuran organik maka yang dihitung adalah peningkatan nilai B/C

atau Incremental B/C ratio, yakni rasio peningkatan keuntungan terhadap peningkatan biaya akibat pengembangan sayuran organik yang dikonversi dari sayuran non organik. Kriteria kelayakan finansial adalah jika peningkatan rasio B/C tersebut lebih besar daripada nol atau bernilai positif.

- h. Titik impas atau *Break Event Point* (BEP) merupakan suatu keadaan dimana nilai jual hasil sayuran organik dapat menutupi semua biaya variabel usaha taninya, sehingga petani tidak mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh keuntungan. Titik impas dapat diukur dalam satuan produksi (kg/ha) atau harga jualnya (Rp/kg).

Berikut diberikan contoh menghitung keuntungan budidaya sayuran dengan teknik vertikultur.



Gambar 8. Teknik vertikultur sayuran

Diasumsikan memulai budidaya sayuran dengan teknik vertikultur dengan menggunakan 4 buah rak bersusun dan wadah tanam polibag. Keempat wadah dan rak tersebut mampu menampung 400 tanaman yang terdiri atas 200 polibag cabai, 100 polibag tomat, dan 100 polibag terung. Polibag yang digunakan berukuran 30 cm × 40 cm.

Lama pemeliharaan tanaman dari pembibitan hingga masa panen selama 4 bulan. Dalam setahun terdapat 3 periode masa tanam. Diasumsikan bahwa lahan yang digunakan seluas 75 m².

Biaya tetap yang akan dibutuhkan sebesar Rp 4.200.000. Biaya tetap tersebut digunakan untuk pembuatan instalasi sebanyak 4 buah dan peralatan menanam seperti cangkul, alat penyiram, dan lain-lain. Semua alat tersebut memiliki

umur ekonomi selama 5 tahun. Dengan begitu, untuk mengembalikan modal biaya tetap dapat dicicil selama 5 tahun. Per tahun biaya modal akan dikembalikan sebesar Rp 840.000.

Dalam satu tahun terdapat 3 periode tanam, jika ingin mengembalikan modal biaya tetap per Rp 281.000. Sementara, untuk biaya variabel yang dibutuhkan untuk satu periode tanam sebesar Rp 2.015.000. Biaya variabel digunakan untuk membeli polibag, benih, pupuk dan kapur, ajir, serta pestisida dan insektisida

Total biaya yang dibutuhkan dalam satu periode tanam adalah biaya tetap satu periode ditambah biaya variabel, yaitu $\text{Rp } 281.000 + \text{Rp } 2.015.000 = \text{Rp } 2.296.000$.

Jika berhasil, saat panen Anda akan mendapatkan cabai sebanyak 150 kg dengan harga jual Rp 45.000 per kg, tomat sebanyak 200 kg dengan harga jual Rp 4.500 per kg, dan terung sebanyak 100 kg dengan harga jual Rp5.000 per kg. Jadi, omzet yang akan didapatkan jika ditotal keseluruhannya adalah sebesar Rp 8.150.000.

DAFTAR PUSTAKA

- Husas, S.,H. 2020. Tips Menentukan Strategi Pemasaran Sayuran Secara Tepat. Pusat Penyuluhan Pertanian BPPSDMP Kementan.
- Sugandi, D. 2015. Kumpulan Informasi Teknologi (KIT) Budidaya Tanaman Sayuran. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Bengkulu dan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian. 2015.
- Sudaryono. 2019. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Widya Ananda. Surakarta
- Taufik M. 2012. Strategi Pengembangan Agribisnis Sayuran di Sulawesi Selatan. Jurnal Litbang Pertanian.31 (2): 43-50.
- Widowati., L., R., Dyah, S., Wiwik, H., Joko, P., Umi. H., Wiratno., Samsudin., Irawan. 2018. Sistem Budidaya Sayuran Organik. Badan Penelitian Pengembangan Pertanian.



ISBN 978-623-6797-58-7

