

**IDENTIFIKASI DAN STRATEGI PENINGKATAN KOMODITAS UNGGULAN
HORTIKULTURA PADA KELOMPOK WANITA TANI DI KOTA BOGOR**

***IDENTIFICATION AND STRATEGY FOR INCREASING LEADING
HORTICULTURE COMMODITIES IN WOMEN
FARMING GROUP IN BOGOR CITY***

Anak Agung Eka Suwarnata*, Nia Sonani, Agista Rosiana

Universitas Nusa Bangsa
Jl. K.H. Sholeh Iskandar Km. 4, Kelurahan Cibadak, Kec. Tanah Sareal, Kota Bogor, Indonesia

*Email: 1985.agungeka@gmail.com

(Diterima 12-12-2022; Disetujui 18-01-2023)

ABSTRAK

Berbagai cara telah dilaksanakan guna mendorong peningkatan komoditas hortikultura khususnya KWT di Bogor, seperti bantuan sarana produksi, penambahan kompetensi petani dan petugas penyuluh, serta pengerjaan pascapanen dan pemasaran. Walaupun demikian, upaya ekspansi komoditas hortikultura masih mengalami berbagai kendala. Perlu identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kegiatan usahatani hortikultura khususnya KWT di Bogor, sehingga diperoleh strategi yang tepat untuk peningkatan komoditas hortikultura yang unggul, bernilai ekonomi dan berdaya saing tinggi, berkelanjutan, mampu meningkatkan kesejahteraan petani, serta sejalan dengan konsep ekonomi hijau (*Green Economy*). Bertolak dari pemikiran tersebut, kiranya perlu penelitian tentang identifikasi komoditas unggulan produk hortikultura, serta mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari komoditas unggulan hortikultura pada KWT di Bogor agar pembangunan pertanian di Bogor tepat sasaran. Hasil penelitian, diperoleh komoditas dengan nilai LQ tertinggi adalah komoditas tanaman hias *Aglaonema* sebesar 274,33. Hasil analisis SWOT diperoleh strategi meningkatkan komoditas unggulan adalah kolaborasi dengan jasa dekorasi taman atau pencinta tanaman hias guna memperkenalkan brand penjual, serta meningkatkan promosi melalui media sosial, pertemuan atau acara pameran, atau komunitas penghobi tanaman hias *aglaonema*, dengan nilai masing-masing QSPM adalah 4,364 dan 4,236.

Kata kunci: komoditas, unggulan, hortikultura, perkotaan

ABSTRACT

*Various methods have been implemented to encourage the increase of horticultural commodities, especially KWT in Bogor, such as assistance with production facilities, increasing the competence of farmers and extension officers, and post-harvest processing and marketing. Nevertheless, efforts to expand horticultural commodities still need to overcome various obstacles. Identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats from horticultural farming activities, especially KWT in Bogor, is necessary right strategy is obtained to increase only horticultural commodities that have economic value and are highly competitive, sustainable, able to improve farmers' welfare, and in line with the economic concept of green (Green Economy). Starting from this idea, it is necessary to research the identification of superior horticultural commodities and know the strengths, weaknesses, opportunities and threats of superior horticultural commodities at KWT in Bogor so that agricultural development in Bogor is right on target. The study results showed that the commodity with the highest LQ value was the ornamental plant *Aglaonema*, worth 274.33. The results of the SWOT analysis obtained a strategy to increase superior commodities, namely collaboration with garden decoration services or ornamental plant lovers to introduce seller brands, as well as increase promotion through social media, exhibition meetings or events, or the *aglaonema* ornamental plant hobbyist community, with a QSPM value of 4.364 each and 4,236.*

Keywords: commodity, superior, horticulture, urban

PENDAHULUAN

Meningkatnya keperluan lahan, mengakibatkan dukungan budidaya pertanian yang unggul semakin sulit, sehingga perlu memanfaatkan sumber daya lahan secara optimal serta menguatkan ketersediaan lahan guna pertanian berkelanjutan. Hal tersebut merupakan salah satu persoalan dan tantangan serius dalam pertanian di Indonesia (Tornaghi, 2014), ditambah muncul persaingan penggunaan lahan untuk sektor non pertanian. Salah satu upaya menjawab persoalan tersebut adalah pertanian perkotaan.

