

**ANALISIS EFISIENSI SALURAN PEMASARAN WORTEL PADA KELOMPOK TANI
AGROWIRA NADIA DI DESA PANCASARI, KECAMATAN SUKASADA,
KABUPATEN BULELENG**

I Gusti Agung Nyoman Dananjaya, S.P., M,Agb

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Dwijendra.

E-mail :guz.d4nan@gmail.com

Abstrak

Pembangunan pertanian tanaman pangan pada hakekatnya merupakan suatu upaya untuk secara terus menerus mencari peluang meningkatkan produksi pangan, salah satu cara meningkatkan produksi tanaman pangan (sayur) adalah dengan cara menerapkan teknologi pertanian yang terus berkembang. Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis saluran pemasaran dan margin pemasaran pada Kelompok Tani Agrowira Nadia di Desa Pancasari. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota Kelompok Tani Agrowira Nadia yang berjumlah 21 orang sehingga teknik pengambilan responden dengan metode sensus. Analisis data yang digunakan adalah analisis saluran dan margin pemasaran.

Berdasarkan Hasil penelitian terdapat dua saluran pemasaran wortel pada Kelompok Tani Agrowira Nadia di Desa Pancasari saluran pertama petani produsen, ke kelompok STA, ke pedagang pengecer, dan Konsumen. Saluran kedua Petani Produsen, ke Pedagang Pengumpul, Ke Kelompok STA, ke pengecer, dan konsumen. Margin pemasaran pada saluran pertama sebesar Rp. 4.500,00 dan saluran kedua sebesar Rp. 6.500,00. Adapun saran dari penelitian ini yaitu peran penyuluh sangat diperlukan untuk melatih petani dalam berusahatani wortel agar hasil produksinya bisa maksimal. Pemerintah Kabupaten Buleleng perlu memberikan bantuan berupa dana kredit kepada petani untuk membantu guna memperlancar pemasaran wortel.

Kata Kunci: Efisiensi, Saluran Pemasaran, Wortel.

Abstract

The development of food crop agriculture is essentially an effort to continuously look for opportunities to increase food production, one of the ways to increase food crop (vegetable) production is by applying growing agricultural technology. The purpose of this study was to analyze marketing channels and marketing margins in the Agrowira Nadia Farmer Group in Pancasari Village. The population in this study were all members of the Agrowira Nadia Farmer Group, totaling 21 people so that the technique of taking respondents was using the census method. The data analysis used is channel analysis and marketing margins.

Based on the research results, there are two marketing channels for carrots in the Agrowira Nadia Farmer Group in Pancasari Village, the first channel is producer farmers, to the STA group, to retailers, and consumers. The second channel is Producer Farmers, to Collectors, to STA Groups, to retailers, and consumers. The marketing margin on the first channel is Rp. 4,500.00 and the second channel is Rp. 6500.00. As for suggestions from this study, namely the role of extension workers is needed to train farmers in carrot farming so that production results can be maximized. The Buleleng Regency Government needs to provide assistance in the form of credit funds to farmers to help expedite the marketing of carrots.

Keyword : Efficiency, Marketing Channels, Carrots

1. PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian pada dasarnya merupakan upaya sadar yang sengaja direncanakan untuk melakukan perubahan-perubahan yang dikehendaki, dengan menggunakan inovasi dan teknologi tertentu yang sesuai dengan potensi agroekosistem setempat agar dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan hidup petani. pembangunan pertanian telah berhasil meningkatkan produksi dan produktivitas pertanian. Salah satu prestasi terbaiknya adalah dibidang tanaman pangan. Sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting untuk mensejahterakan masyarakat perdesaan yang juga merupakan mata pencaharian utama masyarakat perdesaan (Sedana and Astawa, 2016; Sedana and Rahmat, 2020).

Sektor pertanian juga dapat dijadikan penggerak untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja (Sedana, 2020).

Sektor pertanian terus dituntut berperan dalam perekonomian nasional melalui pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), perolehan devisa, penyediaan pangan dan bahan baku industri, pengentasan kemiskinan, penyediaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Secara umum, keberhasilan pembangunan pertanian ditentukan oleh lingkungan tumbuh komoditas pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perternakan serta perikanan (Suparta, 2005).

Pemasaran adalah semua kegiatan sebelum dan sesudahnya yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif (Nitisemito, 1991). Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha, pemasaran meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan, yang bertujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sehingga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli baik yang actual maupun potensial (Soedarsono, 1992).

