



STRATEGI PETANI MENGATASI FLUKTUASI PENJUALAN HASIL PANEN JERUK (Studi Petani Jeruk Desa Karang Widoro Kabupaten Malang)

¹Agung Nugroho, ²Imam Mukhlis, ³Khansa Aulia Zabrina, ⁴Mehas Dwi Farha Salsabila,
⁵Nur Aini Wida Maulidina Naia, ⁶Ziya 'uddin Ahsanu Amala

¹Universitas Negeri Malang, Malang/Indonesia

²Universitas Negeri Malang, Malang/Indonesia

³Universitas Negeri Malang, Malang/Indonesia

⁴Universitas Negeri Malang, Malang/Indonesia

⁴Universitas Negeri Malang, Malang/Indonesia

⁴Universitas Negeri Malang, Malang/Indonesia

Email: agung.nugroho150798@gmail.com

Abstrak

Produktivitas hasil pertanian menjadi sumber pendapatan utama dalam upaya memenuhi kebutuhan pangan yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi manusia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi petani dalam mengatasi fluktuasi penjualan melalui pemasaran hasil pertaniannya untuk tetap meningkatkan pendapatannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa petani memerlukan strategi dalam menghadapi fluktuasi penjualan hasil panen. Petani juga perlu sadar pemilihan saluran pemasaran yang efektif dan efisien yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pendapatan petani. Selain itu, petani juga perlu meningkatkan strategi pengelolaan lahannya agar dapat seimbang dengan hasil panen sehingga menghindari kerugian. Diharapkan kepada petani sadar dengan berkembangnya zaman harus mampu berkembang menjadi petani cerdas yang bisa memanfaatkan berkembangnya iptek dan arus globalisasi sebagai peluang mereka untuk melakukan inovasi terhadap usahanya.

Kata Kunci: Produktivitas, Pertanian, Strategi, Pemasaran

1. Pendahuluan

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan atas asal daya alam yang melimpah. Kekayaan asal daya tadi terdiri dari sumber daya air, sumber daya lahan, asal daya hutan, asal daya laut, maupun

keanekaragaman biologi yang terkandung di dalamnya serta beredar secara luas pada setiap pulau-pulau pada Indonesia. Kekayaan alam yang dimiliki tadi dapat menjadi kapital bagi pelaksanaan pembangunan ekonomi bagi Indonesia Indonesia artinya negara

agraris dimana sebagian besar masyarakat bekerja menjadi petani buat memenuhi kebutuhan hayati serta sebagai sumber pendapatan (Wahyuningsih & Pradana, 2021). Selain itu sektor pertanian ialah andalan menjadi penyumbang sebagai devisa negara, termasuk pertanian dibidang perjuangan tani jeruk. Pertanian tidak hanya identik dengan sawah, melainkan terdapat subsector lain mirip hal nya sektor pertanian subsektor hortikultura (Khairad, 2020). Pembangunan pertanian disatu sisi dituntut buat menjamin pendapatan yang layak bagi petani, sedangkan di sisi lain bisa menyediakan akibat pertanian dalam jumlah yang relatif dengan harga terjangkau oleh rakyat.

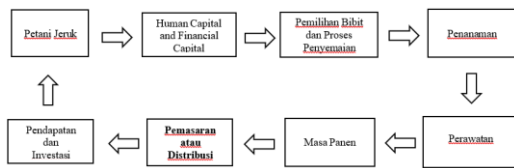
Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Winters salah satu peran sektor pertanian sebagai pemenuhan kebutuhan pokok atau pangan, maka semakin bertambahnya penduduk secara otomatis akan menjadikan konsumsi pangan juga akan meningkat sehingga dapat meningkatkan perekonomian bagi petani (Yogiswara & Sutrisna, 2021). Sektor pertanian umumnya merupakan sektor yang dapat ditangkap untuk investasi. Sehingga demikian peningkatan produktivitas tanaman padi menjadi prioritas utama dalam upaya memenuhi kebutuhan pangan yang terus meningkat seiring dengan penambahan populasi manusia. Penerapan teknologi pertanian

terkini telah menjadi salah satu solusi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas tanaman padi secara signifikan (Siregar, 2023).

Sejarah menunjukkan bahwa sektor pertanian di Indonesia telah memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Beberapa peran penting sektor pertanian antara lain adalah sebagai sumber devisa negara, sebagai penyedia lapangan kerja yang ekstensif, penyedia bahan baku industri, dan dalam penyedia pangan penduduk Indonesia yang jumlahnya 212 juta jiwa (Fikriman & Fuji, 2023).

