

Penguatan Akses Pasar Selada (*Lactuca sativa*) Berbasis Kolaborasi Petani dan Pemerintah di Kabupaten Nabire

¹⁾Syusantie Sylfia Sairdama*, ²⁾Christina Martha Lewerissa, ³⁾Simon Matakena, ⁴⁾Kornelis Angwarmas

^{1,3)}Agribisnis, Universitas Satya Wiyata Mandala, Nabire, Indonesia

²⁾Ilmu Pemerintahan, Universitas Satya Wiyata Mandala, Nabire, Indonesia

⁴⁾Ilmu Administrasi Negara, Universitas Satya Wiyata Mandala, Nabire, Indonesia

Email Corresponding: sairdamasyusantie@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Akses Pasar Lokal
Digitalisasi Pemasaran Pertanian
Kelembagaan Kelompok Tani
Pemasaran Hortikultura
Pendampingan Partisipatif

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan utama petani selada di Kabupaten Nabire, yaitu keterbatasan akses pasar, ketergantungan pada tengkulak, rendahnya keterampilan pemasaran, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital. Solusi yang ditawarkan adalah penguatan akses pasar melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan petani secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama tiga bulan melalui tiga tahap utama, yaitu persiapan dan sosialisasi, pelaksanaan edukasi dan pelatihan, serta pendampingan dan evaluasi. Materi yang diberikan meliputi strategi pemasaran produk, pengemasan dan penentuan harga, pemanfaatan media digital, serta penguatan kelembagaan kelompok tani. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani dalam pemasaran, bertambahnya petani yang memanfaatkan media digital, serta meningkatnya peran kelompok tani dalam pemasaran kolektif. Selain itu, petani mulai mampu memasarkan produk secara langsung sehingga meningkatkan nilai jual dan posisi tawar di pasar. Dampak kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang terintegrasi efektif dalam memperkuat akses pasar lokal dan berpotensi meningkatkan kesejahteraan petani secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Keywords:

Local Market Access
Agricultural Marketing Digitalization
Farmer Group Institutions
Horticultural Marketing
Participatory Assistance

This community service program was conducted to address the main problems faced by lettuce farmers in Nabire Regency, namely limited market access, dependence on middlemen, low marketing skills, and minimal use of digital technology. The solution offered is strengthening market access through a Participatory Action Research (PAR) approach, which actively involves farmers in every stage of the activity. The program was implemented over three months through three main stages: preparation and socialization, implementation of education and training, and mentoring and evaluation. The materials provided included product marketing strategies, packaging and pricing techniques, utilization of digital media, and strengthening farmer group institutions. The results of the program showed an increase in farmers' knowledge and skills in marketing, a growing number of farmers utilizing digital media, and an enhanced role of farmer groups in collective marketing. In addition, farmers began to market their products directly, thereby increasing product value and their bargaining position in the market. The impact of this program indicates that an integrated participatory approach is effective in strengthening local market access and has the potential to sustainably improve farmers' welfare.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi daerah, Sektor pertanian merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi daerah, khususnya di wilayah yang memiliki potensi sumber daya alam yang besar seperti Kabupaten Nabire. Komoditas hortikultura, termasuk selada, memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan sekaligus meningkatkan pendapatan petani lokal Sidayat, M. (2016); Huda, et al., (2020); Lestari, et al., (2024). Namun demikian,

pengembangan sektor ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama terkait akses pasar yang terbatas dan fluktuasi harga yang tidak stabil. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan sektor pertanian tidak hanya ditentukan oleh produksi, tetapi juga oleh kemampuan petani dalam mengakses pasar secara efektif dan berkelanjutan Kurdi, et al., (2023); Sihombing, (2023). Selain itu, keterbatasan akses pasar seringkali menyebabkan petani berada pada posisi tawar yang lemah dalam rantai distribusi, sehingga keuntungan ekonomi yang diperoleh tidak optimal. Permasalahan ini semakin kompleks dengan adanya keterbatasan infrastruktur, informasi pasar, serta peran kelembagaan yang belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan intervensi pemerintah daerah yang mampu memperkuat sistem pemasaran lokal guna meningkatkan kesejahteraan petani dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah berbasis pertanian Handini, et al., (2025); Olii, et al., (2025).

