

Renaldi Prayoga¹, Dyah Budibruri Wibaningwati², Sari Anggarawati²

¹PT. Hutan Produksi Lestari
Desa Dahian tambuk, Kec. Mihing raya, Kabupaten Kapuas,
Kalimantan Tengah.

²Program 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: dyah_buds@yahoo.co.id

e-mail: renaldi8prayoga@gmail.com

e-mail: sarianggarawati@gmail.com

ISSN: 2721-8589 (media online)

ISSN: 2721-8597 (media cetak)

AGRISINTECH

*Journal of Agribusiness and
Agrotechnology*

Vol. 2, No. 2 (2021)

**Strategi Pemasaran Produk Sayur Pada
Kelompok Wanita Tani
di Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor
(Vegetables Marketing Strategy on Women Farmer
Group in Tanah Sareal District Bogor City)**

ABSTRACT

This research was conducted at 4 KWT, with the number of respondents 20 people who were chosen deliberately. The purpose of this study was to analyze the internal environmental factors of the women farmer groups which are their strengths and weaknesses; external environmental factors for women farmer groups which are opportunities and threats; alternative marketing strategy for vegetable horticulture that is appropriate and can be implemented by KWT. The results of the study on the implementation of marketing strategies are known to use IFAS and EFAS, it is known that 2 KWT (Kentagor Mandiri and Griya Amanah) are in quadrant I with an alternative SO strategy: a strategy made by utilizing all strengths and opportunities to seize the market, KWT Puspasari is located in quadrant II, with alternative ST strategy: a strategy using the strengths of KWT to overcome threats, KWT Sriyadi is located in quadrant III, with an alternative WO strategy: a strategy that is implemented by taking advantage of the opportunities KWT has to minimize company weaknesses.

Keywords: horticulture, marketing strategy, swot analysis

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada 4 KWT, dengan jumlah responden 20 orang yang dipilih secara sengaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor lingkungan internal kelompok wanita tani yang merupakan kekuatan dan kelemahan; dan faktor lingkungan eksternal kelompok wanita tani yang merupakan peluang dan ancaman; alternatif strategi pemasaran hortikultura sayuran yang tepat dan dapat diterapkan oleh KWT. Hasil kajian penerapan strategi pemasaran diketahui menggunakan IFAS dan EFAS diketahui 2 KWT (Kentagor Mandiri dan Griya Amanah) berada di kuadran I dengan alternatif strategi SO: strategi yang dirancang dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang pasar, KWT Puspasari terletak pada kuadran II, dengan alternatif strategi ST: strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki KWT untuk menghadapi ancaman, KWT Sriyadi terletak pada kuadran III, dengan alternatif strategi WO: strategi yang dirancang dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan kelemahan perusahaan.

Kata kunci: analisis swot, hortikultura, strategi pemasaran

PENDAHULUAN

Sayuran merupakan bahan makanan yang sangat umum dikonsumsi atau diolah menjadi makanan bagi masyarakat Indonesia. Hampir seluruh penduduk Indonesia mengkonsumsi sayuran, bahkan di beberapa tempat sayuran menjadi menu konsumsi utama bagi masyarakat, seperti sebagian besar masyarakat Sunda. Sayuran juga dibutuhkan bagi masyarakat yang ingin hidup sehat, mereka yang melakukan diet dan mereka yang memiliki alasan kesehatan, di mana dalam menu sehari-hari selalu terdapat sayuran.

Rencana Strategis Direktorat Jenderal Hortikultura 2015 – 2019, memuat bahwa pemerintah maupun pemerintah daerah memiliki tugas meningkatkan konsumsi hortikultura di masyarakat melalui upaya penetapan buah dan sayuran sebagai produk pangan pokok, penetapan target pencapaian angka konsumsi masyarakat, dan memasukkan materi hortikultura dalam kurikulum pendidikan nasional atau daerah.

Luas lahan pertanian yang dimiliki Kota Bogor sebagai suatu daerah perkotaan tidak begitu luas, sehingga sumberdaya alam yang dimilikinya juga terbatas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bogor Tahun 2020, lahan sawah seluas 320 hektar, bukan lahan sawah berupa tegalan seluas 1.648 hektar dan tidak diusahakan seluas 124 hektar.