Salah satu upaya yang ditempuh buat menaikkan pendapatan petani ialah menggunakan cara mengusahakan komoditas pertanian yang mempunyai nilai hemat tinggi serta memiliki potensi pasar yg relatif besar, baik pasar dalam negeri juga luar negeri. Sektor pertanian yang dikembangkan salah satunya merupakan hortikultura yang mencakup buah- buahan, sayuran dan bunga. buah-buahan relatif potensial buat dikembangkan dengan pertimbangan permintaannya terus meningkat (Tando, 2019). Salah satu tumbuhan hortikultura berasal komoditi buah-buahan yaitu jeruk. Jeruk sudah usang dibudidayakan pada Indonesia serta pada negara-negara tropis Asia lainnya secara alami ataupun dibudidayakan. Jeruk adalah keliru satu komoditas hortikultura yang mendapat prioritas buat dikembangkan, karena usahatani jeruk menyampaikan

laba yang tinggi, sebagai akibatnya bisa dijadikan menjadi sumber pendapatan petani.



Gambar 1. Siklus Produksi Petani Jeruk
Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa para petani khususnya di Desa Karangwidoro umumnya melakukan siklus tersebut dalam proses usahanya. Namun, berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, para petani mengakui bahwa permasalahan utama dalam kegiatan usahanya adalah bagaimana cara petani menjangkau lebih banyak pelanggan untuk memasarkan hasil panennya. Oleh karena itu, banyak petani mengeluhkan sistem distribusi yang hanya melalui para pengepul dikarenakan para pengepul tersebut membeli hasil panen tersebut terkadang dibawah harga pada umumnya.

Tabel 1. Biaya Produksi Usaha Pertanian (bulan)

No.	Instrumen	Jumlah	Harga
1.	Bibit	300 pohon	Rp. 1.500.000,-
2.	Tenaga Kerja	10	Rp. 16.500.000,-
	Perawatan	@30 Hari	Rp. 2.000.000,-
3.	- Pupuk		
	- Air		
	- Pestisida)		
Total Pengeluaran			Rp. 20.000.000,-

Sumber: Olah data peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas yang didapat diketahui bahwa biaya produksi petani cukup besar hingga

mencapai Rp. 20.000.000, hal ini jika tidak dibarengi dengan strategi petani dalam meningkatkan pendapatan maka akan menyebabkan rendahnya tingkat pendapatan yang disebabkan karena pengalihan dana pendapatan menjadi biaya produksi. Sehingga perlu adanya strategi petani dalam meningkatkan penjualan hasil panennya yang salah satunya melalui pemasaran.

Pemasaran ialah suatu kegiatan utama dalam menjamin kesinambungan hidup, perkembangan dan keuntungan pengusaha. tercapai atau engganinya untuk mencapai sasaran usaha tergantung kepada keterampilannya dalam bagian memasarkan, memproduksi, finansial, dan lain - lain. Selanjutnya bergantung kepada keterampilan yang dimiliki masing - masing individu dalam gabungan peran itu supaya bisa beroperasi dengan baik. Melalui strategi pemasaran yang dilakukan petani maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan hasil panen para petani. Strategi pemasaran ialah seperangkat tujuan, pedoman, dan aturan yang memberikan pengarahannya pada kegiatan pemasaran perusahaan dan acuan serta atribusinya pada setiap tingkat, terutama dalam menanggapi lingkungan dan keadaan kompetitif perusahaan yang dapat berubah (Yuliana & Ardansyah, 2022).

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Karangwidoro, Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan secara partisipatif pasif, wawancara terstruktur, dan dokumentasi.

3. Hasil

Desa Karangwidoro merupakan salah satu desa dari 10 desa yang ada di kecamatan Dau Kabupaten Malang, Jawa Timur. Desa ini terbagi menjadi tiga dusun yaitu Karang Tengah, Karang Ampel dan Karang Dara, ketiga dusun ini berda di daerah perbukitan yang berbatasan dengan wilayah kota Malang dengan jumlah total penduduk kurang lebih 6300 Jiwa sekitar 60% penduduk desa ini berprofesi sebagai petani dan sebagian lainnya sebagai buruh, wiraswasta, dan pegawai sipil.