Secara teoritis, akses pasar dalam sektor pertanian dapat dipahami sebagai kemampuan petani untuk menjangkau, berpartisipasi, dan memperoleh keuntungan dari sistem pemasaran produk pertanian. Teori akses pasar menekankan pentingnya faktor kelembagaan, jaringan distribusi, serta dukungan kebijakan dalam meningkatkan posisi tawar petani Putri, et al., (2025); Setyawanto, et al., (2025). Dalam konteks ini, penguatan akses pasar tidak hanya melibatkan aspek ekonomi, tetapi juga sosial dan kelembagaan yang berperan dalam menciptakan efisiensi rantai pasok Herawati, (2025); Nasution & Ningsih, (2025). Selain itu, teori intervensi pemerintah daerah dalam pembangunan pertanian menekankan bahwa pemerintah memiliki peran strategis sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator dalam pengembangan sektor pertanian Firdaus, (2020); Alamsyah & Rusdin, (2025). Intervensi tersebut dapat berupa penyediaan infrastruktur, pelatihan, subsidi, serta penguatan kelembagaan petani. Efektivitas intervensi ini sangat bergantung pada kesesuaian kebijakan dengan kondisi lokal serta keterlibatan aktif masyarakat dalam proses implementasinya Irawan, et al., (2024); Swastika, (2011); Zahra, et al., (2024).

Petani selada di Kabupaten Nabire memiliki potensi produksi yang cukup baik, namun belum diimbangi dengan kemampuan akses pasar yang memadai. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan petani, sebagian besar hasil panen masih dipasarkan melalui tengkulak dengan harga yang relatif rendah dan tidak stabil. Petani umumnya belum memiliki akses langsung ke pasar modern seperti restoran, hotel, maupun pasar swalayan. Selain itu, informasi terkait harga pasar, permintaan konsumen, dan peluang distribusi masih sangat terbatas, sehingga petani berada pada posisi tawar yang lemah dalam rantai pemasaran. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produksi yang tersedia dengan kemampuan petani dalam mengoptimalkan nilai jual produk.

Secara ideal, petani selada diharapkan mampu mengakses pasar secara langsung, memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, serta tergabung dalam kelembagaan yang kuat guna meningkatkan efisiensi distribusi dan daya saing produk. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar petani belum memiliki keterampilan pemasaran, belum memanfaatkan media digital, serta masih bekerja secara individual tanpa koordinasi kelompok yang efektif. Selain itu, keterbatasan infrastruktur pendukung seperti fasilitas penyimpanan dan akses transportasi turut memperburuk kondisi pemasaran produk yang bersifat mudah rusak. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang terarah melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada penguatan akses pasar, peningkatan kapasitas petani, serta pembangunan kolaborasi dengan pemerintah daerah dan pihak terkait. Kegiatan ini menjadi penting dan mendesak untuk dilakukan guna menjembatani kesenjangan antara kondisi aktual petani dengan kondisi ideal yang diharapkan.

Penelitian sebelumnya dari Arfah, (2025); Harudin, (2025); Mardesci & Fitriani, (2025); Wulandari & Kurniati, (2025) menunjukkan bahwa penguatan akses pasar dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti pengembangan kelembagaan petani, digitalisasi pemasaran, serta integrasi rantai pasok. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada wilayah tertentu di Indonesia bagian barat dan belum banyak mengkaji konteks wilayah timur, khususnya Papua. Selain itu, pendekatan yang digunakan masih cenderung parsial dan belum mengintegrasikan peran pemerintah daerah secara komprehensif dalam penguatan akses pasar. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengintegrasikan intervensi pemerintah daerah dengan penguatan akses pasar lokal komoditas selada di Kabupaten Nabire. Penelitian ini tidak hanya menganalisis peran pemerintah, tetapi juga mengkaji secara kontekstual kondisi lokal dan kebutuhan petani. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan model kebijakan berbasis lokal yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis kondisi akses pasar lokal komoditas selada di Kabupaten Nabire, mengidentifikasi permasalahan pemasaran yang dihadapi petani, serta mengkaji peran dan bentuk intervensi pemerintah daerah dalam penguatan akses pasar. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan merumuskan strategi penguatan akses pasar yang efektif dan berkelanjutan berbasis kondisi lokal, sehingga dapat menjadi rekomendasi kebijakan dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan mendorong pengembangan sektor pertanian hortikultura di Kabupaten Nabire.