Tanaman hortikultura merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian untuk dikembangkan, adapun jenisnya meliputi sayur-sayuran, buah-buahan dan juga tanaman hias. Sayuran adalah salah satu kelompok hortikultura yang mempunyai arti dan kedudukan tersendiri dalam proses pembangunan nasional di sektor pertanian. Sayuran merupakan jenis bahan makanan yang dibutuhkan oleh tubuh dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu sayuran cukup potensial untuk penyediaan vitamin dan mineral yang penting bagi gizi masyarakat.

Tanaman sayuran yang mempunyai hasil produksi yang cukup besar di Indonesia salah satunya adalah wortel. Wortel mempunyai potensi untuk dikembangkan karena selain salah satu jenis sayuran yang amat digemari oleh masyarakat, wortel juga memiliki peran penting dalam penyediaan sumber vitamin dan mineral. Kuatnya pasaran wortel juga dapat dilihat dari pertumbuhan dan perkembangan perusahaan industri pengolahan yang mengolah umbi wortel menjadi berbagai bentuk produk makanan maupun minuman (Cahyono, 2002).

Tanaman wortel sangat rentang terhadap penyakit dan hama. Jika tanaman wortel telah diserang penyakit atau hama, maka kualitas wortel yang dihasilkan akan menurun. Kualitas dari wortel itu sendiri sangat dipengaruhi oleh proses pembudidayaan dan bagaimana perawatannya. Salah satu dari proses perawatan tanaman wortel adalah proses penyiraman. Proses penyiraman berpengaruh kelembaban tanah. Karena jika tanah terlalu lembab maka tanaman berpotensi terkena penyakit jamur. Sedangkan jika kelembabannya kurang maka pertumbuhan tanaman akan terganggu. Wortel merupakan salah satu jenis sayuran yang digunakan untuk konsumsi, pengobatan, maupun keperluan yang lain (Rukmana, 1995). Dalam masyarakat, wortel dikonsumsi sebagai makanan dan minuman (dalam bentuk jus maupun sari).

Salah satu kelompok tani di Kabupaten Buleleng yang mengembangkan usahatani wortel adalah Kelompok Tani Agrowira Nadia. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti ingin menganalisis efisiensi saluran dan margin pemasaran Kelompok Tani Agrowira Nadia, Desa Pancasari, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng.

2. METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Pancasari Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan dengan teknik *purposive* yaitu teknik penentuan lokasi penelitian secara sengaja dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan-pertimbangan pemilihan lokasi penelitian ini adalah Kelompok Tani Agrowira Nadia, Desa Pancasari, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng merupakan salah satu daerah yang potensi untuk tanaman wortel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Kelompok Tani Agrowira Nadia yang berjumlah 21 orang. Pada penelitian ini teknik pengambilan responden dengan metode sensus, sehingga 21 orang petani wortel pada Kelompok Tani Agrowira Nadia dijadikan responden

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Data kualitatif adalah data dari penjelasan kata verbal dalam bentuk bilangan atau angka. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari wawancara dengan petani dengan menggunakan daftar kuisisioner yang telah disiapkan terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai lembaga atau instansi dan ditambah dengan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Analisis data yang digunakan adalah analisis saluran dan marjin pemasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Pancasari termasuk dalam wilayah Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Jarak Desa Pancasari 25 km dari ibu kota Kabupaten Singaraja, dan 56 km dari ibu kota Provinsi. Adapun batas-batas wilayah Desa Pancasari, Kecamatan Sukasada adalah sebagai berikut: sebelah utara hutan milik negara sebelah timur hutan milik negara, sebelah selatan Desa Candikuning, sebelah barat hutan milik negara. Jumlah penduduk Desa Pancasari seluruhnya 5.360 orang dan jumlah tersebut terdiri dari penduduk laki-laki 2.670 orang dan penduduk perempuan sejumlah 2.690 orang.

Desa Pancasari terletak pada ketinggian 850-1.000 meter dari permukaan laut, Desa Pancasari, Kecamatan Sukasada juga memiliki dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Musim hujan biasanya tiba antara bulan Oktober sampai dengan bulan April dan selanjutnya musim kemarau antara bulan Mei sampai bulan September. Suhu rata-rata harian di Desa Pancasari, Kecamatan Sukasada adalah 23°C-25°C. Luas wilayah Desa Pancasari, Kecamatan Sukasada 12, 80 hektar, yang mencakup lahan sawah seluas 0 hektar, lahan tegalan, lahan pekarangan dan lain-lainnya.

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 21 responden petani yang merupakan anggota Kelompok Tani Agrowira Nadia, Desa Pancasari Adapun identitas responden yang akan diambil dari bagian penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, dan pekerjaan responden yang akan diuraikan sebagai berikut.

