

**Sari Anggarawati, Renaldi Prayoga, Dyah Budibruri
Wibaningwati, Anak Agung Eka Suwarnata**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,
Universitas Nusa Bangsa, Jl. K.H. Sholeh Iskandar Km. 4,
Kelurahan Cibadak, Kecamatan Tanah Sareal,
Bogor 16166, Indonesia.

e-mail korespondensi: sarianggarawati@gmail.com
e-mail: renaldi8prayoga@gmail.com
e-mail: dyah_buds@yahoo.co.id
e-mail: 1985.agungeka@gmail.com

ISSN: 2721-8589 (media online)
ISSN: 2721-8597 (media cetak)

AGRISINTECH
*Journal of Agribusiness and
Agrotechnology*

Vol. 2, No. 1 (2021)

**Pemasaran Produk Sayur Kelompok Wanita
Tani Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor di
Era Pandemi Covid-19**

*(Marketing of Vegetable Products Farmers Women's
Group in Tanah Sareal District, Bogor City in the Era of
the Covid-19 Pandemic)*

ABSTRACT

Public awareness related to health, especially in urban areas, is increasing. This encourages people or consumers to consume vegetables as part of a healthy life. This condition is certainly an opportunity for the horticultural market, thus encouraging urban Women Farmers Groups (KWT) in Tanah Sareal District to do marketing, especially vegetable products. Based on this, researchers are interested in qualitatively describing the marketing activities of KWT vegetable products in Tanah Sareal District. Researchers conducted observations, surveys, interviews, and literature studies. The data analysis approach used is a qualitative descriptive approach. As a result, there are four KWTs in Tanah Sareal District that carry out marketing activities for horticultural commodities. The four KWTs are KWT Puspasari, KWT Srikandi, KWT Kentagor Mandiri, and KWT Griya Amanah. The marketing activities carried out by the four KWTs are; first, identify and evaluate market opportunities. Second, analyze the horticultural market segment and select the target market. Third, have planned and implemented a marketing mix that provides value to customers and is in line with the goals of the organization. Fourth, KWT has analyzed the performance of women farmer groups. Efforts to develop KWT marketing activities in Tanah Sareal District are paying attention to human resources in handling marketing sub-units, developing marketing administration skills, expanding market segments and paying attention to market conditions.

Keywords: marketing, horticulture, women farmer groups

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat terkait kesehatan khususnya di perkotaan semakin meningkat. Hal tersebut mendorong masyarakat atau konsumen untuk mengkonsumsi sayuran sebagai bagian dari hidup sehat. Kondisi ini tentu menjadi peluang pasar hortikultura, sehingga mendorong para Kelompok Wanita Tani (KWT) perkotaan di Kecamatan Tanah Sareal melakukan pemasaran khususnya produk sayuran. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik mendeskripsikan secara kualitatif kegiatan pemasaran produk sayuran KWT di Kecamatan Tanah Sareal. Peneliti melakukan pengamatan, survei, wawancara, maupun studi pustaka. Metode pendekatan analisis data yang dipakai adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Hasilnya, terdapat empat KWT di Kecamatan Tanah Sareal yang melakukan kegiatan pemasaran komoditas hortikultura. Keempat KWT tersebut adalah KWT Puspasari, KWT Srikandi, KWT Kentagor Mandiri, dan KWT Griya Amanah. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh keempat KWT yaitu; pertama, mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan pasar. Kedua, menganalisis segmen pasar hortikultura dan memilih target pasar. Ketiga, sudah merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi. Keempat, KWT sudah menganalisis kinerja kelompok wanita tani. Upaya mengembangkan kegiatan pemasaran KWT di Kecamatan Tanah Sareal adalah memperhatikan sumber daya manusia dalam menangani sub unit pemasaran, mengembangkan keterampilan administrasi pemasaran, memperluas segmen pasar dan memperhatikan kondisi pasar.