Keunggulan pertanian yang dimiliki Kota Bogor antara lain adalah lokasi Kota Bogor yang cukup strategis untuk pemasaran sayuran sebagai daerah penyangga ibukota negara, sumberdaya manusia yang cukup terlatih, kemudahan akses terhadap teknologi karena keberadaan berbagai balai penelitian dan pengembangan pertanian di daerah ini.

Keragaan usahatani dicirikan dengan luas areal yang kecil-kecil kurang dari satu hektar, tenaga kerja seluruhnya berasal dari keluarga tani, penggunaan input dari luar sangat sedikit, penguasaan teknologi budidaya maupun pascapanen terbatas dan lebih dari satu komoditas dalam lahan/kebun (Anggarawati & Suwarnata, 2020).

Pelaku *urban farming* banyak melibatkan ibu-ibu rumah tangga yang mengisi waktu kosongnya untuk berkebun di lokasi tidak jauh dari tempat tinggalnya. Biasanya lahan yang dimanfaatkan merupakan lahan kosong yang ada di sekitar perumahan, lahan fasilitas umum, lahan milik warga yang belum dimanfaatkan. Ibu-ibu rumah tangga ini membentuk kelompok untuk menjalannya kegiatan bertaninya dalam wadah yang disebut Kelompok Wanita Tani (KWT).

Beberapa KWT yang telah mengembangkan pertanian perkotaan adalah KWT Dalima dan Lestari yang berlokasi di Kelurahan Balumbang Jaya Kecamatan Bogor Barat, kelompok ini memproduksi benih untuk memenuhi kebutuhan kelompoknya sendiri maupun untuk dijual keluar (Jannah et al., 2020)

Sayuran yang diproduksi kelompok wanita tani ini biasanya untuk memenuhi kebutuhan anggota sendiri atau dijual di sekitar tempat tinggalnya. Permasalahan akan muncul ketika produksi sayuran yang dihasilkan melebihi kebutuhan anggota kelompok, karena sudah ada beberapa kelompok yang menghasilkan sayuran melebihi kebutuhan anggotanya.

Kelompok wanita tani di Kecamatan Tanah Sereal perlu merencanakan strategi pemasaran yang jitu agar produk sayuran lebih dikenal di masyarakat. Pemahaman akan keunggulan produk yang ditawarkan, pengenalan lingkungan pemasaran yang akan dimasuki dan

pemanfaatan informasi yang didapat akan menjadi dasar dalam menyusun strategi pemasaran.

Kemampuan melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan baik secara internal maupun eksternal akan menentukan strategi yang akan dipilih sehingga strategi yang diambil dapat dimanfaatkan secara efektif. Lingkungan eksternal di mana sebagian besar tidak dapat dikendalikan yang membuat ketidak pastian, maka kelompok wanita tani perlu menyusun strategi yang tepat dalam memasarkan produknya.

Analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran serta menyusun strategi pemasaran sayuran pada KWT di Tanah Sareal menjadi tujuan dari penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat direkomendasikan guna menyusun alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi Kelompok Wanita Tani di Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini fokus pada kelompok wanita tani yang melakukan pemasaran hortikultura sayuran di Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor, dilaksanakan pada bulan Oktober-Nopember tahun 2020. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*) (Sugiono, 2014) dengan pertimbangan luas lahan pertanian di kecamatan ini masih cukup untuk mengembangkan *urban farming* komoditas sayuran dan bagaimana kelompok ini menjalankan strategi pemasaran hortikultura sayuran saat pandemik Covid-19.

Sebagaimana dalam penelitian Anggarawati et al., (2020) di Kecamatan Tanah Sareal terdapat enam belas kelompok wanita tani, hanya ada empat KWT yang melaksanakan kegiatan pemasaran, yaitu KWT Puspasari, KWT Srikandi, KWT Kentagor Mandiri dan

KWT Griya Amanah yang dipilih sebagai responden penelitian ini.

Penelitian ini penelitian deskriptif kualitatif, menghasilkan informasi dari hasil pengamatan, survei, wawancara, maupun studi pustaka. Pengambilan data menggunakan metode survei lapangan dengan mengikuti protokol kesehatan dalam mencegah penyebaran Covid-19 saat survei dan pengambilan data.