II. MASALAH

Berdasarkan hasil observasi awal dan identifikasi kebutuhan mitra, permasalahan utama yang dihadapi petani selada di Kabupaten Nabire dapat dirumuskan sebagai berikut: 1) Keterbatasan akses pasar dan ketergantungan pada tengkulak. 2) Rendahnya kapasitas pemasaran dan pemanfaatan teknologi. 3) Lemahnya kelembagaan dan dukungan sistem pemasaran. Berikut ini akan dilampirkan dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat



Gambar 1. Foto pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

III. METODE

Sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah petani selada yang tergabung dalam kelompok tani maupun yang belum tergabung di Kabupaten Nabire. Sasaran utama difokuskan pada petani skala kecil hingga menengah yang mengalami keterbatasan dalam akses pasar, informasi harga, serta kemampuan pemasaran produk. Selain itu, kegiatan ini juga melibatkan perangkat desa dan perwakilan dari dinas pertanian setempat sebagai mitra pendukung guna memastikan keberlanjutan program. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Siriwini Kabupaten Nabire Provinsi Papua Tengah yang menjadi tempat produksi selada. Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama 1 bulan yang terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan dan pendampingan.

Materi yang diberikan dalam kegiatan ini meliputi: 1) Penguatan pemahaman akses pasar: konsep dasar pemasaran hasil pertanian dan rantai distribusi. 2) Strategi pemasaran lokal: teknik menjual langsung ke konsumen, pasar tradisional, dan pasar modern. 3) Pemanfaatan teknologi digital: penggunaan media sosial dan platform online sederhana untuk pemasaran. 4) Penguatan kelembagaan petani: pembentukan dan pengelolaan kelompok tani berbasis pemasaran. 5) Manajemen pascapanen: teknik penanganan, penyimpanan, dan pengemasan selada agar memiliki nilai jual lebih tinggi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan partisipatif yang melibatkan petani sebagai subjek aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra dan dapat berkelanjutan. 1) Tahap Persiapan. Tahap persiapan dilakukan melalui kegiatan identifikasi masalah dan kebutuhan mitra dengan metode observasi lapangan dan wawancara awal kepada petani selada di Kabupaten Nabire. Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan pemerintah daerah, dinas pertanian, serta aparat kampung untuk menentukan lokasi, peserta, dan jadwal kegiatan. Pada tahap ini juga disusun modul pelatihan yang meliputi materi akses pasar, strategi pemasaran, digital marketing, dan penguatan kelembagaan kelompok tani. Alat dan bahan yang digunakan antara lain kuesioner, panduan wawancara, laptop, proyektor, serta bahan ajar berupa modul dan leaflet. 2) Tahap Pelaksanaan (Edukasi dan Pelatihan). Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan edukasi dan pelatihan secara partisipatif dengan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, serta praktik langsung (learning by doing). Materi yang diberikan meliputi: (1) konsep akses pasar dan rantai distribusi, (2) teknik pemasaran produk seperti pengemasan, grading, dan penentuan harga, (3) pemanfaatan media digital seperti WhatsApp dan Facebook untuk pemasaran, serta (4) penguatan kelembagaan kelompok tani dalam pemasaran kolektif. Pada tahap ini digunakan alat bantu

seperti smartphone, contoh kemasan produk, timbangan, serta media visual untuk simulasi pemasaran. Peserta juga dilibatkan dalam praktik langsung seperti membuat kemasan produk dan simulasi pemasaran digital. 3) Tahap Pendampingan dan Evaluasi. Tahap pendampingan dilakukan secara berkala melalui kunjungan lapangan untuk memonitor implementasi hasil pelatihan, memberikan bimbingan teknis, serta membantu petani dalam mengatasi kendala pemasaran yang dihadapi. Evaluasi dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan, observasi perubahan perilaku pemasaran, serta diskusi kelompok (FGD) untuk mendapatkan umpan balik dari peserta. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan pemahaman petani, bertambahnya petani yang memasarkan produk secara langsung, peningkatan kualitas dan harga jual produk, serta terbentuknya kelompok tani yang aktif dalam pemasaran.