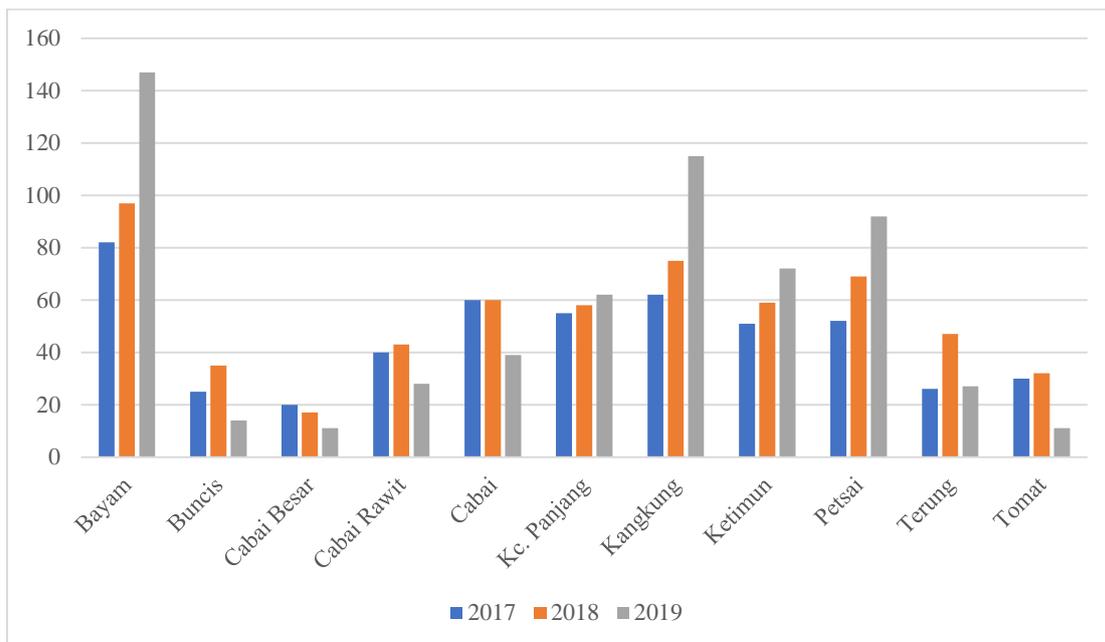
Kata kunci: pemasaran, hortikultura, kelompok wanita tani.

PENDAHULUAN

Meningkatnya kesadaran masyarakat perkotaan tentang kesehatan, mendorong warga untuk mengkonsumsi sayur. Kondisi tersebut mengakibatkan permintaan produk hortikultura khususnya jenis sayuran semakin meningkat. Hal tersebut terjadi di Kota Bogor, sebagai kota penyangga ibukota yang kian lama semakin padat penduduknya, disertai dengan peningkatan daya beli masyarakat, memberikan dampak pada tuntutan pola konsumsi yang meningkat khususnya untuk produk hortikultura. Peluang pasar hortikultura di perkotaan yang terbuka untuk jenis sayur,

telah menggerakkan para petani untuk mengusahakan tanaman sayur.

Berdasarkan data BPS Kota Bogor dalam Angka Tahun 2020, luas tanam tanaman sayur di Kota Bogor dalam tiga tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup tajam dengan beberapa tanaman seperti bayam, kangkung, mentimun dan petsai, sedangkan untuk berbagai jenis cabe, buncis, terung dan tomat, mengalami penurunan. Perkembangan luas tanam sayur dalam hektar di Kota Bogor dapat dilihat pada Gambar 1.

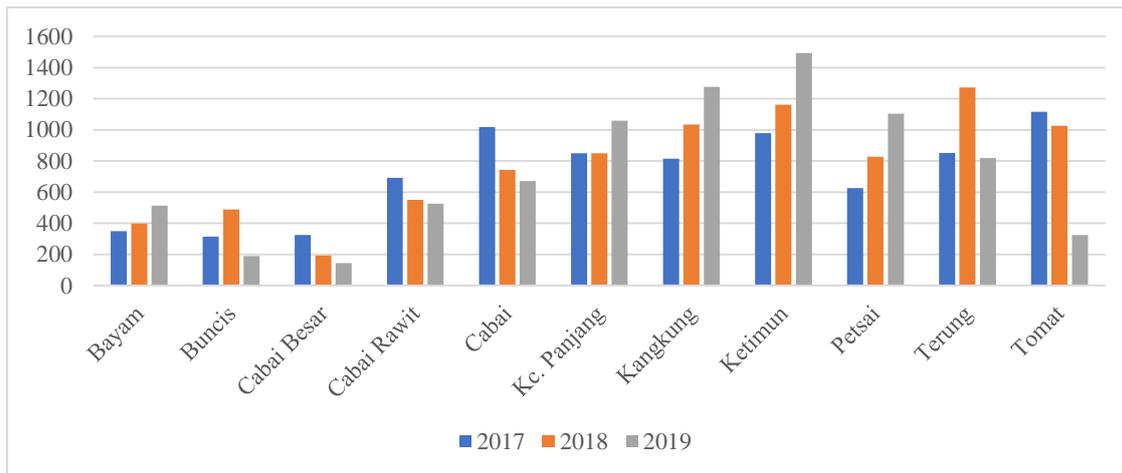


Sumber: Kota Bogor Dalam Angka, 2020.