Umur

Karakteristik responden dalam penelitian ini jika dilihat dari umur, maka gambaran distribusinya dapat dilihat seperti pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Umur Responden

No.	Umur (TH)	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 17	0	0,00
2	17-64	19	90,48
3	> 64	2	9,52
Jumlah		21	100

Sumber : Data diolah dari hasil survai

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden berumur 17-64 tahun dengan persentase 90,48% sedangkan responden yang berumur > 64 tahun dengan persentase 9,52%. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih berada dalam kategori usia produktif yaitu responden masih memiliki potensi tenaga kerja dan produktivitas tenaga kerjanya untuk mengelola usahatani wortel hingga mampu memasarkan.

Pendidikan

Berdasarkan hasil tabulasi data yang dilakukan sesuai dengan latar belakang pendidikan responden, maka diperoleh gambaran sebagai berikut :

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak Sekolah	1	4,76
2	SD	5	23,81
3	SMP	6	28,57
4	SMA/SMK	8	38,10
5	Sarjana	1	4,76
Jumlah		21	100

Sumber : Data diolah dari hasil survai

Berdasarkan hasil tabulasi data yang dilakukan sesuai dengan latar belakang pendidikan responden maka dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden pada kategori Tidak Sekolah sebanyak 1 orang dengan persentase 4,76%, SD sebanyak 5 orang dengan persentase 23,81%, kategori SMP sebanyak 6 orang dengan persentase 28,57% dan Sarjana sebanyak 1 orang dengan persentase 4,76% sedangkan yang paling tinggi adalah SMA/SMK yaitu sebanyak 8 orang atau dengan persentase 38,10%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden dalam pengelolaan usahatani wortel sudah memadai untuk melakukan pemasaran wortel.

Pekerjaan

Karakteristik responden dalam penelitian ini jika dilihat dari pekerjaan, maka gambaran distribusinya dapat dilihat seperti pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Distribusi Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak Bekerja	2	9,52
2	Petani	15	71,43

3	Buruh	3	14,29
4	Karyawan Swasta	1	4,76
Jumlah		36	100

Sumber : Data diolah dari hasil survai

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa pekerjaan responden sebagai buruh sebanyak 3 orang dengan persentase 14,29%, karyawan swasta sebanyak 1 orang dengan persentase 4,76%, tidak bekerja sebanyak 2 orang dengan persentase 9,52% sedangkan pekerjaan responden yang paling tinggi adalah sebagai petani sebanyak 25 orang dengan persentase 71,43%. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden sebagian besar berada di sektor pertanian sehingga dapat lebih intensif dalam pengelolaan usahatani wortel di Kelompok Tani Agrowira Nadia.

Saluran Pemasaran Usahatani Wortel

Pada umumnya saluran pemasaran wortel dari daerah produsen atau petani responden kepada konsumen lebih banyak menggunakan jasa perantara. Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen (Swasta, 1984).

Dari hasil penelitian ini diperoleh dua lembaga saluran pemasaran wortel di Kelompok Tani Agrowira Nadia, Desa Pancasari yaitu: (1) Petani produsen, ke kelompok STA, ke pedagang pengecer, dan konsumen, (2) Petani Produsen, ke pedagang pengumpul, ke kelompok STA, ke pedagang pengecer, dan konsumen. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli wortel dari petani produsen, wortel tersebut dikumpulkan pada suatu tempat dan dijual kepada pedagang-pedagang lain. Dari 21 orang petani responden, sebanyak 14 orang (66,67%) memilih saluran satu dengan alasan karena proses penjualannya lebih cepat dari hasil penjualan wortel akan ada pertimbangan antara kelompok dan petani produsen, dan harga wortel lebih tinggi. Saluran dua dipilih oleh 7 orang (33,34%) dari jumlah petani responden dengan alasan margin pemasarannya sangat besar hal ini karena jenis-jenis lembaga pemasaran lebih banyak. Jumlah wortel yang dihasilkan oleh 21 petani responden permusim adalah 1.800 kilogram wortel dalam kemasan plastik, sebesar 1.000 kilogram wortel yang dihasilkan oleh petani responden dijual melalui saluran satu dengan harga rata-rata Rp 17.000 per kilogram, sebanyak 800 kilogram wortel yang dihasilkan petani responden dijual melalui saluran dua dengan harga rata-rata Rp 15.000 per kilogram. Perincian selengkapnya terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata Harga dan Produksi Wortel yang Dihasilkan oleh Kelompok Tani Agrowira Nadia