Metode ini dirancang secara praktis dan adaptif sehingga dapat direplikasi oleh pihak lain yang ingin melaksanakan kegiatan serupa, dengan menyesuaikan kondisi lokal, potensi wilayah, serta karakteristik masyarakat sasaran.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peningkatan Pengetahuan Petani tentang Akses Pasar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan petani selada terkait akses pasar setelah dilakukan kegiatan penyuluhan dan pendampingan. Petani mulai memahami pentingnya informasi harga pasar, segmentasi konsumen, serta pemilihan saluran distribusi yang lebih menguntungkan. Sebelum intervensi, sebagian besar petani hanya menjual hasil panen kepada tengkulak lokal, namun setelah kegiatan, mereka mulai menjajaki pasar modern seperti restoran, hotel, dan pasar swalayan. Peningkatan pengetahuan ini berdampak pada meningkatnya kemampuan petani dalam mengambil keputusan pemasaran yang lebih strategis. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Ernita & Rahman, (2024); Azzahra, et al., (2024); Rosada, et al., (2025) yang menyatakan bahwa akses informasi pasar yang memadai dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan kesejahteraan petani hortikultura.

B. Peningkatan Keterampilan Pemasaran Produk Selada

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya peningkatan keterampilan petani dalam memasarkan produk selada. Petani mulai mampu melakukan sortasi dan grading produk, menggunakan kemasan yang lebih menarik dan higienis, serta menetapkan harga berdasarkan kualitas produk. Selain itu, petani juga mulai memahami pentingnya branding sederhana untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Keterampilan ini sangat penting mengingat selada merupakan komoditas hortikultura yang memiliki karakteristik mudah rusak (*perishable*). Penelitian sebelumnya dari Zam, et al., (2019); Marlina, et al., (2024); Mulyawanti & Suryana, (2024) mengungkapkan bahwa peningkatan keterampilan pemasaran, khususnya dalam penanganan pascapanen dan pengemasan, dapat meningkatkan nilai jual produk hortikultura secara signifikan

C. Pemanfaatan Media Digital untuk Pemasaran Selada

Pemanfaatan media digital dalam pemasaran selada mulai menunjukkan perkembangan yang positif, meskipun masih terbatas. Beberapa petani telah menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk menawarkan produk selada secara langsung kepada konsumen maupun pedagang. Selain itu, terdapat upaya awal dalam memanfaatkan marketplace lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media digital ini membantu petani dalam mengurangi ketergantungan pada perantara serta meningkatkan margin keuntungan. Hal ini sejalan dengan temuan dari Putra, et al., (2023); Lestari & Wicaksana, (2025); Sukmawati, et al., (2025) bahwa digitalisasi pemasaran pertanian mampu meningkatkan efisiensi distribusi dan memperluas akses pasar bagi petani kecil. Namun demikian, keterbatasan literasi digital dan akses internet masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan.

D. Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani Selada

Penguatan kelembagaan kelompok tani selada menjadi salah satu hasil penting dalam penelitian ini. Kelompok tani yang sebelumnya kurang aktif kini menunjukkan peningkatan dalam hal koordinasi, pembagian tugas, serta perencanaan produksi dan pemasaran secara kolektif. Dengan adanya kelembagaan yang lebih kuat, petani dapat melakukan pemasaran secara bersama-sama sehingga memiliki daya tawar yang lebih tinggi di pasar. Selain itu, kelompok tani juga berperan sebagai wadah untuk berbagi informasi dan pengalaman antar anggota. Penelitian terdahulu dari Bawono, (2018); Mukti & Kusumo, (2021); Ali, et al., (2024) menunjukkan bahwa kelembagaan kelompok tani yang kuat berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi usaha tani dan keberlanjutan agribisnis hortikultura.