Metode Analisa Data

Metode pendekatan analisis data yang dipakai ada dua jenis yaitu:

1. Analisis deskriptif kualitatif

Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang memberikan gambaran tentang fakta, kondisi, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya (Arikunto, 2006). Analisis deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk mengetahui strategi pemasaran kelompok wanita tani di Kecamatan Tanah Sareal.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT dimulai dari identifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*) (Rangkuti, 2009). Hasil identifikasi dikelompokkan menjadi faktor-faktor internal dan eksternal kemudian masuk ke matriks IFAS dan EFAS dengan memberikan bobot dan rating pada setiap variabel. Hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS akan menentukan penyusunan alternatif strategi pemasaran berada pada kuadran berapa.

Kuadran I: KWT memiliki peluang dan kekuatan dengan strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif;

Kuadran II: KWT menghadapi ancaman, KWT masih memiliki kekuatan dengan strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka

panjang dengan cara *diversifikasi* produk/pasar.

Kuadran III: KWT memiliki peluang pasar yang besar, namun di sisi lain menghadapi kendala internal. Strategi yang diterapkan adalah meminimalkan masalah internal untuk dapat merebut pasar.

Kuadran IV: KWT menghadapi situasi yang sangat tidak menguntungkan, yaitu menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Strategi yang dilakukan menyelamatkan dari kerugian yang lebih besar.

Strategi yang efektif akan memberikan hasil maksimal dari sisi kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman. Analisa SWOT menyajikan

cara berkomunikasi yang sederhana dan baik untuk menata informasi yang telah dikumpulkan dari studi atau survei (Amirullah, 2015).

Strategi penting dalam usaha, asalkan strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, harus jujur, dan tidak menzalimi pihak lain (Abdurrahman, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis IFAS, EFAS, dan Matriks SWOT

Hasil identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dari masing-masing KWT dimasukkan dalam Matriks IFAS dan EFAS dengan memberikan bobot dan rating sebagai berikut.

1. Kelompok Wanita Tani Puspasari Tanah Sareal Kota Bogor

Tabel 1. Matriks IFAS KWT Puspasari Tanah Sareal Kota Bogor, 2020

Kekuatan (S)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal Sendiri	0,27	3,00	0,80
2.	Lokasi KWT yang Strategis	0,33	3,50	1,17
3.	Pengambilan Keputusan oleh ketua	0,07	2,50	0,17
4.	Telah berdiri 9 tahun	0,20	2,50	0,50
5.	Lahan milik fasilitas umum	0,13	3,00	0,40
Sub Total		1,00		3,03
Kelemahan (W)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal minimal	0,18	2,75	0,50
2.	Teknik budidaya masih belum maksimal	0,26	2,75	0,72
3.	Tidak ada sub unit bisnis pendukung	0,15	2,75	0,41
4.	Pencatatan masih kurang baik	0,16	3,25	0,52
5.	Jumlah SDM yang masih kurang	0,25	3,00	0,75
Sub Total		1,00		2,89
Total				5,93

Sumber : Data primer (diolah), 2020.

Tabel 2. Matriks EFAS KWT Puspasari Tanah Sareal Kota Bogor, 2020

Peluang (O)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Permintaan sayuran tetap	0,33	2,25	0,73

Peluang (O)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
2.	Bantuan dari pemerintah	0,30	3,25	0,98
3.	Terjalin kerjasama dengan KWT lain	0,15	3,25	0,49
4.	Adanya pelanggan tetap	0,23	2,25	0,51
Sub Total		1,00		2,70
Ancaman (T)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Adanya toko sayur	0,38	2,50	0,94
2.	Terserang hama dan penyakit tanaman	0,42	3,00	1,25
3.	Cuaca yang berubah-ubah	0,21	3,00	0,63
Sub Total		1,00		2,81
Total				5,51

Sumber: olahan data primer (2020)

Berdasarkan Tabel 1 dan 2, Matriks IFAS dan EFAS, perolehan hasil *scoring factor* internal dan eksternal yaitu, Kekuatan (3,03), Kelemahan (2,89), Peluang (2,70), dan ancaman (2,81).