Hal itu karena letak geografisnya sangat mendukung untuk menjalani prospek tersebut. Selain itu juga terdapat sebagian masyarakat yang bekerja sampingan dengan membuka usaha seperti warung makan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang warga desa Karangwidoro yang menyebutkan bahwa dari tingkat pendidikan masyarakat di Kecamatan Dau bervariasi dan sebagian besar berijazah SD.

Petani didesa ini biasa bercocok tanam seperti padi, jagung, kacang, apel, jeruk dan sayur-sayuran, namun mayoritas ditanam petani diantara komoditi tanaman tersebut adlah padi dalam budidaya tanaman padi Masyarakat di desa Karangwidoro, Kecamatan Dau sebagian besar bekerja di sektor peternakan dan pertanian.

Lahan garapan dalam pertanian jeruk merupakan lahan yang berada di dataran tinggi dan bersuhu dingin, lahan yang ditanami jeruk termasuk lahan yang subur, contohnya lahan di daerah Kecamatan Dau. Luas penguasaan lahan pertanian merupakan sesuatu yang sangat penting dalam proses produksi ataupun usaha tani dan usaha pertanian. Dalam usaha tani misalnya pemilikan atau penguasaan lahan sempit sudah pasti kurang efisien dibanding lahan yang lebih luas. Semakin sempit lahan usaha semakin tidak efisien usaha tani yang dilakukan kecuali usaha tani dijalankan dengan tertib. Luas pemilikan atau penguasaan berhubungan dengan efisiensi usaha tani.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pada proses pemasaran ditemukan adanya beberapa masalah ekonomi yang dialami, yakni kurangnya inovasi pada penjualan jeruk menjadi barang setengah jadi atau pun jadi. Para petani desa Karangwidoro lebih memilih menjual jeruknya secara mentah atau dalam bentuk buah, dari hasil wawancara yang dilakukan petani enggan untuk melakukan inovasi terhadap pemasarannya. Rasa takut petani yang besar akan resiko kerugian dan kurangnya paradigma untuk mengembangkan usahanya lebih berkembang membuat petani kurang berinovasi untuk melakukan perubahan terhadap pemasarannya, hal itu mengakibatkan stagnasi terhadap pemasaran jeruk.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui tingkat pendapatan petani dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Gambar 2. Tingkat Pendapatan Petani Jeruk
Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan grafik diatas, dapat kita lihat bahwa terjadinya fluktuasi tingkat pendapatan petnai dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Pada umumnya petani mengambil 30% dari total pendapatan. Sehingga jika fenomena ini terus terjadi maka akan menyebabkan para petani mengalami fluktuasi pendapatan yang berpengaruh pada pengalokasian biaya dalam proses usaha tani.

Hal ini jika terus dibiarkan terjadi akan menjadi permasalahan bagi petani dalam mengembangkan usahanya dikarenakan rendahnya tingkat pendapatan ini dapat menyebabkan rendahnya tingkat *disposable income* petani yang hal ini masih belum dipengaruhi oleh inflasi, meningkatkan biaya tenaga kerja, dan juga meningkatnya beban operasional pertanian.

Sehingga, dengan melihat fenomena tersebut, maka perlu adanya strategi yang dapat diterapkan oleh para petani khususnya petani jeruk di Desa Karangwidoro Kabupaten Malang agar

usaha pertaniannya terus bertahan ditengah kondisi perekonomian yang tidak stabil dalam segala aspek.

4. Pembahasan

A. Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa petani jeruk didesa Karangwidoro Kecamatan Dau Kabupaten Malang pada dasarnya sudah mengetahui bahwasanya hasil panen yang telah dihasilkan perlu adanya strategi penjulana agar mendapatkan nilai jual yang tinggi. Namun seperti yang kita ketahui para petani terkendala bagaimana strategi bagaimana cara menjual hasil panen agar memiliki nilai lebih tinggi daripada harga pengepul.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat berperan dalam kemajuan mencapai target penjualan usaha. Maka dari itu para petani jeruk diharapkan dapat menggunakan 4 unsur dari rencana pejualan upaya menciptakan sasaran dari usaha tersebut. 4 unsur dari strategi pemasaran yakni *Segmentation, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix*, sebagai berikut:

1) Segmentasi

Segmentasi ialah menganalisis dan menggunakan kesempatan yang timbul pada perdagangan. Segmentasi merupakan bidang dalam mengamati pasar bersumber pada objek yang bertumbuh pada penduduk. ketika mengamati pasar, suatu usaha mesti kreatif serta inovatif dalam pertumbuhan yang telah timbul, karna segmentasi adalah tindakan pertama

dalam penentuan keutuhan kegiatan usaha anda.