Kontribusi pertanian perkotaan sangat diperlukan dalam mendukung ketahanan pangan melalui ketersediaan pangan yang cukup, daya untuk mengakses (termasuk membeli) pangan, dan kemandirian pangan (Cahya, 2014). Kegiatan pertanian akan berperan penting bagi masyarakat perkotaan dan menurunkan perbedaan antara pertanian pedesaan dengan pertanian perkotaan, sebagai penyedia bahan makanan bagi masyarakat perkotaan, menjawab isu utama yaitu memproduksi hasil pertanian kualitas tinggi di kawasan padat penduduk dan lingkungan yang polusi (Hubert et al., 2010), serta memberikan nilai-nilai praktis yang dapat berdampak

bagi keberlanjutan ekologi maupun ekonomi wilayah perkotaan (Fauzi et al., 2016). Salah satu komoditas pertanian yang umumnya diproduksi pada kawasan perkotaan dan berbasis sumber daya tropis adalah produk hortikultura (Hubert et al., 2010).

Kota Bogor, merupakan bagian dari sentra komoditas hortikultura dan berperan dalam peningkatan komoditas tanaman hortikultura. Keterlibatan kelompok tani di Bogor memiliki kontribusi penting dalam perluasan komoditas hortikultura, karena diperkirakan permintaan komoditas hortikultura akan bertambah seiring peningkatan jumlah penduduk. Selain itu, posisi petani dalam kegiatan pertanian perkotaan mempunyai tempat strategis untuk membantu ketahanan pangan karena petani adalah produsen pangan sekaligus kelompok konsumen terbesar (Cahya, 2014). Ini merupakan peluang usaha baik bagi petani perkotaan terutama Kelompok Wanita Tani (KWT) yang berusahatani hortikultura dan mampu menghadapi permasalahannya.

Permasalahan utama selama peningkatan komoditas hortikultura adalah ragam kualitas belum terwujud, keberlanjutan pasokan, dan mutu sesuai desakan pasar. Selain itu, permasalahan

seperti penguasaan teknologi dari petani, harga input yang cenderung naik, permodalan yang kurang, lemahnya informasi bagi investor terkait kelayakan keuangan dan daya saing komoditas hortikultura unggulan, masih menjadi tantangan bagi peningkatan komoditas hortikultura (Saptana et al., 2001).

Berbagai cara telah dilaksanakan guna mendorong peningkatan komoditas hortikultura khususnya KWT di Bogor, seperti bantuan sarana produksi, penambahan kompetensi petani dan petugas penyuluh, serta pengerjaan pascapanen dan pemasaran. Walaupun demikian, upaya ekspansi komoditas hortikultura masih mengalami berbagai kendala. Perlu identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kegiatan usahatani hortikultura khususnya KWT di Bogor, sehingga diperoleh strategi yang tepat untuk peningkatan komoditas hortikultura yang unggul, bernilai ekonomi dan berdaya saing tinggi, berkelanjutan, mampu meningkatkan kesejahteraan petani (Jufriyanto, 2019), serta sejalan dengan konsep ekonomi hijau (*Green Economy*).

Bertolak dari pemikiran tersebut, kiranya perlu penelitian tentang identifikasi komoditas unggulan produk hortikultura, serta mengetahui kekuatan,

kelemahan, peluang, dan ancaman dari komoditas unggulan hortikultura pada KWT di Bogor agar pembangunan pertanian di Bogor tepat sasaran.

METODE PENELITIAN

Kota Bogor sengaja dijadikan lokasi penelitian dengan pertimbangan Kota Bogor merupakan wilayah perkotaan dan warganya aktif dalam pertanian perkotaan. Wilayah tersebut, terdapat KWT yang menghasilkan produk pertanian khususnya komoditas hortikultura, serta memiliki peran dalam menciptakan ketahanan dan kemandirian pangan. Penelitian dilaksanakan selama 8 (delapan) bulan di tahun 2022.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh KWT di Kota Bogor dengan total jumlah 148, tersebar di 6 (enam) kecamatan dan 68 kelurahan/desa (Dinas Ketahanan dan Pertanian Kota Bogor, 2022). Seluruh populasi dijadikan responden, didata terkait penentuan komoditas unggulan berdasarkan jumlah produksi hortikultura di KWT Kota Bogor. Responden pendukung juga dipilih dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2011) dengan kriteria responden sebagai

pimpinan dalam institusi/dinas terkait pembuat kebijakan.