Gambar 1. Perkembangan luas (ha) tanaman sayur di Kota Bogor tahun 2017-2019.

Seiring dengan luas tanam, terdapat beberapa produksi sayur yang terus meningkat selama tiga tahun terakhir yaitu jamur, bayam, kacang panjang, kangkung, metimun dan petsai, sedangkan

jenis cabe dan tomat mengalami penurunan. Kondisi perkembangan produksi tanaman sayur di Kota Bogor dari tahun 2017-2019, dapat dilihat pada Gambar 2.



Sumber: Kota Bogor Dalam Angka (2020)

Gambar 2. Perkembangan produksi (ton) tanaman sayur Kota Bogor tahun 2017-2019

Informasi perkembangan produksi tanaman sayur di Kota Bogor diperoleh dari setiap kecamatan. Kecamatan Tanah Sareal merupakan salah satu dari enam kecamatan yang ada di Kota Bogor, dengan pertumbuhan penduduk paling tinggi, yaitu 2,43 per tahun dan total populasi 209.284 jiwa atau 20,09% dari total penduduk Kota Bogor (B. P. S. K. Bogor, 2020a). Tercatat dengan jumlah penduduk dan pertumbuhan yang tinggi, warga di Kecamatan Tanah Sareal merupakan pangsa pasar bagi produk sayur yang dihasilkan oleh petani atau kelompok tani perkotaan.

Sisi lain, saat ini tuntutan konsumsi produk sayur yang berkualitas, keragaman jenis sayur yang dikonsumsi, preferensi konsumen dan perubahan dalam teknologi informasi serta gaya hidup, telah mendorong pasar modern untuk berkembang dan berbasis teknologi informasi, juga mempengaruhi kehidupan penduduk di Kecamatan Tanah Sareal.

Pandemi Covid-19 yang terjadi sepanjang tahun 2020 juga membawa perubahan yang pesat di dunia pemasaran, hal ini juga dialami oleh sebagian besar KWT di Kecamatan Tanah Sareal. Bagaimana KWT yang ada dapat memanfaatkan pasar modern dalam upayanya memasarkan sayuran yang dihasilkan?, bagaimana kemampuan para KWT dalam penguasaan teknologi

informasi dan ragam sayuran yang dapat memenuhi preferensi konsumen?, merupakan masalah yang perlu dikaji dan dicari solusi agar nilai jual dari berbagai jenis sayur yang telah diproduksi para anggota dapat meningkat dan pada akhirnya menambah pendapatan petani sayur anggota KWT sehingga taraf hidup menjadi lebih baik.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian adalah melakukan identifikasi KWT yang melaksanakan produksi dan pemasaran sayuran, serta mengetahui cara-cara pemasaran yang dilakukan KWT pada masa pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian berfokus pada pemasaran hortikultura jenis sayur oleh KWT di Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan KWT aktif melakukan usahatani dan pemasaran produk hortikultura, serta KWT berdekatan dengan kampus karena dalam masa pandemi Covid-19. Waktu penelitian bulan Agustus - Oktober 2020.

Peneliti mengumpulkan data dengan cara pengamatan, survei, wawancara, maupun studi pustaka. Pengambilan data responden di lapangan disertai protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran Covid-19.

Metode pendekatan analisis data yang dipakai adalah pendekatan deskriptif kualitatif, bertujuan untuk mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya (Arikunto, 2006). Metode analisis dengan cara melihat keadaan obyek penelitian melalui uraian, pengertian atau penjelasan terhadap analisis yang bersifat terukur maupun tidak terukur dan bertujuan mengklasifikasikan dan menyajikan data (Sugiono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara geografis Kota Bogor terletak di antara 106° 48' BT dan 6° 26' LS, mempunyai rata-rata ketinggian minimum 190 m dan maksimum 330 m dari permukaan laut. Kota dengan luas 118.50 km² ini dihuni 1,041,901 jiwa yang tersebar di enam kecamatan dan 68 kelurahan, tingkat kepadatan penduduk 8.792 jiwa/km² dengan laju pertumbuhan penduduk pertahun 1,46 pada Tahun 2019 (B. P. S. K. Bogor, 2020b). Sedangkan Kecamatan Tanah Sareal memiliki wilayah seluas 18,84 km² atau 16% dari total luas Kota Bogor, terdiri dari 11 kelurahan dengan jumlah penduduk 209.284 jiwa (20,09%, dari Kota Bogor) dengan kepadatan lebih tinggi yaitu 11.108 jiwa/km² (B. P. S. K. Bogor, 2020a).