E. Perubahan Pola Pemasaran Petani Selada

Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan pola pemasaran petani selada dari sistem konvensional menuju sistem yang lebih modern dan beragam. Petani tidak lagi hanya bergantung pada tengkulak, tetapi mulai memanfaatkan berbagai saluran pemasaran seperti penjualan langsung ke konsumen, pemasokan ke restoran, serta pemasaran berbasis digital. Perubahan ini mencerminkan meningkatnya kemandirian petani dalam mengelola pemasaran hasil panennya. Selain itu, diversifikasi saluran pemasaran juga membantu petani dalam mengurangi risiko kerugian akibat fluktuasi harga. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Elizabeth, (2017); Rahayu & Harahap, (2018); Muthmainnah, et al., (2025) yang menyatakan bahwa inovasi dalam sistem pemasaran dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing petani hortikultura (Saputra et al., 2023; Andini & Putra, 2021; Fauzi et al., 2022).

F. Kendala Lapangan dan Meningkatnya Kesadaran akan Peran Pemerintah dan Kolaborasi

Meskipun terdapat berbagai peningkatan, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala yang dihadapi petani selada di lapangan, seperti keterbatasan fasilitas penyimpanan, rendahnya akses terhadap teknologi, serta fluktuasi harga pasar. Selain itu, keterbatasan akses modal juga menjadi hambatan dalam pengembangan usaha tani selada. Namun demikian, terdapat peningkatan kesadaran petani akan pentingnya peran pemerintah dan kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti lembaga keuangan, akademisi, dan sektor swasta. Petani mulai menyadari bahwa dukungan kebijakan, pelatihan, serta kemitraan sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk selada. Hal ini didukung oleh penelitian dari Fuadi & Fatah, (2024); Rikardus, (2025); Ariska & Mafianti, (2025) yang menyatakan bahwa kolaborasi multi-stakeholder merupakan faktor kunci dalam pengembangan pertanian berkelanjutan

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kabupaten Nabire berhasil menjawab permasalahan utama petani selada dalam aspek pemasaran, yang ditunjukkan melalui peningkatan pengetahuan akses pasar, keterampilan pemasaran produk, pemanfaatan media digital, serta penguatan kelembagaan kelompok tani yang berdampak pada bertambahnya petani yang mampu memasarkan produk secara lebih mandiri dan meningkatkan nilai jual. Keberhasilan ini menegaskan bahwa pendekatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan efektif dalam memperkuat akses pasar lokal, namun untuk keberlanjutan program diperlukan dukungan pemerintah daerah melalui penyediaan infrastruktur, akses informasi pasar, dan pendampingan berkelanjutan, serta pengembangan kemitraan dengan pasar modern dan platform digital agar dampak program dapat terus berkembang dan meningkatkan kesejahteraan petani secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian ini yang berpartisipasi aktif. Apresiasi juga disampaikan kepada tim pelaksana dan seluruh mitra yang telah memberikan dukungan, kerja sama, dan dedikasi sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. N., & Rusdin, R. B. (2025). Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Kelompok Tani Di Desa Nupabomba Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala.
- Ali, D. W., Halid, A., & Boekoesoe, Y. (2024). Strategi Pengembangan Kelembagaan Kelompok Tani Pada Usahatani Jagung Hibrida di Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 263-272.
- Arfah, A. (2025). Sinergitas Sistem Rantai Pasok Koperasi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Sawit: Studi Lapangan di Kabupaten Kampar, Riau. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 2679-2687.
- Ariska, N., & Mafianti, K. S. (2025). Optimizing the Socialization of Sustainable Agriculture as a Strategy for Food Security and Local Economic Improvement in Pante Ceureumen District. *Jurnal Abdimas FISIB*, 1(2), 27-36.
- Azzahra, M. R., Fadillah, N. N., Putri, H. N., & Kuntari, W. (2024). Analisis Saluran Pemasaran Kentang Terhadap Kondisi Pasar yang Mempengaruhi Pendapatan Petani. *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 1(2), 569-574.
- Bawono, A. T. (2018). Peningkatan efisiensi usaha tani melalui model konsolidasi corporate farming. *Jurnal Perencanaan*, 5(1), 13-24.
- Elizabeth, R. (2017). Revitalisasi industri produk olahan dan pemberdayaan lembaga kemitraan mendukung peningkatan pemasaran, daya saing dan kesejahteraan petani pisang. *UNES Journal of Scientech Research*, 2(1), 01-17.