Tabel 3. Matriks IFAS dan EFAS KWT Puspasari Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Internal	Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
Eksternal				
Peluang (O)	Strategi S-O 3,03 + 2,70 = 5,73		Strategi W-O 2,89 + 2,70 = 5,59	
Ancaman (T)	Strategi S-T 3,03 + 2,81 = 5,85		Strategi W-T 2,89 + 2,81 = 5,70	

Sumber: olahan data primer (2020).

Posisi strategi KWT Puspasari terletak pada kuadran II, meskipun menghadapi berbagai ancaman, KWT ini masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang

harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan melakukan diversifikasi produk atau pemasaran.

2. Kelompok Wanita Tani Srikandi

Tabel 4. Matriks IFAS KWT Srikandi Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Kekuatan (S)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal Sendiri	0,17	2,75	0,46
2.	Lokasi cukup strategis	0,15	2,50	0,38
3.	Pengambilan Keputusan oleh ketua	0,10	2,25	0,23
4.	Telah berdiri 6 tahun	0,30	3,00	0,90
5.	Lahan milik fasilitas umum	0,28	3,25	0,92

Sub Total		1,00	2,88	
Kelemahan (W)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal minimal	0,15	3,00	0,46
2.	Teknik budidaya masih belum maksimal	0,21	3,25	0,70
3.	Tidak ada sub unit bisnis pendukung	0,18	3,00	0,54
4.	Pencatatan masih kurang baik	0,30	2,75	0,82
5.	Jumlah SDM yang masih kurang	0,15	3,00	0,46
Sub Total		1,00	2,98	
Total			5,86	

Sumber: olahan data primer (2020).

Tabel 5. Matriks EFAS KWT Srikandi Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Peluang (O)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Permintaan sayuran turun naik	0,29	3,25	0,95
2.	Bantuan dari pemerintah	0,50	3,25	1,63
3.	Terjalin kerjasama dengan KWT lain	0,21	3,00	0,63
Sub Total		1,00		3,20
Ancaman (T)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Adanya toko dan pedagang sayur	0,21	2,8	0,57
2.	Terserang hama dan penyakit tanaman	0,42	2,3	0,94
3.	Cuaca yang berubah-ubah	0,38	3,0	1,13
Sub Total		1,00		2,64
Total				5,83

Sumber: olahan data primer (2020).

Berdasarkan Tabel 4 dan 5, KWT Srikandi dari Matriks IFAS dan EFAS diperoleh hasil scoring faktor internal dan eksternal yaitu, Kekuatan (2,88), Kelemahan (2,98), Peluang (3,20), dan Ancaman (2,6).

Tabel 6. Matriks IFAS dan EFAS KWT Srikandi Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Internal		Eksternal	
Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O	
	2,88 + 3,20 = 6,08	2,98 + 3,20 = 6,18	
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T	
	2,88 + 2,64 = 5,51	2,98 + 2,64 = 5,61	

Sumber: olahan data primer (2020).

Posisi strategi KWT Srikandi terletak pada kuadran III, di mana KWT Srikandi memiliki peluang yang besar akan tetapi di sisi lain menghadapi kelemahan internal, KWT ini harus meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang

diterapkan yaitu memanfaatkan peluang yang lebih baik (*turn araound*). yang ada dengan memilih segmen pasar

3. Kelompok Wanita Tani Kentagor Mandiri

Tabel 7. Matriks IFAS KWT Kentagor Mandiri Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Kekuatan (S)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal Sendiri	0,18	3,00	0,55
2.	Lokasi KWT yang Strategis	0,27	3,50	0,93
3.	Pengambilan Keputusan oleh ketua	0,15	3,25	0,49
4.	Telah berdiri 4 tahun	0,23	3,00	0,70
5.	Lahan milik salah satu warga	0,17	3,00	0,50
Sub Total		1,00		3,17
Kelemahan (W)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal minimal	0,13	3,00	0,40
2.	Teknik budidaya masih belum maksimal	0,29	2,25	0,66
3.	Tidak ada sub unit bisnis pendukung	0,20	2,50	0,51
4.	Pencatatan masih kurang baik	0,16	3,00	0,47
5.	Jumlah SDM yang masih kurang	0,21	3,50	0,75
Sub Total		1,00		2,79
Total				5,96

Sumber: olahan data primer (2020).