Luas lahan pertanian yang dimiliki Kota Bogor sebagai suatu daerah perkotaan tidak begitu luas dan luas lahan produktif di kota hujan (Bogor) setiap tahun terus menyusut. Tanah untuk tanaman padi banyak yang dikonversi menjadi perumahan. Total luas wilayah 11.850 hektare, hanya 2,7 persen atau 321 hektare lahan yang digunakan untuk pertanian (R. Bogor, 2017). Kawasan pertanian dalam rancangan RTRW yang

terbaru seluas 132 hektare, dimana 58,63 hektare adalah LP2B. Sisanya masih bisa dialihfungsikan dengan syarat dan ketentuan khusus (Metropolitan, 2020).

Sumber daya alam khususnya lahan yang dimiliki Kota Bogor yang sudah terbatas semakin terbatas, sehingga ada upaya Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bogor untuk mendorong petani beralih ke konsep pertanian perkotaan. Konsep tersebut dinilai lebih efisien meningkatkan produksi pertanian, sistem hidroponik dan aquaponik merupakan salah satu konsep pertanian perkotaan yang bisa dijalankan oleh petani. Petani dapat menggunakan lahan yang sempit, namun tetap berproduksi secara optimal (R. Bogor, 2019). Kondisi ini dapat digambarkan dalam keragaan usahatani yang secara umum dicirikan dengan penguasaan lahan yang sempit kurang dari satu hektare, tenaga kerja tani berasal dari keluarga, input luar sedikit digunakan, teknologi budidaya dan pascapanen terbatas serta lebih dari satu komoditas yang ditanam dalam kebun (Anggarawati, 2020).

Gambaran KWT

Kecamatan Tanah Sareal memiliki beberapa kelompok tani yang bergerak dalam pertanian perkotaan dengan memanfaatkan lahan terbatas yang ada di sekitar lokasi tempat tinggal. Salah satu kelompok petani perkotaan tersebut adalah Kelompok Wanita Tani (KWT). Jumlah KWT yang ada di Kecamatan Tanah Sareal sebanyak 16 kelompok yang tersebar di 11 kelurahan. KWT terbanyak di Kelurahan Mekar Wangi sebanyak 3 KWT, sedangkan kelurahan lain terdapat satu sampai dua KWT (Pertanian, 2020). Tabel 1 menyajikan nama beserta alamat KWT yang ada di Kecamatan Tanah Sareal.

Tabel 1. Jumlah Kelompok Wanita Tani di Kecamatan Tanah Sareal

	Kelurahan	SK Kelompok	Nama Kelompok Tani	Alamat	Tahun Pembentukan
1.	Kencana	520/38/2016	1. Akasia	RT 05/13	2016
		520/50-Kcn/2016	2. Kentagor Mandiri	RT 02/13	2016
2.	Kayu Manis	445.8/01-KYM/2008	1. Seroja	RT 01/01	2008
			2. Kayu Manis Ceria M Barokah	RT 04/07	2019
3.	Sukaresmi			-	-
4.	Kebon Pedes		1. Cempaka Putih	RT 04/04	2008
			2. Kenanga	RT 02/05	2015
5.	Mekarwangi	530/06/201	1. Kuntum Mekar	RT 03/06	2015
			2. Melatih Bersih	RT 02/11	2017
			3. Gempita	RT 06/13	2019
6.	Sukadamai	520/26-SKDM/2008	Dewi Guava	RT 01/10	2007
7.	Kedung Waringin		Anggrek Macodes	RT 02/10	2019
8.	Kedung Jaya		Sauyunan	-	2015
9.	Tanah Sareal		Mitra Harapan Sareal	RT 01/01	2013
10.	Kedung Badak	520-76/2011	1. Puspasari	CP Blok C3	2011
		520/14.a_Kd.Bdk	2. Srikandi SBB	RT 06/06	2017
11.	Cibadak		-		
Total			16 Kelompok		