- Ernita, A., & Rahman, D. (2024). Pembangunan pertanian dan kemitraan agribisnis berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan petani. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(1).
- Fuadi, M. H., & Fatah, I. A. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Prasejahtera melalui Sinergi Pemerintah, Lembaga Keagamaan dan Potensi Pertanian, Peternakan dan Pariwisata Lokal:(Studi Kasus Kecamatan Lembang Bandung Barat). *Jurnal Al-fatih Global Mulia*, 6(1), 1-15.
- Firdaus, R. (2020). Peran pemerintah daerah sebagai regulator, dinamisator, fasilitator, dan katalisator dalam pemberdayaan petani kakao di Kabupaten Luwu Utara. *Journal I La Galigo: Public Administration Journal*, 3(1), 31-40.
- Handini, N., Darwina, M., & Pangestoeti, W. (2025). Peran pemerintah daerah dalam mengoptimalkan potensi ekonomi lokal melalui inovasi kebijakan pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(5), 964-986.
- Herawati, A. A. (2025). Kajian Penguatan Kapasitas dan Kolaborasi Kelembagaan Pendukung Pengembangan Agribisnis Berkelanjutan di Kabupaten Semarang. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 7(1), 01-15.
- Harudin, L. (2025). Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Petani dalam Perspektif Inovasi, Kolaborasi, dan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Mahasiswa Dan Akademisi*, 1(4), 33-45.
- Huda, A., Agang, M. W., & Suyanto, S. (2020). Peningkatan Ekonomi Petani Selada Melalui Program Hidroponik Hemat Dan Mandiri Energi Berbasis Sel Surya (Homepage) Di Kelurahan Juata Laut Kota Tarakan Kalimantan Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*, 4(1), 07-13.
- Irawan, D., Dewi, R. A. S., Rijal, M. S., & Fiddin, A. N. (2024). Perkembangan Kelembagaan Petani Terhadap Bantuan Pemerintah. *Agroteksos*, 34(2), 744-752.
- Kurdi, M., Fatmawati, F., Santosa, R., Wahyuni, P. R., & Anwar, M. (2023). Strategi pengembangan sdm petani untuk meningkatkan efisiensi dan kesejahteraan di sektor pertanian di kecamatan lenteng kabupaten sumenep. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 308-315.
- Lestari, S., Subekti, E., Subantoro, R., & Wahyuningsih, S. (2024, December). ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI SELADA KERITING (*Lactuca sativa* L.) ORGANIK DAN PERSEPSI PETANI TERHADAP PERTANIAN BERKELANJUTAN DI KELOMPOK TANI P4S TRANGGULASI. In *Prosiding Seminar Teknologi Pertanian Indonesia (STPI)* (Vol. 2, No. 1, pp. 38-51).
- Lestari, A. A., & Wicaksana, B. E. (2025, February). Strategi e-commerce untuk meningkatkan daya saing produk pertanian di era digital di Gapoktan Suka Bungah Desa Tambakaya Kecamatan Cibadak. In *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi "SainTek"* (Vol. 2, No. 1, pp. 243-255).
- Mardesci, H., & Fitriani, D. (2025). Menakar potensi dan hambatan industri kelapa sebagai penguat ketahanan pangan nasional: suatu kajian literatur. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 14(1), 27-44.
- Marlina, S., Hastuti, H., & Fatmayanti, A. (2024). Sosialisasi peningkatan pendapatan petani melalui inovasi pengolahan hasil tani dan digitalisasi pemasaran. *Room of Civil Society Development*, 3(6), 247-259.
- Mukti, G. W., & Kusumo, R. A. B. (2021). Pertanian berkelanjutan: sebuah upaya untuk memadukan pengetahuan formal dan informal petani (kasus pada petani hortikultura di Provinsi Jawa Barat). *Mimbar Agribisnis*, 7(2), 1141-1160.
- Mulyawanti, I., & Suryana, E. A. (2024). Strategi pengurangan kehilangan pascapanen produk hortikultura. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 22(2), 183-194.
- Muthmainnah, H. S., Amirah, N., Yanti, A. R., Ramadhan, P., Jayalenta, L., & Barlan, Z. A. (2025). Pendampingan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Pertanian Organik (Kasus Kelompok Tani Jaya di Desa Ciaruteun Ilir). *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(1).
- Nasution, E. W., & Ningsih, T. (2025). Optimalisasi Manajemen Rantai Pasok dalam Agribisnis: Studi Kasus Produksi Kelapa Sawit di Negara Berkembang. *Tabela Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 3(1), 23-31.
- Olii, R. A., Ibrahim, R., Hasan, A. S., & Mahmud, P. (2025). PENGUATAN EKONOMI LOKAL: KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH UNTUK MENDUKUNG EKONOMI INKLUSIF DAN BERKELANJUTAN. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 12(4), 1649-1661.
- Putra, D. T., Wahyudi, I., Megavitry, R., & Supriadi, A. (2023). Pemanfaatan e-commerce dalam pemasaran hasil pertanian: Kelebihan dan tantangan di era digital. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(08), 684-696.
- Putri, R., Sjah, T., & Budastra, K. (2025). Pengembangan Model Agribisnis Berkelanjutan Pada Tanaman Jagung sebagai Komoditas Unggulan Pertanian. *JURNAL ECONOMINA*, 4(11), 409-421.
- Rahayu, S. E., & Harahap, M. (2018). Model peningkatan daya saing petani dengan pendekatan koperasi agribisnis di Kota Medan. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 2(1), 18-25.
- Rikardus, E. (2025). Penguatan Kebijakan Ketahanan Pangan: Sinergi Multi-Pemangku Kepentingan dalam Peningkatan Produksi Padi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 302-315.
- Rosada, N. A., Sjah, T., & Budastra, K. (2025). Strategi Pengembangan Usahatani Nanas Madu Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Di Lombok Timur. *JURNAL ECONOMINA*, 4(12), 433-440.