Pengumpulan data menggunakan teknik survei, observasi wawancara, dan studi dokumentasi secara langsung ke lokasi usahatani hortikultura yang dikelola oleh KWT Kota Bogor. Wawancara juga dilakukan dengan beberapa pimpinan pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Bogor, Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bogor, Dinas Lingkungan Hidup Kota Bogor, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, pimpinan kecamatan terkait, pimpinan kelurahan atau desa terkait, serta tokoh masyarakat, dan LSM. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2011).

Metode pengolahan data menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dijelaskan secara deskriptif mengenai komoditas unggulan hortikultura pada KWT perkotaan di Bogor. Analisis data kuantitatif menggunakan data hasil kuesioner. Pengolahan data dibantu dengan *software Microsoft Excel 2010* dan kalkulator. Analisis menggunakan *Location Quotient (LQ)*, *SWOT*, dan *QSPM*.

a. Analisis komoditas unggulan diperoleh dengan menghitung *Location Quotient (LQ)*. Metode LQ akan membandingkan produksi hortikultura pada KWT di lokasi masing-masing terhadap produksi hortikultura pada masing-masing kecamatan lokasi KWT. Analisis LQ dihitung menggunakan rumus (Tarigan, 2009):

$$LQ = \frac{p_i/p_t}{P_i/P_t}$$

Keterangan:

- p_i : Produksi hortikultura di KWT se-kecamatan Bogor
- p_t : Produksi total hortikultura di KWT se-kecamatan Bogor
- P_i : Produksi komoditas hortikultura i di Kota Bogor
- P_t : Produksi total hortikultura di tingkat Kota Bogor

b. Analisis SWOT dan QSPM

Analisis SWOT adalah nilai keseluruhan terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu usaha. Pada penelitian ini, usahatani hortikultura KWT di Kota Bogor dinilai menggunakan analisis SWOT.

Selanjutnya, dilakukan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix*

(QSPM), yaitu metode untuk menentukan strategi prioritas peningkatan komoditas unggulan hortikultura KWT Kota Bogor. Keuntungan dengan menggunakan matriks QSPM adalah strategi-strategi dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi secara sekaligus (Zulkarnaen dan Sutopo, 2013). QSPM mengevaluasi kemenarikan relatif dari beberapa pilihan alternatif strategi secara objektif (Bhandari, dan Verma, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekapan hasil data responden KWT di Kota Bogor, diperoleh data luas lahan usaha rata-rata adalah 333,73 meter persegi, dengan total luas lahan yang diusahakan KWT yaitu 35.411 meter persegi. Pada luasan tersebut, dihasilkan beberapa tanaman seperti tanaman tahunan. Berdasarkan data yang dikumpulkan, buah jambu air, masih dominan berproduksi di lingkungan Kelompok Wanita Tani kota Bogor dengan rata-rata 105,42 kg satu tahun terakhir, kemudian disusul oleh alpukat 100 kg, dan durian 55 kg. Tabel 1 ditampilkan data produksi tanaman tahunan dari Kelompok Wanita Tani di

Kota Bogor dalam satu periode di tahun 2022.

Tabel 1. Rata-rata Produksi dan Total Produksi Tanaman Tahunan Tahun 2022 di KWT Bogor

No	Nama Tanaman Tahunan	Rata-rata produksi per KWT dalam 1 tahun (kg)	Total Produksi di KWT selama 1 tahun (kg)
1	Jambu air	105,42	600,00
2	Pisang	52,38	475,00
3	Jambu biji	5,00	25,00
4	Jeruk lemon	13,50	80,00
5	Jeruk nipis	6,00	12,00
6	Jeruk bali	20,00	40,00
7	Buah naga	5,00	10,00
8	Alpukat	100,00	200,00
9	Pepaya	21,67	65,00
10	Jambu kristal	7,50	15,00
11	Durian	55,00	110,00
12	Belimbing	5,00	5,00

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Selain produksi tanaman tahunan, KWT di Kota Bogor memproduksi tanaman semusim dengan hasil disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Produksi dan Total Produksi Tanaman Musiman Tahun 2022 di KWT Bogor