No	Produksi (kg)	Harga (Rp/ kg)	Jumlah Petani (orang)
1	1.000 (55,56%)	17.000,00	14 (66,67%)
2	800 (44,45%)	15.000,00	7 (33,34%)
Jumlah	1.800 (100,00)		21 (100,00)

Sumber : Data diolah dari hasil survai

Analisis Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Usahatani Wortel

Marjin pemasaran adalah selisih harga yang diterima oleh penjual pertama dengan harga yang dibayar oleh pembeli yang terakhir. Dalam hal ini marjin Pemasaran Wortel pada Kelompok Tani Agro Wira Nadia di Desa Pancasari adalah selisih harga jual petani produsen dengan harga yang dibayar oleh pihak pedagang pengecer. Menurut Yastini (2020) Besarnya angka marjin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung ke petani. Pada tingkat Kelompok STA mengeluarkan biaya angkut dan biaya tenaga kerja sebesar Rp. 500,00 per kilogram. Pada saluran satu, harga wortel ditingkat petani adalah Rp. 17.000,00 per kilogram wortel petani menjual wortelnya ke kelompok STA, kemudian kelompok STA menjual wortel ke pedagang pengecer dengan harga Rp 18.500,00 per kilogram wortel dengan marjin pemasaran Rp. 1.500,00 per kilogram wortel. Biaya pemasaran pada kelompok STA adalah sebesar 500,00 per kilogram wortel, sehingga harga pokoknya adalah Rp. 17.500,00 per kilogram wortel. Dengan rata-rata harga jual kepada pihak pedagang pengecer sebesar Rp. 18.500,00 per kilogram wortel, kelompok STA mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram wortel (5,40%) dari harga yang dibayar pedagang pengecer. Marjin pemasaran dalam saluran I per kilo gram wortel adalah Rp. 4.500,00 dengan presentase marjin (*mark up*) sebesar 22,05 persen. Marjin pemasaran tertinggi diantara pedagang pada saluran satu di terima pada pedagang pengecer sebesar Rp. 3.000,00 per kilo gram (13,95%). Rata-rata biaya, keuntungan marjin pemasaran dan presentase bagian yang diterima petani pada saluran satu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Rata-rata Harga Beli, Harga Jual, Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran pada Saluran Satu

No	Petani/ Lembaga Pemasaran	Saluran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)	Marjin Pemasaran (Rp/kg)
1.	Petani Produsen	I	-	17.000,00	-	-	-
2.	Kelompok STA	I	17.000,00	18.500,00	500,00 (2,94)	1.000,00 (5,40)	1.500,00 (8,10)
3.	Pedagang Pengecer	I	18.500,00	21.500,00	1.000,00 (5,40)	2.000,00 (9,30)	3.000,00 (13,95)
Jumlah					1.500,00 (8,32)	3.000,00 (14,7)	4.500,00 (22,05)

Sumber : Data diolah dari hasil survai

Rata-rata harga wortel yang diterima oleh petani pada saluran dua adalah 15.000,00 per kilogram wortel. Biaya pemasaran wortel yang di dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 500,00 per kilogram wortel. Biaya wortel tersebut yaitu biaya angkut dan sewa tempat, maka harga pokok wortel adalah Rp. 15.500,00 per kilogram wortel. Rata-rata harga jual wortel pada pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 16.500,00 per kilogram wortel, sehingga pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.000,00 per kilogram wortel. Rata-rata harga beli wortel pada kelompok STA adalah sebesar Rp. 16.500,00 per kilogram wortel dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 500,00 maka harga pokok wortel adalah Rp. 17.000,00 per kilogram wortel. Rata-rata harga jual wortel pada kelompok STA adalah sebesar Rp. 18.500,00 per kilogram wortel, sehingga keuntungan yang diterima oleh kelompok STA adalah sebesar Rp. 1.500,00 per kilogram wortel. Rata-rata harga beli wortel oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp.

18.500,00 per kilogram wortel dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 1.000,00 maka harga pokok wortel adalah sebesar Rp. 19.500,00. Dengan rata-rata harga jual wortel oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 21.500,00 per kilogram sehingga rata-rata keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 2.000,00 per kilogram wortel. Marjin pemasaran pada saluran dua adalah Rp. 6.500,00 per kilogram wortel, dengan presentase marjin (*mark up*) sebesar 33,85%. Rata-rata biaya, keuntungan, marjin pemasaran dan presentase harga yang diterima petani pada saluran dua dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rata-rata Harga Beli, Harga Jual, Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran pada Saluran Dua