Sumber: (Pertanian, 2020)

KWT yang menjalankan pemasaran tanaman hortikultura dari 16 kelompok, hanya ada 4 KWT yaitu:

1. KWT Puspasari

KWT Puspasari berdiri pada Tahun 2011, di Kelurahan Kedung Badak, terbentuk atas latar belakang kebersamaan ibu-ibu warga RW 07 memanfaatkan fasilitas umum, sebatas lahan kosong agar mempunyai nilai tambah. Jumlah anggota KWT Puspasari sebanyak 33 orang, terdiri dari pensiunan maupun ibu rumah tangga. Komoditas yang diunggulkan adalah palawija, tanaman sayur (seledri, bayam, pakcoy, cabai,), tanaman hias,

dan tanaman obat (jahe merah, dan kunyit). KWT Puspasari diketuai oleh Ibu Hj. Pipit Puspitasari dengan sekretaris Ibu Aisah Djati, dan bendahara Ibu Tjitjih Sutarsih.

2. KWT Srikandi

Berdiri Tahun 2014, KWT Srikandi memiliki luas lahan sekitar 1.000 m² dengan komoditas berupa tanaman obat keluarga. KWT Srikandi memasarkan tanaman sayur yang dibudidayakan oleh ibu-ibu dari RT 1 s/d 11 dengan bimbingan dari PPL Dinas Pertanian Kota Bogor. Jumlah anggota KWT Srikandi sebanyak 24 orang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga

serta pensiunan. Sebagian tanaman diperoleh dari Balitro, sebagian dikirim dari Kelurahan Kedung Badak, serta swadaya masyarakat sekitar dan instansi lain yang berkunjung ke KWT. KWT Srikandi diketuai oleh Ibu Ira Supriati sekaligus Ibu ketua RT 10, sekretaris adalah Ibu Soraya Hadiyati bertugas mencatat seluruh kegiatan KWT, dan bendahara Ibu Ida Siti Saadah yang bertugas mencatat pembukuan pemasukan dan pengeluaran dana KWT Srikandi.

3. KWT Kentagor Mandiri

KWT Kentagor Mandiri terletak di RW 13 Kelurahan Kencana, Kecamatan Tanah Sareal, tepatnya di Kencana Asri (Perumahan Dharmais). Luas lahan kurang lebih 1500 m². Berdiri tahun 2016, KWT Kentagor Mandiri memiliki jumlah anggota sebanyak 31 orang yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga, pensiunan, pedagang, dan karyawan. Komoditas dari KWT Kentagor Mandiri adalah tanaman sayur seperti cabai rawit, caisim, selada, sawi, pakcoy, bayam, dan kangkung. KWT Kentagor Mandiri diketuai oleh Ibu Eka Daryati yang memiliki hobi menanam, dengan sekretaris Ibu Listijawati untuk pencatatan kegiatan dan aktivitas KWT Kentagor Mandiri, dan bendahara Ibu Sumiyati untuk pencatatan keuangan dari pemasukan dan pengeluaran KWT Kentagor Mandiri.

4. KWT Griya Amanah

KWT Griya Amanah berdiri Tahun 2017, beranggota ibu-ibu RT 06 yang berinovasi dan menerapkan “*go green*” di Kelurahan Kencana, sehingga setiap rumah di RT 06/RW 08 diwajibkan memiliki dan memelihara tanaman hias serta membudidayakan tanaman sayur untuk mencukupi kebutuhan warga. Komoditas KWT Griya Amanah adalah tanaman sayur. Luas lahan KWT Griya

Amanah kurang lebih 1.000 m² serta memiliki taman ramah anak yang dihiasi tanaman hias dari inovasi ibu-ibu dan membudidayakan tanaman sayur seperti selada, sawi, kenikir, cabai, pakcoy, kangkung, caisim dan tanaman obat keluarga. KWT Griya Amanah diketuai oleh Ibu Devi Azriani sekaligus Ibu ketua RT 06 yang menjadi koordinator ibu-ibu di RT 06/RW 08, dengan sekretaris Ibu Sri Komaroh, S.Pd. bertugas mencatat aktivitas piket dan kegiatan KWT Griya Amanah setiap waktu.

Pemasaran Komoditas Sayur

KWT di Kecamatan Tanah Sareal sudah berupaya memasarkan produk sayur dan menerapkan strategi pemasaran. Tahapan dalam menerapkan sebuah strategi pemasaran meliputi: a). identifikasi dan evaluasi kesempatan; b). menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar; c) merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi; d) menganalisis kinerja perusahaan (Rangkuti, 2006).