No	Tanaman Musiman	Rata-rata Produksi dalam 1 tahun (kg)	Satuan	Produksi Total 1 tahun	Satuan
1	Pakcoy	31,36	kg	89,00	kg
2	Caisim	9,73	kg	376,50	kg
3	Terung ungu	321,74	kg	7620,50	kg
4	Kangkung	33,73	kg	2374,42	kg
5	Paria	2410,00	kg	7230,00	kg
6	Bayam	34,79	kg	1424,00	kg
7	Sawi	44,90	kg	405,36	kg
8	Tomat	27,83	kg	456,00	kg
9	Cabai rawit	7,54	kg	261,00	kg
10	Kunyit	20,00	kg	60,00	kg
11	Buncis	5,00	kg	15,00	kg
12	Kacang panjang	8,11	kg	58,00	kg
13	Jagung	65,19	kg	556,00	kg
14	Jahe merah	9,55	kg	125,00	kg
15	Timun	15,75	kg	63,00	kg
16	Singkong	30,00	kg	60,00	kg
17	Lengkuas	10,00	kg	10,00	kg
18	Selada	31,00	kg	93,01	kg
19	Seledri	19,25	kg	38,50	kg
20	Kacang tanah	75,33	kg	446,50	kg
21	Kubis	120,00	kg	120,00	kg
22	Ubi	140,00	kg	140,00	kg

IDENTIFIKASI DAN STRATEGI PENINGKATAN KOMODITAS UNGGULAN HORTIKULTURA
PADA KELOMPOK WANITA TANI DI KOTA BOGOR
Anak Agung Eka Suwarnata, Nia Sonani, Agista Rosiana

No	Tanaman Musiman	Rata-rata Produksi dalam 1 tahun (kg)	Satuan	Produksi Total 1 tahun	Satuan
23	Kembang kol	5,00	kg	5,00	kg
24	Bayam merah	5,00	kg	5,00	kg
25	Angrek	50,00	pot	50,00	pot
26	Aglonema	500,00	pot	500,00	pot
27	Binahong	10,00	pot	10,00	pot
28	Pegagan	1,00	pot	1,00	pot
29	Bawang dayak	30,00	kg	30,00	kg
30	Bawang merah	20,00	kg	20,00	kg

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Pada Tabel 2 dapat dilihat hasil tanaman musiman yaitu terung ungu menjadi komoditas dengan jumlah produksi terbanyak dengan total produksi setahun 7.620,50 kg, kemudian paria 7.230,00 kg, dan kangkung 2374,42 kg setahun.

Analisis LQ Komoditas Hortikultura pada KWT Kota Bogor

Tabel 3. Nilai LQ dari Masing-masing Komoditas Hortikultura di KWT Kota Bogor

Jenis Komoditas	LQ
Komoditas Sayur dan Buah Semusim	
1. Bawang Merah (kuintal)	0,52
2. Cabai Rawit	2,62
3. Tomat	4,65
4. Bayam	8,93
5. Buncis/Greenbean	0,26

Tabel 4. Faktor Internal dan Eksternal Komoditas Unggulan KWT Bogor

No.	Faktor Internal	Penilaian			
		Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor Pembo-botan)
KEKUATAN					
1	Tanaman hias aglaonema memiliki warna daun dengan tampilan yang cantik dan juga segar ketika dipajang.	4	0,121	4	0,485
2	Mudah tumbuh dan dirawat	3	0,091	3	0,273
3	Tidak membutuhkan banyak asupan matahari, sehingga tahan di dalam ruangan	2	0,061	3	0,182

Jenis Komoditas	LQ
6. Kacang Panjang	0,25
7. Kangkung	12,55
8. Ketimun	0,22
9. Petsai/sawi	1,15
Komoditas Biofarmaka	
10. Jahe	35,19
11. Kunyit	26,47
Tanaman Hias	
12. Aglaonema (250 gram/tangkai)	274,33
13. Angrek (150 gram/tangkai)	12,97
Buah tahunan	
14. Alpukat	1,07
15. Belimbing	0,71
16. Durian	0,48
17. Jambu air	4,23
18. Jambu biji	0,11
19. Pisang	2,47

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil analisis LQ, diperoleh, tanaman hias Aglaonema menjadi komoditas unggulan KWT di Kota Bogor dengan nilai LQ 274,33. Nilai kedua, ditempati oleh komoditas jahe dengan nilai LQ 35,19.