2) *Targeting*

Targeting ialah prosedur mendistribusikan sarana perusahaan dengan cara efisien, sebab itu sumber daya yang dimiliki kurang sebagai akibatnya usaha wajib mensurvei serta memastikan segmen mana yang di ingin disasarkan.

3) *Positioning*

Positioning ialah suatu prosedur dalam menciptakan kesan yang akan diingat pada benak konsumen. Yang dimana strategi ini bersangkut dengan menciptakan sebuah kepercayaan, serta keyakinan kepada konsumen. Positioning menjalankan peranan dengan menjualkan suatu produk dalam usaha. Lantaran membentuk positioning artinya menciptakan keyakinan kepada pelanggan.

4) *Marketing Mix*

Perusahaan ketika melakukan kegiatannya, perusahaan yang berkecimpung pada aspek barang ataupun jasa ke duanya memiliki keinginan yang sama yakni mendapatkan laba. Selanjutnya perusahaan pula hendak memberi kenyamanan kepada pembeli berhubung dengan produk yang kita hasilkan, lantaran kenyamanan pembeli adalah kunci keunggulan dengan membuat produk yang bermutu, serta yang diharapkan pembeli. Untuk tercapainya prosedur penjualan yang sempurna serta terbaik buat digunakan, liannya perusahaan bisa meninjau atas aspek bauran pemasaran. Perkara ini berpengaruh sebab bauran pemasaran

ialah salah satu inti peninjauan pembeli untuk memutuskan pembelian dalam produk. Apabila usaha tersebut tidak paham dengan kebutuhan konsumen, bisa dipastikan jika usaha dapat mengalami kegagalan pada kesempatan yang ada, memikat pembeli dan produk yang disampaikan bakal kandas.

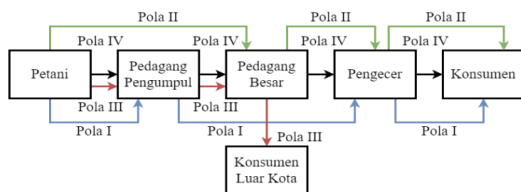
Pada era digital yang semakin berkembang ini, teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang pertanian. Perkembangan teknologi ini telah memungkinkan para petani dan pemangku kepentingan pertanian untuk menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan konsumen. Selain itu, petani memiliki pandangan positif terhadap penggunaan media sosial dalam penyuluhan pertanian. Meskipun, masih terdapat hambatan dalam penggunaan media sosial di antaranya adalah kurangnya kesadaran dan pelatihan bagi petani (Destrianto, 2023).

Menurut Downey dan Erickson dalam Hasanuddin, *et al* (2021) menyatakan bahwa tingkat efisiensi pemasaran buah hortikultura adalah pemasaran yang mempunyai saluran pendek dan barang cepat sampai ke konsumen akhir. Alasan Downey dkk tentang komoditas hasil pertanian bahwa pada umumnya buah hortikultura tidak bisa bertahan lama dan paling lama 1- 3 hari.

Efisiensi usaha pada dasarnya adalah ratio luaran terhadap masukan baik biaya produksi maupun biaya-

biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan barang dan jasa. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji tentang efisiensi pemasaran yang dilakukan petani terhadap saluran distribusi buah kentang sampai ke konsumen akhir.

B. Saluran Pemasaran



Gambar 3. Tingkat Pendapatan Petani Jeruk
Sumber: Peneliti (2023)

Saluran pemasaran yang baik adalah ketika memiliki rantai pemasaran pendek dan selisih harga di tingkat konsumen akhir dengan harga di tingkat produsen tidak jauh berbeda. Dari segi ekonomi, saluran dikatakan efisien jika total keuntungan pedagang perantara relatif kecil dari biaya pemasaran. Adanya biaya, keuntungan dan efisiensi pemasaran akan mempengaruhi bentuk saluran pemasaran (Muniroh *et al.*, 2022).

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa dimana tingkat pengeluaran produksi (pupuk, tenaga kerja, perawatan dan distribusi) merupakan modal yang dikeluarkan oleh petani untuk menunjang produksi pertanian agar hasil yang didapatkan maksimal, yaitu apabila dosis pupuk disesuaikan dengan kebutuhan tanaman.