Kegiatan pemasaran hortikultura yang dilakukan oleh keempat KWT di Kecamatan Tanah Sareal dapat dijelaskan berdasarkan tahapan sebagai berikut.

1. KWT Puspasari

Tahapan dalam pemasaran sayur yang dilakukan oleh KWT Puspasari dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran meliputi tiga tahapan, yaitu:

a. Pertama, mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan.

KWT Puspasari mampu melihat kesempatan bisnis atau melihat kebutuhan konsumen khususnya sayur seperti kangkung, bayam, pakcoy dan seledri, dan memilih sayuran yang sudah bersih dan sudah dikemas.

- b. Kedua, menganalisis lokasi, segmen pasar, dan memilih target pasar. KWT Puspasari berhasil memilih lokasi yang strategis yaitu dekat Jalan Majapahit Raya (tepat dibelakang Giant Jalan Baru) dan dekat dengan Kantor Kelurahan Kedung Jaya. Lokasi tersebut dipilih karena banyak orang yang biasa pergi menuju Jalan Raya Sholeh Iskandar maupun ke kantor Kelurahan Kedung Jaya, sehingga KWT Puspasari dapat menetapkan sasaran dan target penjualan yaitu para warga sekitar, orang-orang yang menuju mall Giant, dan kunjungan dari instansi lain maupun perangkat pemerintah daerah.
- c. Tahapan ketiga adalah merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi. Berdasarkan hasil analisis, KWT Puspasari sudah menerapkan bauran pemasaran untuk variabel produk (*product*), pelayanan (*promosi*) dan lokasi (*place*).

- Produk (*Product*)
KWT Puspasari menjaga kualitas sayuran dengan cara mempertahankan kondisi produk sayur agar para pelanggan merasa puas dan aman. Persediaan hortikultura sayur setiap musim dan jumlah permintaan pelanggan menghabiskan kurang lebih 800 gram setiap benih sayur.
- Pelayanan (*Promotion*)
Pelanggan yang membeli sayur di KWT Puspasari, merasa puas dengan layanan yang dilakukan oleh KWT Puspasari.
- Lokasi (*Place*)
KWT Puspasari memiliki keunggulan lokasi yang strategis

yaitu di dekat Jalan Majapahit Raya (tepat dibelakang Giant Jalan Baru) dan dekat dengan Kantor Kelurahan Kedung Jaya.

2. KWT Srikandi

KWT Srikandi menerapkan tiga tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran, yaitu:

- a. Tahapan pertama adalah mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan.

KWT Srikandi melihat kesempatan bisnis atau melihat kebutuhan konsumen yang membutuhkan hortikultura sayuran seperti kangkung, pakcoy, bayam, cabai merah, dan seledri.

- b. Tahapan kedua adalah menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar.

KWT Srikandi memiliki lokasi yang cukup strategis, terletak di perumahan Kedung Badak Baru tepatnya di lingkungan RT 10 di dekat Jalan Teladan dan disamping sungai Ciliwung. Lokasi dipilih dengan atas dasar selain lahan fasilitas umum juga dikarenakan masyarakat yang berlalu lalang melakukan kegiatan sehari-hari misalnya mengantarkan dan menjemput anak sekolah. Kemudian menetapkan sasaran dan target penjualannya yaitu para masyarakat sekitar RT 01-RT 10 Kelurahan Kedung Badak dan kunjungan dari instansi lain.

- c. Tahapan ketiga adalah merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Berdasarkan observasi peneliti, KWT Srikandi sudah menerapkan bauran pemasaran variabel harga (*price*), promosi (*promotion*) dan produk (*Product*).

- Harga (*Price*)
Keunggulan yang sangat menonjol adalah harga sayur yang ditetapkan KWT Srikandi memiliki harga termurah daripada toko maupun pedagang sayur lain. Harga sayuran kangkung per-ikat hanya Rp3.000,00 dan seledri Rp5.000,00 per ikat. Konsumen dari Kelurahan Kedung Badak maupun dari RT 10 mengatakan bahwa harga sayuran di KWT Srikandi sangat murah meriah.
- Promosi (*Promotion*)
Keunggulan promosi KWT Srikandi adalah selalu mempromosikan harga sayuran dengan harga murah meriah dan
- Produk (*Product*)
Menedepankan produk sayuran organik sehat tanpa menggunakan pupuk berbahan kimia maupun pestisida yang mengandung bahan kimia.