Analisis SWOT Komoditas Unggulan

Berdasarkan hasil LQ, maka dilanjutkan menganalisis faktor internal dan eksternal dengan hasil terlihat pada Tabel 4.

No.	Faktor Internal	Penilaian			
		Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor Pembo-botan)
4	Tersedia bibit unggul	4	0,121	4	0,485
5	Tersedia tanaman aglaonema yang inovatif, bervariasi dan mengikuti <i>trend</i> pasar	4	0,121	4	0,485
KELEMAHAN					
1	Pembibitan dengan biji memerlukan waktu yang lama.	2	0,061	3	0,182
2	Kurangnya <i>link</i> dengan perusahaan besar sehingga kurang dikenal oleh masyarakat.	3	0,091	3	0,273
3	Belum memiliki nama pasaran untuk menarik minat pelanggan.	4	0,121	4	0,485
4	Kurang dalam permodalan	2	0,061	3	0,182
5	Kurang inovasi dalam pemasaran	3	0,091	4	0,364
6	Tidak adanya garansi kerusakan	2	0,061	3	0,182
Total		33	1,000		

PELUANG

1	Masa trend tanaman hias	4	0,133	4	0,533
2	<i>Decoration organizer</i> untuk pembuatan taman atau juga dekorasi taman pernikahan	3	0,100	4	0,400
3	Bekerja sama dengan pihak wisata alam sebagai investor tanaman.	3	0,100	3	0,300
4	Tersedia balai penelitian tanaman hias	3	0,100	3	0,300
5	Tersedia komunitas pencinta aglaonema	3	0,100	4	0,400
ANCAMAN					
1	Serangan hama dan penyakit.	3	0,100	4	0,400
2	Pesaing yang memiliki kerja sama dengan perusahaan besar lain	2	0,067	3	0,200
3	Maraknya aksi pencurian tanaman hias	1	0,033	3	0,100
4	Pesaing bunga plastik	3	0,100	3	0,300
5	Persaingan harga antar pedagang tanaman hias.	3	0,100	4	0,400
6	Merupakan produk <i>life cycle</i> atau musiman	2	0,067	3	0,200
Total		30	1,000		

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Keterangan tingkat signifikan: (1) = Tidak signifikan, (2) = Agak signifikan, (3) = Signifikan

Keterangan rating: (1) = Tidak setuju, (2) = Cukup setuju, (3) = Setuju, (4) = Sangat setuju

Matriks Faktor Internal Dan Eksternal

Berdasarkan hasil matrik faktor kekuatan dan peluang, diperoleh alternatif strategi dari pengembangan komoditas unggulan yaitu:

1. Meningkatkan promosi melalui media sosial, pertemuan atau acara pameran,

atau komonitas pehobi tanaman hias aglaonema.

2. Bekerja sama atau menambah jejaring dengan vendor dekorasi, dan wisata alam.
3. Meningkatkan inovasi khususnya pada budidaya aglaonema melalui kerja sama dengan balai penelitian tanaman hias.

4. Membuat booklet berisi panduan benar cara memelihara aglaonema

Selanjutnya, hasil matrik faktor kekuatan dan ancaman diperoleh alternatif strategi dari pengembangan komoditas unggulan yaitu:

1. Memilih bibit unggul yang tersertifikasi.
2. Memperluas pasar aglaonema.
3. Meningkatkan pengetahuan petani, khususnya dalam berkreasi serta inovasi melalui pelatihan.
4. Membangun rumah kaca untuk menghindari pencurian tanaman aglaonema.
5. Promosi harga di hari-hari tertentu.

Hasil matrik faktor kelemahan dan peluang diperoleh alternatif strategi dari pengembangan komoditas unggulan aglaonema sebagai berikut.

1. Mengikuti pelatihan pemasaran kreatif dan inovatif.
2. Konsultasi atau kerja sama dengan balai penelitian tanaman hias guna memperoleh cara mempercepat pembibitan melalui biji.

3. Kolaborasi dengan jasa dekorasi taman atau pencinta tanaman hias guna memperkenalkan brand penjual.

4. Memanfaatkan Kredit Usaha Rakyat

Hasil matrik faktor kelemahan dan ancaman diperoleh alternatif strategi dari pengembangan komoditas unggulan aglaonema yaitu meningkatkan kualitas layanan konsumen, termasuk memberikan garansi jika terjadi kerusakan tanaman saat pengiriman.