Tabel 8. Matriks EFAS KWT Kentagor Mandiri Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Peluang (O)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Permintaan sayuran tetap	0,20	2,75	0,55
2.	Bantuan dari pemerintah	0,38	3,50	1,31
3.	Terjalin kerjasama dengan KWT lain	0,23	3,50	0,79
4.	Adanya pelanggan tetap	0,20	3,00	0,60
Sub Total		1,00		3,25
Ancaman (T)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	adanya toko sayur	0,25	2,50	0,63
2.	Terserang hama dan penyakit tanaman	0,50	2,25	1,13
3.	cuaca yang berubah-ubah	0,25	3,00	0,75
Sub Total		1,00		2,50
Total				5,75

Sumber: olahan data primer (2020).

Tabel 9. Matriks IFAS dan EFAS KWT Kentagor Mandiri Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Internal Eksternal	Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
Peluang (O)	Strategi S-O		Strategi W-O	
	3,17 + 3,25 = 6,42		2,73 + 3,25 = 6,04	
Ancaman (T)	Strategi S-T		Strategi W-T	
	3,17 + 2,50 = 5,67		2,73 + 2,50 = 5,29	

Sumber: olahan data primer (2020).

Sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 7 dan 8. bahwa dari hasil matrik IFAS dan EFAS pada KWT Kentagor diperoleh hasil *scoring faktor* internal dan eksternal yaitu, Kekuatan (3,17), Kelemahan (2,79), Peluang (3,25), dan Ancaman (2,50). Posisi strategi KWT Kentagor Mandiri terletak pada kuadran I, yang berarti situasi cukup menguntungkan, KWT memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan dan memaksimalkan

peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Berdasarkan Tabel 10 dan 11, KWT Griya Amanah hasil Matriks IFAS dan EFAS diperoleh hasil *scoring faktor* internal dan eksternal yaitu, Kekuatan (2,93), Kelemahan (2,85), Peluang (3,43), dan Ancaman (2,58). Berikut adalah tabel Matriks IFAS dan EFAS.

4. Kelompok Wanita Tani Griya Amanah

Tabel 10. Matriks IFAS KWT Griya Amanah Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Kekuatan (S)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal Sendiri	0,22	2,75	0,60
2.	Lokasi KWT yang Strategis	0,30	3,25	0,98
3.	Pengambilan Keputusan oleh ketua	0,10	3,00	0,30
4.	Telah berdiri 3 tahun	0,23	2,75	0,64
5.	Lahan milik fasilitas umum	0,15	2,75	0,41
Sub Total		1,00		2,93
Kelemahan (W)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Modal minimal	0,13	2,75	0,37
2.	Teknik budidaya masih belum maksimal	0,29	2,75	0,80
3.	Tidak ada sub unit bisnis pendukung	0,20	3,00	0,59
4.	Pencatatan masih kurang baik	0,17	2,75	0,47
5.	Jumlah SDM masih kurang	0,21	3,00	0,62
Sub Total		1,00		2,85
Total				5,78

Sumber: olahan data primer (2020).

Tabel 11. Matriks EFAS KWT Griya Amanah Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Peluang (O)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Permintaan sayuran berubah-ubah	0,21	3,00	0,63
2.	Bantuan dari pemerintah	0,46	3,75	1,72
3.	Terjalin kerjasama dengan KWT lain	0,33	3,25	1,08
Sub Total		1,00		3,43
Ancaman (T)				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	adanya toko sayur	0,21	2,50	0,52
2.	Terserang hama dan penyakit tanaman	0,46	2,50	1,15
3.	cuaca yang berubah-ubah	0,33	2,75	0,92
Sub Total		1,00		2,58
Total				6,01

Sumber: olahan data primer (2020).

Posisi strategi KWT Griya Amanah terletak pada kuadran I, yang berarti situasi cukup menguntungkan, KWT ini memiliki kekuatan dan peluang sehingga

dapat memanfaatkan dan memaksimalkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Tabel 13. Matriks IFAS dan EFAS KWT Griya Amanah Tanah Sareal, Kota Bogor, 2020

Internal	Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
Eksternal				
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O		
	2,93 + 3,43 = 6,35	2,85 + 3,34 = 6,28		
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T		
	2,93 + 2,58 = 5,51	2,85 + 2,58 = 5,43		

Sumber: olahan data primer (2020).

B. Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran

Hasil perhitungan Matriks IFAS dan EFAS diperoleh alternatif strategi pemasaran hortikultura sayuran. Selanjutnya didiskusikan antara peneliti dan KWT untuk merumuskan strategi pemasaran, hasilnya sebagai berikut.

Kelompok Wanita Tani Puspasari

Posisi strategi KWT Puspasari terletak pada kuadran II, yang berarti meskipun menghadapi berbagai ancaman, kelompok

wanita tani ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang tepat untuk diterapkan di KWT Puspasari adalah strategi ST (*Strength Threat*). Strategi disusun dengan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk menghadapi ancaman, yaitu:

1. Memanfaatkan lahan usahatani untuk melakukan diversifikasi produk yang akan diproduksi sesuai kondisi cuaca
2. Mengembangkan pemasaran secara *online* untuk memperluas pasar dan

memberikan jasa layanan antar pesanan.

3. Melakukan proteksi tanaman sayuran dengan pemberantasan hama penyakit.

Kelompok Wanita Tani Srikandi

Posisi strategi KWT Srikandi terletak pada kuadran III, yang berarti KWT Srikandi memiliki peluang yang sangat besar akan tetapi di lain pihak akan menghadapi berbagai kelemahan internal, KWT ini masih harus meminimalkan kelemahan yang ada dari segi internal. Strategi yang tepat diterapkan adalah strategi WO (*Weakness Opportunities*), berikut strateginya.

1. Meningkatkan keterampilan pencatatan dengan memanfaatkan bantuan dari pemerintah daerah
2. Meningkatkan keterampilan teknik budidaya dengan memanfaatkan bantuan dari pemerintah daerah
3. Menunjuk salah satu dari anggota KWT untuk mengelola unit bisnis dengan bekerja sama dengan KWT lain.

Kelompok Wanita Tani Kentagor Mandiri

Posisi strategi KWT Kentagor Mandiri terletak pada kuadran I, yang berarti situasi yang cukup menguntungkan, KWT ini memiliki kekuatan dan peluang dari segi internal sehingga dapat memaksimalkan peluang yang ada. Strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi SO (*Strength Opportunities*). KWT Kentagor Mandiri agar menumbuhkan pemasaran yang agresif, rumusan strategi sebagai berikut:

1. Memaksimalkan penggunaan lahan untuk menghasilkan diversifikasi produk dengan memanfaatkan bantuan dari pemerintah
2. Memanfaatkan lokasi yang strategis dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan jumlah permintaan sayuran

3. Memaksimalkan penggunaan modal dalam mengembangkan hasil produk sayuran agar menarik minat konsumen.

Kelompok Wanita Tani Griya Amanah

Posisi strategi KWT Griya Amanah terletak pada kuadran I, yang berarti situasi yang cukup menguntungkan, memanfaatkan kekuatan guna memaksimalkan peluang yang ada. Strategi yang tepat adalah strategi SO (*Strength Opportunities*), yaitu:

1. Memanfaatkan lokasi yang strategis dalam melakukan kegiatan pemasaran dengan KWT lain.
2. Menambah modal dengan bantuan pemerintah dalam mengembangkan pemasaran secara *online*.
3. Menambahkan diversifikasi produk untuk mengembangkan pasar dan memperoleh pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Faktor-faktor lingkungan internal:

1. Kekuatan KWT Puspasari: modal sendiri; lokasi strategis; pengambil keputusan ketua; berdiri 9 tahun; lahan milik fasilitas umum, dan kelemahan adalah: modal minimal; teknik budidaya belum maksimal, tidak ada unit bisnis; pencatatan masih kurang baik; kurangnya jumlah SDM.
2. Kekuatan KWT Srikandi adalah: modal sendiri; lokasi strategis; pengambil keputusan oleh ketua; berdiri 6 tahun; lahan milik fasilitas umum, dan kelemahan adalah: modal minimal; teknik budidaya belum maksimal, tidak ada unit bisnis; pencatatan kurang baik; kurangnya SDM.
3. Kekuatan KWT Kentagor Mandiri: modal sendiri; lokasi strategis; pengambil keputusan oleh ketua; berdiri 4 tahun; lahan milik salah

satu warga, dan kelemahan adalah: modal minimal; teknik budidaya belum maksimal, tidak ada unit bisnis; pencatatan kurang baik; kurangnya SDM.