3. KWT Kentagor Mandiri

KWT Kentagor Mandiri menerapkan tahapan-tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran, meliputi:

- a. Tahapan pertama adalah mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan.
KWT Kentagor melihat kesempatan bisnis atau melihat kebutuhan konsumen yang membutuhkan tanaman hortikultura sayuran seperti seledri, selada, kangkung, caisin, patcoy, bayam, sawi, dan cabai.

- b. Tahapan kedua adalah menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar.

KWT Kentagor Mandiri belum sepenuhnya berhasil menerapkannya dalam pilihan lokasi yang strategis. Dikarenakan letak KWT Kentagor Mandiri terletak di RW 13 Kelurahan Kencana tepatnya Bumi Kencana (didalam perumahan Dharmais), namun berhasil menetapkan sasaran dan target penjualannya yang berasal dari lingkungan masyarakat sekitar bahkan sampai masyarakat luar daerah.

- c. Tahapan ketiga adalah merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Berdasarkan observasi peneliti, KWT Kentagor Mandiri sudah menerapkan bauran pemasaran variabel harga (*Price*), promosi (*Promotion*) dan produk (*Product*).

- Harga (*Price*)
Keunggulan yang menonjol dari KWT Kentagor Mandiri adalah harga tanaman hortikultura sayuran yang murah diantaranya harga seledri Rp5.000,00 per ikat, sawi Rp8.000,00, pakcoy Rp6.000,00 per ikat dan harga kangkung Rp3.000,00 per ikat nya. Konsumen dari perumahan Dharmais mengatakan bahwa harga tanaman sayuran di KWT Kentagor Mandiri sangat murah, lebih murah dibandingkan dengan toko atau pedagang sayuran lainnya.

- Promosi (*Promotion*)
Keunggulan promosi KWT Kentagor Mandiri adalah selalu menawarkan harga sayuran dengan harga murah meriah.
 - Produk (*Product*)
Menawarkan produk sayuran organik yang sehat tanpa menggunakan pupuk berbahan kimia maupun pestisida yang mengandung bahan kimia.
- d. Tahap keempat adalah menganalisis kinerja kelompok wanita tani. KWT Kentagor Mandiri selalu memberikan pengawasan atau evaluasi kinerja setiap hari kepada anggota. Hal itu diakui oleh Ibu Sumiati selaku bendahara KWT Kentagor Mandiri yang selalu bersama dua tahun terakhir, beliau mengakui pernah mendapatkan teguran mengenai lahan untuk memaksimalkan penggunaan lahan yang terbatas untuk dijadikan kegiatan budidaya tanaman sayuran.

4. Kelompok Wanita Tani Griya Amanah

KWT Griya Amanah berhasil menerapkan empat tahapan-tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran, yaitu :

- a. Tahapan pertama adalah mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan.
KWT Griya Amanah melihat kesempatan bisnis atau melihat kebutuhan konsumen yang membutuhkan hortikultura sayuran seperti sawi, kangkung, pakcoy, selada, bayam, seledri, kenikir, dan cabai.
- b. Tahapan kedua adalah menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar.
KWT Griya Amanah sudah berhasil menerapkannya dalam pilihan

lokasi yang strategis. Dikarenakan letak KWT Griya Amanah terletak di RT 06 Kelurahan Kencana tepatnya Perumahan Taman Griya Kencana, dan menetapkan sasaran dan target penjualannya yang berasal dari lingkungan masyarakat sekitar bahkan sampai masyarakat luar daerah.

- c. Tahapan ketiga adalah merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Berdasarkan observasi peneliti, KWT Griya Amanah sudah menerapkan bauran pemasaran variabel produk (*Product*) dan promosi (*Promotion*).

1) Produk (*Product*)

Keunggulan produk KWT Griya Amanah yaitu tanaman hortikultura sayuran organik tanpa menggunakan pupuk berbahan kimia maupun pestisida yang mengandung bahan kimia. KWT melakukan inovasi dari hasil sayurannya menjadi olahan makanan seperti bakwan bayam maupun peyek kangkung yang memiliki keunikan tersendiri.

2) Promosi (*Promotion*)

Keunggulan promosi KWT Griya Amanah yaitu menawarkan harga sayuran yang raltif murah dan mengutamakan sayuran organik sehat tanpa menggunakan pupuk berbahan kimia maupun pestisida yang mengandung bahan kimia.