Analisis QSPM

Setelah menyelesaikan analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan matriks, tahap selanjutnya adalah memilih keputusan dengan menggunakan QSPM. Metoda ini secara objektif menandakan alternatif strategi yang terpilih. QSPM memakai input dari tahap pertama dan pencocokan dari tahap kedua untuk menentukan secara objektif diantara alternatif strategi.

Hasil dari analisis QSPM, diperoleh prioritas alternatif yang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Alternatif Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan KWT Bogor

Peringkat	Alternatif Strategi	Skor
1	Kolaborasi dengan jasa dekorasi taman atau pencinta tanaman hias guna memperkenalkan <i>brand</i> penjual.	4,364
2	Mengikuti pelatihan pemasaran kreatif dan inovatif.	4,242
3	Meningkatkan promosi melalui media sosial, pertemuan atau acara pameran, atau komonitas penghobi tanaman hias aglaonema.	4,236
4	Memilih bibit unggul yang tersertifikasi.	4,121
5	Meningkatkan kualitas layanan konsumen, termasuk memberikan garansi jika terjadi kerusakan tanaman saat pengiriman.	4,121

6	Promosi harga di hari-hari tertentu.	4,000
7	Meningkatkan inovasi khususnya pada budidaya aglaonema melalui kerja sama dengan balai penelitian tanaman hias.	3,879

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka disimpulkan komoditas unggulan KWT di Kota Bogor adalah tanaman hias Aglaonema. Hasil Analisis SWOT diperoleh strategi meningkatkan komoditas unggulan adalah kolaborasi dengan jasa dekorasi taman atau pencinta tanaman hias guna memperkenalkan *brand* penjual, serta meningkatkan promosi melalui media sosial, pertemuan atau acara pameran, atau komunitas pehobi tanaman hias aglaonema, dengan nilai masing-masing QSPM adalah 4,364 dan 4,236. Hasil analisis atau identifikasi analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman tanaman Aglaonema, yang selanjutnya memperoleh hasil QSPM, diperoleh strategi utama pengembangan komoditas Aglaonema adalah kolaborasi dengan jasa dekorasi taman atau pencinta tanaman hias guna memperkenalkan brand penjual.

Sebagai saran, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang pemasaran Aglaonema pada KWT Kota Bogor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyatakan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, karena sudah memberikan dukungan berupa dana pada penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh petugas Penyuluh Pertanian Lapangan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bogor, ketua beserta anggota KWT se-Kota Bogor yang terlibat aktif dalam mensukseskan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhandari, A dan RP Verma. (2013). *Strategic Management: A Conceptual Framework*. New Delhi: McGraw Hill Education.
- Cahya, D. L. (2014). Kajian Peran Pertanian Perkotaan Dalam Pembangunan Perkotaan Berkelanjutan (Studi Kasus: Pertanian Tanaman Obat Keluarga di Kelurahan Slipi, Jakarta Barat). *Forum Ilmiah*, 11(3): 323–333.
- Dinas Ketahanan dan Pertanian Kota Bogor. (2020). *Outline Database Kelembagaan Kelompok Tani Kota Bogor Tahun 2020*. Dinas Pertanian Kota Bogor, Bogor.

- Fauzi, A.R., Ichniarsyah, A.N., Agustin, H. (2016). Pertanian Perkotaan: Urgensi, Peranan, dan Praktik Terbaik. *Jurnal Agroteknologi*, 10(1): 49-62.
- Hubert De Bon, et al. (2010). “*Sustainable Urban Agriculture in Developing Countries*”, A Review, *Agronomy for Sustainable Development*, 30: 21-32.
- Jufriyanto, M. (2019). Pengembangan Produk Unggulan Sebagai Potensi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa di Kecamatan Modung Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 5(1): 28-32.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Saptana, Sumaryanto, Siregar, M., Mayrowani, H., Sadikin, I., & Friyatno, S. (2001). Analisis Keunggulan Kompetitif Komoditas Unggulan Hortikultura. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Cetakan ke-13. ALFABETA. Bandung.
- Tarigan, R. (2009). *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tornaghi, C. (2014). Critical geography of urban Agriculture. *Progress in Human Geography*. Vol. 38(4): 551–567.
- Zulkarnaen, H. O., dan Sutopo. (2013). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM *Snack* Barokah di Solo). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3): 1-13.