C. Strategi Pengelolaan Lahan

Berdasarkan peneliatan ditemukan bahwa modal awal yang dibutuhkan petani untuk membuka lahan membutuhkan modal hanya untuk membeli bibit pohon buah jeruk sekitar 300 bibit pohon. Selanjutnya hanya membutuhkan biaya untuk perawatan karena dalam siklus pemanenan buah jeruk hanya cukup sekali penanaman pohon dan selanjutnya membutuhkan biaya untuk perawatan saja. Dalam satu penanaman bibit pohon bisa bertahan hingga 10-20 tahun, Setelah pohon berumur 4 tahun petani mampu memaksimalkan pemanenan karena bisa menghasilkan kurang lebih 1 kwintal jeruk pertahunnya. Permasalahan yang dialami oleh petani jeruk timbul akibat berbagai factor, tidak hanya dalam hal pemupukan tetapi faktor alam terutama iklim sangat berpengaruh, seperti pada musim kemarau, petani akan kekurangan air karena aliran mengalami kekeringan sehingga kebutuhan air pada tumuhan jeruk meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian untuk pupuk sendiri, petani biasanya menggunakan pupuk organik dan pupuk kimia, pupuk organik sendiri dihargai dengan 20 ribu per karung, dan untuk sekali untuk pupuk sendiri, petani biasanya menggunakan pupuk organik dan pupuk kimia, pupuk organik sendiri dihargai dengan 20.000 per karung, dan untuk dalam sekali pemupukan di seluruh lahan membutuhkan 20 karung pupuk organik. Untuk pupuk kimia sendiri di

harga dengan 150.000 per 1 Kilogram dan untuk dalam sekali pemupukan diseluruh lahan membutuhkan 30 kilogram pupuk kimia. Namun dikarenakan untuk saat ini pupuk sedang mahal, untuk pupuk, petani menggunakan alternatif lain yaitu menggunakan pupuk kandang dari kotoran hewan, seperti kotoran ayam, kotoran kambing, dan kotoran sapi dan pupuk kandang tersebut mempunyai hampir kesamaan dengan pupuk kimia dari segi komposisi dan manfaat nya.

Sesuai dengan pendapat dari Kardaniata (dalam Yuliana & Ardansyah, 2022) menjelaskan bahwa jika peningkatan penjualan ialah suatu kondisi pada penjualan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan mengalami peningkatan dalam satuan rupiah selama periode waktu tertentu. Oleh karena itu peningkatan penjualan ialah aspek yang dapat mempengaruhi jumlah modal kerja. Dengan kata lain, peningkatan penjualan syarat untuk menaikkan tingkat transaksi dan pertukaran barang dan jasa dengan nilai uang ditentukan mengalami kenaikan

5. Kesimpulan

Produktivitas hasil pertanian menjadi sumber pendapatan utama dalam upaya memenuhi kebutuhan pangan yang terus meningkat seiring dengan penambahan populasi manusia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi petani dalam mengatasi fluktuasi penjualan melalui pemasaran hasil pertaniannya untuk tetap meningkatkan pendapatannya. Penelitian ini

menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Petani memerlukan strategi dalam menghadapi fluktuasi penjualan hasil panen. Terdapat 3 strategi yang bisa dilakukan oleh petani yaitu, strategi pemasaran yang dimana terdapat 4 unsur dari rencana penjualan upaya menciptakan sasaran dari usaha tersebut yaitu *Segmentation, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix*. Strategi selanjutnya yaitu dengan memaksimalkan pemasaran dengan memiliki rantai pemasaran pendek dan selisih harga di tingkat konsumen akhir dengan harga di tingkat produsen tidak jauh berbeda. Dibutuhkan strategi petani untuk membuka lahan dan modal untuk membeli bibit pohon buah jeruk sekitar 300 bibit pohon.