No	Petani/ Lembaga Pemasaran	Saluran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)	Marjin Pemasaran (Rp/kg)
1.	Petani produsen	II	-	15.000,00	-	-	-
2.	Pedagang pengumpul	II	15.000,00	16.500,00	500,00 (3,34)	1.000,00 (6,06)	1.500,00 (9,09)
3.	Kelompok STA	II	16.500,00	18.500,00	500,00 (3,03)	1.500,00 (8,10)	2.000,00 (10,81)
4.	Pedagang Pengecer	II	18.500,00	21.500,00	1.000,00 (5,40)	2.000,00 (9,30)	3.000,00 (13,95)
Jumlah					2.000,00 (11,77)	4.500,00 (23,46)	6.500,00 (33,85)

Sumber : Data diolah dari hasil survei

Rata-rata keuntungan, marjin pemasaran pada presentase bagian yang diterima petani dari harga yang dibayar konsumen pada saluran satu dan saluran dua dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6. Pada kedua tabel tersebut dapat dilihat bahwa total biaya pemasaran pada saluran dua lebih besar dari pada total biaya pemasaran saluran satu. Hal ini disebabkan oleh jenis-jenis lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran dua lebih banyak dari lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran satu. Total keuntungan lembaga pemasaran pada saluran dua lebih besar dibandingkan total keuntungan lembaga pemasaran pada saluran satu. Dalam hal presentase bagian yang diterima petani pada saluran satu lebih besar dan hal ini disebabkan oleh harga di tingkat petani pada saluran satu lebih tinggi. Pemasaran menjadi hal yang sangat penting, jika mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan (Dananjaya, 2021)

4. PENUTUP

Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut (1) Ada dua saluran pemasaran wortel di kelompok tani agro wira nadia Desa Pancasari yaitu Saluran satu, petani produsen, ke kelompok STA, dan pedagang pengecer, Saluran dua petani produsen, ke pedagang pengumpul, ke kelompok STA, dan pedagang pengecer. (2) Marjin pemasaran wortel sebesar Rp. 6.500,00 per kilo gram wortel dengan presentase (33,85%) dan terdapat pada saluran dua. Sedangkan pada saluran satu jumlah marjin pemasarannya adalah sebesar Rp. 4.500,00 per kilogram wortel dengan presentase (22,02%). Hal ini disebabkan oleh jenis-jenis lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran dua lebih banyak dari lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran satu.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian hal yang disarankan adalah peran penyuluh sangat diperlukan untuk melatih petani dalam berusahatani wortel agar hasil produksinya bisa maksimal. Pemerintah Kabupaten Buleleng perlu memberikan bantuan berupa dana kredit kepada petani untuk membantu guna memperlancar pemasaran wortel.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2021. "Data Profil Desa Pancasari".
- Cahyono, B. (2002) *Wortel Teknik Budi Daya dan Analisis Usaha Tani*. Kanisius. Yogyakarta.
- Dananjaya, I. G. A. N. (2021) Faktor Internal dan Eksternal Pemasaran Tanaman Hias Calathea Silver (calathea sp) pada CV. Dewata Indah. *Jurnal dwijenAGRO*. Vol. 11. No. 2.
- Nitisemito, A. S. (1991). *Marketing*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rukmana, R. (1995). *Bertanam wortel*. PT Kanisius, Yogyakarta.
- Sedana, G. I G.A.A.Ambarawati, and W. Windia. (2014). Strengthening Social Capital for Agricultural Development: Lessons from Guama, Bali, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Development*. Vol.11 No.2:39-50.
- Sedana, G. and N.D. Astawa. (2016). Panca Datu Partnership in Support of Inclusive Business for Coffee Development:The Case of Ngada District, Province of Nusa Tenggara Timur, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Development*, Vol. 13, No.2: 75-98.
- Sedana, G. (2020). Benefits of farmers' cooperative to rice farming activity: case of Subak's cooperative in Guama, Tabanan District, Bali province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Volume 484 (2020):012134.
- Sedana, G. and A. Rahmat. (2020). Alternative Policies to Strengthen the Traditional Irrigation System for Supporting the Food Security Program: Case of The *Subaks'* System in Bali, Indonesia. *International Journal of Advanced Science And Technology*, Vol. 29, No. 7s: 973-984
- Suparta, N. 2005. *Pendekatan Holistik Mambangun Agribisnis*.Cetakan I, Juni 2005. Denpasar: CV Bali Media Adhikarsa.
- Yastini, N. N. 2020. Saluran Pemasaran Bawang Merah Pada Kelompok Tani Sukasari Di Desa Belandingan Kecamatan, Kintamani Kabupaten Bangli. *Jurnal dwijenAGRO*. Vol. 10. No. 2.