4. Kekuatan KWT Griya Amanah: modal sendiri; lokasi strategis; pengambil keputusan ketua; berdiri 3 tahun; lahan milik fasilitas umum, dan kelemahan adalah: modal minimal; teknik budidaya belum maksimal, tidak ada unit bisnis; pencatatan kurang baik; kurangnya SDM.

Faktor-faktor lingkungan eksternal pada :

1. Peluang KWT Puspasari: permintaan tetap; bantuan dari pemerintah; kerjasama dengan KWT lain; pelanggan tetap, dan Ancaman: adanya toko sayur; terserang hama dan penyakit; cuaca yang berubah-ubah.
2. Peluang KWT Srikandi: permintaan tetap; bantuan dari pemerintah; kerjasama dengan KWT lain, dan Ancaman: adanya toko sayur; terserang hama dan penyakit tanaman; cuaca yang berubah-ubah.
3. Peluang KWT Kentagor Mandiri: permintaan tetap; bantuan dari pemerintah; kerjasama dengan KWT lain; pelanggan tetap, dan Ancaman: adanya toko sayur; terserang hama dan penyakit tanaman; cuaca yang berubah-ubah.
4. Peluang KWT Griya Amanah: permintaan tetap; bantuan dari pemerintah; kerja sama dengan KWT lain; permintaan sayuran berubah-ubah, dan Ancaman: adanya toko sayur; terserang hama dan penyakit tanaman; cuaca yang berubah-ubah.

Alternatif strategi pemasaran yang diterapkan adalah:

1. KWT Puspasari adalah strategi ST: Memanfaatkan lahan untuk diversifikasi produk sesuai kondisi cuaca; Mengembangkan pemasaran secara *online* untuk memperluas pasar dan memberikan jasa layanan antar pesanan; melakukan proteksi tanaman sayuran.
2. KWT Srikandi adalah strategi WO: Meningkatkan pencatatan dengan memanfaatkan bantuan dari pemerintah daerah; Meningkatkan teknik budidaya dengan memanfaatkan bantuan dari pemerintah daerah; Menunjuk anggota KWT untuk mengelola unit bisnis dengan bekerja sama dengan KWT lain.
3. KWT Kentagor Mandiri adalah strategi SO: memaksimalkan penggunaan lahan untuk diversifikasi produk dengan memanfaatkan bantuan dari pemerintah; memanfaatkan lokasi yang strategis dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan jumlah permintaan sayuran; memaksimalkan penggunaan modal dalam mengembangkan produk sayuran agar menarik minat konsumen.
4. KWT Griya Amanah strategi SO: memanfaatkan lokasi yang strategis dalam melakukan kegiatan pemasaran dengan KWT lain; menambah modal dengan bantuan pemerintah dalam mengembangkan pemasaran secara *online*.

B. Saran

Peningkatan keterampilan teknik budidaya dalam memproteksi tanaman untuk menangani hama dan penyakit tanaman. Memperhatikan kondisi pasar maupun kondisi cuaca setiap akan melakukan kegiatan usahatani.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep - Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anggarawati, S. dan Suwarnata, A.A.E. (2020). Agribisnis Jambu Mete di Wilayah Perbatasan Kabupaten Timor Tengah Utara–Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Agrisintech (Journal of Agribusiness and Agrotechnology)*, 1(1), 29-39.
- Anggarawati, S., Prayoga. R., Wibaningwati, D.B., Suwarnata, A.A.E. (2021). Pemasaran Produk Sayuran Kelompok Wanita Tani Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor di Era Pandemi Covid-19. *Agrisintech (Journal of Agribusiness and Agrotechnology)*, 2(1), 37-47.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Kota Bogor Dalam Angka 2020. Bogor: Badan Pusat Statistik Kota Bogor.
- Dirjen Hortikultura Kementan. (2015). Rencana Strategis Hortikultura Tahun 2015-2019. Jakarta: Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian RI.
- Jannah, A., Rosyad, A., Masnang, A., Anggarawati, S., & Jono, M. (2020). Pemberdayaan Wanita Tani dalam Penyediaan Benih untuk Mendukung Urban Farming di Kelurahan Balumbang Jaya, Kota Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 5(2), 169-174.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.