- d. Tahapan ke empat adalah menganalisis kinerja kelompok wanita tani.

KWT Griya Amanah selalu memberikan pengawasan atau evaluasi kinerja kepada anggota nya setiap hari terutama pada hari rabu. Dimana setiap anggota agar tetap solid dan meluangkan waktu dalam kesibukannya yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga untuk tetap menanam tanaman termasuk hortikultura sayuran serta menghijaukan lingkungan RT 06.

Hasil wawancara dengan kelompok wanita tani, alasan mereka memilih menanam sayuran dibandingkan dengan tanaman lain karena sayuran dinilai lebih menguntungkan, waktu tanam sayuran lebih pendek dan mudah dibandingkan dengan waktu tanaman buah atau tanaman palawija lainnya serta adanya permintaan. mereka mengaku bahwa kegiatan pemasaran yang dijalankan oleh mereka adalah ide-ide yang timbul dari pemikiran mereka, tanpa terlebih dahulu melakukan sebuah pelatihan khusus.

Para kelompok wanita tani hanya berencana dan menjalankan strategi pemasaran sesuai situasi dan kondisi kebutuhan warga maupun permintaan dari luar. Bahkan para kelompok wanita tani masih belum paham betul tentang teori strategi pemasaran hortikultura sayuran. apa yang para kelompok wanita tani lakukan itu sudah termasuk kegiatan strategi pemasaran yang sesuai teori, hanya saja para kelompok wanita tani di Kecamatan Tanah Sareal tidak menyadari bahwa mereka sudah menjalankan strategi pemasaran pada kegiatan mereka.

KESIMPULAN

(KWT) di Kecamatan Tanah Sareal yang melakukan kegiatan pemasaran komoditas hortikultura yaitu KWT Puspasari, KWT Srikandi, KWT Kentagor Mandiri, dan KWT Griya Amanah. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Keempat KWT adalah pertama

mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan pasar, kedua menganalisis segmen pasar hortikultura dan memilih target pasar. Ketiga, sudah merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi. Keempat, KWT tersebut sudah menganalisis kinerja kelompok wanita tani.

Upaya mengembangkan pemasaran di KWT tersebut perlu memperhatikan sumber daya manusia dalam menangani sub unit pemasaran, mengembangkan keterampilan administrasi pemasaran, memperluas segmen pasar dan memperhatikan kondisi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarawati, S. A. A. E. S. (2020). Agribisnis Jambu Mete di Wilayah Perbatasan Kabupaten Timor Tengah Utara - Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Journal of Agribusiness and Agrotechnology*, 1(1), 29–39.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bogor, B. P. S. K. (2020a). *Kecamatan Tanah Sareal Dalam Angka 2020*. Bogor: Badan Pusat Statistik Kota Bogor.
- Bogor, B. P. S. K. (2020b). *Kota Bogor Dalam Angka 2020*. Retrieved from <https://bogorkota.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=OGJlNTkxMTc3ODIzNTgxYmJiZjA2YmJi&xzmn=aHR0cHM6Ly9ib2dvcmtvdGEuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMjAvMDQvMjcvOGJlNTkxMTc3ODIzNTgxYmJiZjA2YmJiL2tvdGEtYm9nb3ItZGFsYW0tYW5na2EtMjAyMC5odG1s&twoadfnua>

- Bogor, R. (2017). Lahan Pertanian Tersisa 321 Hektare. Retrieved from 3 November 2017 website: <https://www.radarbogor.id/2017/11/03/lahan-pertanian-tersisa-321-hektare/>
- Bogor, R. (2019). Lahan Pertanian Kota Bogor Tambah Tipis, Jumlah Petani Menurun. Retrieved from 30 Maret 2019 website: <https://www.radarbogor.id/2019/03/30/lahan-pertanian-kota-bogor-tambah-tipis-jumlah-petani-menurun/>
- Metropolitan. (2020). Lahan Sawah Berkurang, Produksi Beras Kota Bogor Hilang 371 Ton. Retrieved September 27, 2020, from 10 September 2020 website: <https://www.metropolitan.id/2020/09/lahan-sawah-berkurang-produksi-beras-kota-bogor-hilang-371-ton/>
- Pertanian, D. K. P. dan. (2020). *Outline Database Kelembagaan Kelompok Wanita Tani Tahun 2020*. Bogor.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.