-
- Setyawanto, A., Astutiek, D., Hariyadi, B., & Ikhwandi, R. (2025). Revitalisasi Rantai Distribusi Berbasis Kelembagaan Sosial: Pemberdayaan Ekonomi Petani Jagung. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 168-180.
- Sidayat, M. (2016). Studi potensi pengembangan selada di kota Ternate. *Jurnal Ilmiah MIPA*, 1(2), 26-34.
- Sihombing, Y. (2023). Inovasi kelembagaan pertanian dalam mewujudkan ketahanan pangan. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 5, 83-90.
- Sukmawati, D., Kaffah, S., Marina, I., & Roswinna, W. (2025). Transformasi digital dalam pemasaran produk pertanian: Analisis kritis terhadap strategi, tantangan, dan implikasinya. *Journal of Sustainable Agribusiness*, 4(1), 16-21.
- Swastika, D. K. (2011). Penguatan kelompok tani: langkah awal peningkatan kesejahteraan petani. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 9(4), 371-390.
- Wulandari, E., & Kurniati, E. (2025). Karakteristik pertanian di Indonesia: Antara tradisi, tantangan struktural, dan peluang transformasi. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(1), 57-72.
- Zahra, S. A., Pratama, A. J., & Situmeang, W. H. (2024). Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani dalam Upaya Pengembangan Usahatani Urban Farming (Kasus Kelompok Tani Mugi Lestari Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya). *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 21(2), 212-224.
- Zam, W., Ilyas, I., & Syatrawati, S. (2019). Penerapan teknologi pascapanen untuk meningkatkan nilai jual cabai di tanatoraja.