Selanjutnya hanya membutuhkan biaya untuk perawatan karena dalam siklus pemanenan buah jeruk hanya cukup sekali penanaman pohon dan selanjutnya membutuhkan biaya untuk perawatan saja. Oleh karena itu peningkatan penjualan ialah aspek yang dapat mempengaruhi jumlah modal kerja. Dengan kata lain, peningkatan penjualan syarat untuk menaikkan tingkat transaksi dan pertukaran barang dan jasa dengan nilai uang ditentukan mengalami kenaikan. Ini merupakan strategi terakhir pengelolaan lahan. Permasalahan yang dialami oleh petani jeruk timbul akibat berbagai faktor, tidak hanya dalam hal pemupukan tetapi faktor alam terutama iklim sangat berpengaruh, seperti pada musim

kemarau, petani akan kekurangan air karena aliran mengalami kekeringan sehingga kebutuhan air pada tumuhan jeruk meningkat. adalah salah satu solusi dari fluktuasi Petani juga perlu sadar pemilihan saluran pemasaran yang efektif dan efisien yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pendapatan petani. Selain itu, petani juga perlu meningkatkan strategi pengelolaan lahannya agar dapat seimbang dengan hasil panen sehingga menghindari kerugian. Diharapkan kepada petani sadar dengan berkembangnya zaman harus mampu berkembang menjadi petani cerdas yang bisa memanfaatkan berkembangnya iptek dan arus globalisasi sebagai peluang mereka untuk melakukan inovasi terhadap usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka disarankan kepada petani untuk meningkatkan laba

yang lebih dengan menjual barang jadi maupun barang jadi berupa minuman kemasan ataupun perasa jeruk yang nantinya akan lebih menguntungkan dan menjanjikan. Namun, para petani sudah merasa cukup puas dengan hasil panen mereka dengan keuntungan 80% tersebut, zona nyaman itulah yang membuat perspektif mereka tidak terbuka sehingga membuat mereka kehilangan banyak kesempatan yang akan banyak probabilitas untuk meningkatkan produktivitas dalam berwirausaha. Hal tersebut tidak bisa dibiarkan terus terjadi karena dengan berkembangnya zaman petani juga harus berkembang menjadi petani cerdas yang bisa memanfaatkan berkembangnya iptek dan arus globalisasi sebagai peluang mereka untuk melakukan inovasi terhadap usahanya

6. Ucapan Terima Kasih/ Acknowledgement

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan artikel penelitian ini. Terima kasih juga kepada pihak-pihak yang terlibat khususnya pemerintah Desa Karangwidoro Kabupaten Malang dan Universitas Negeri Malang.

7. Referensi/ References

- Destrianto, M. R. (2023). Penelitian Penerapan Sosial Media dalam Kegiatan Penyuluhan Pertanian pada Portal Database Garuda: Sebuah Narrative Review. *AGRIFITIA : Journal of Agribusiness Plantation*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.55180/aft.v3i1.356>
- Fikriman, Fuji Kacaya Mita, P. (2023). Strategi Dalam Pengelolaan Usaha Holtikultura Yang Ada Di Indonesia (Artikel Review). *BASELANG (Jurnal Ilmu Pertanian, Peternakan, Perikanan Dan Lingkungan e-Journal.Faperta.Universitasmuarabungo.Ac.Id)*, 3(1), 29-35.
- Hasanuddin, A., Said, M., & Ruslan, M. (2021). Pengaruh Saluran Distribusi, Biaya Pemasaran Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Petani Kentang Di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.35965/jbm.v3i1.590>

- Khairad, F. (2020). Analisis Wilayah Sentra Produksi Komoditas Unggulan Pada Sub Sektor Tanaman Pangan Dan Tanaman Hortikultura Di Kabupaten Agam. *AgriFo : Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 60. <https://doi.org/10.29103/ag.v5i1.2958>
- Muniroh, P. R. A., Budiraharjo, K., & Mukson. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Kentang di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. *Mediagro*, 123(2), 123–135.
- Siregar, M. A. R. (2023). *Peningkatan Produktivitas Tanaman Padi Melalui Penerapan Teknologi Pertanian Terkini*. 1–11.
- Tando, E. (2019). Review : Pemanfaatan Teknologi Greenhouse Dan Hidroponik Sebagai Solusi Menghadapi Perubahan Iklim Dalam Budidaya Tanaman Hortikultura. *Buana Sains*, 19(1), 91. <https://doi.org/10.33366/bs.v19i1.1530>
- Wahyuningsih, R., & Pradana, G. W. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Hendrosari Melalui Pengembangan Desa Wisata Lontar Sewu. *Publika*, 323–334. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n2.p323-334>
- Yogiswara, I. G. N. A., & Sutrisna, I. K. (2021). Pengaruh Perubahan Iklim Terhadap Hasil Produksi Ikan di Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*, 10(9), 3613–3643.
- Yuliana, Y., & Ardansyah, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Minuman Kedai Kopi Square di Kota Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 309–320. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.265>