



# Penguatan Kelembagaan dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML)

Defia Riski Anggarini<sup>1</sup>, Dhiona Ayu Nani<sup>1\*</sup>, dan Wendy Aprianto<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknokrat Indonesia, Lampung, Indonesia

\*Email korespondensi: [dhiona.a@teknokrat.ac.id](mailto:dhiona.a@teknokrat.ac.id)

**Info Artikel:** Diterima: 07 Januari 2021; Disetujui: 12 April 2021; Dipublikasi: 10 Mei 2021

**Abstrak:** Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk menumbuhkan kemandirian GAPOKTAN dalam penjualan hasil panen dengan memberikan pemahaman tentang institusi kelembagaan sehingga memudahkan para anggota Gapoktan dalam membuat proposal pendampingan yang dapat diajukan pada instansi-instansi terkait, memberikan pemahaman dalam pengelolaan keuangan melalui pelatihan pembukuan, serta memberikan pemahaman tentang *Online Marketing* melalui pelatihan penjualan secara *online* pada platform marketing digital yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Hasil PKM ini ditunjukkan dengan pengetahuan dan pemahaman para anggota GAPOKTAN tentang penyusunan proposal sudah mulai bertambah semenjak mengikuti pelatihan, antusiasme ditunjukkan melalui keaktifan mereka saat mengikuti pelatihan, pengetahuan masyarakat mengenai pengelolaan keuangan melalui pencatatan keuangan ketika panen sudah meningkat, serta pengetahuan masyarakat mengenai penjualan secara *online* melalui *platform* digital sudah meningkat.

**Kata Kunci:** Pengabdian Kepada Masyarakat; GAPOKTAN; Institusi Kelembagaan; Pengelolaan Keuangan; *Online Marketing*.

## Kutipan:

Anggarini, D. R., Nani, D. A., & Aprianto, W. (2021). Penguatan Kelembagaan dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML). *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1): 59-66. DOI: <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.59>

## 1. PENDAHULUAN

GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML) merupakan Gabungan Kelompok Tani yang terletak di kaki Gunung Betung, Desa Sidodadi, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung (Katalampung.com, 2020). GAPOKTAN SML mengelola hasil panen kopi pada kebun kopi yang terletak di kaki gunung, sehingga akses untuk mendistribusikan dan memasarkan hasil panen kopi tersebut terbatas. Sulitnya proses distribusi dan pemasaran membuat GAPOKTAN SML kesulitan dalam memasarkan hasil panennya sehingga meningkatkan angka ketergantungan penjualan hasil panen pada tengkulak. Padahal, jika GAPOKTAN SML dapat mendistribusikan dan memasarkan hasil panen kopi secara mandiri hal ini dapat meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu para GAPOKTAN SML juga belum pernah melakukan pencatatan keuangan usahanya dikarenakan ketergantungan kepada tengkulak yang menyebabkan mereka berpikir bahwa pencatatan keuangan usaha belum diperlukan karena penjualan tidak dilakukan secara langsung.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada GAPOKTAN SML bahwa mereka dapat menciptakan kemandirian dalam pengelolaan usaha kopi melalui tiga program. Program yang pertama yaitu sosialisasi mengenai institusi kelembagaan untuk memudahkan GAPOKTAN dalam membuat proposal pendampingan yang dapat diajukan ke

instansi-instansi terkait, sehingga GAPOKTAN dapat mengembangkan usahanya. Program kedua yang dilakukan yaitu mengenai pengelolaan keuangan usaha. Pengelolaan keuangan menjadi hal penting yang perlu diperhatikan dalam suatu usaha. Pengelolaan keuangan paling sederhana yang dapat dilakukan adalah pembukuan usaha. GAPOKTAN SML memiliki kendala dalam pengelolaan keuangan dikarenakan mereka belum pernah diberikan pelatihan pembukuan untuk usahanya. Selain itu, pembukuan usaha juga belum dianggap penting karena GAPOKTAN SML tidak melakukan penjualan secara langsung, melainkan kepada tengkulak. Program yang terakhir yaitu sosialisasi pemasaran digital melalui *platform* Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Seperti yang diketahui bahwa GAPOKTAN SML sangat bergantung pada tengkulak dalam melakukan penjualan hasil panen kopi, oleh karena itu program ini memberikan pemahaman bahwa GAPOKTAN bisa melakukan penjualan mandiri secara *online* dengan memanfaatkan *platform* bisnis *online* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Dengan adanya tiga program ini melalui sosialisasi dan pelatihan, GAPOKTAN SML dapat meningkatkan produktivitas dan kemandirian dalam penjualan hasil panen kopi dan mengurangi ketergantungannya pada tengkulak saat musim panen tiba.

## 2. STUDI PUSTAKA

### 2.1 Produktivitas

Faktor penentu utama dalam mengukur perekonomian baik negara maupun usaha adalah produktivitas. Produktivitas menurut Ebert *et al.* (2011) adalah pertumbuhan ekonomi yang membandingkan berapa banyak yang diproduksi oleh suatu system dengan banyaknya sumber daya yang dibutuhkan untuk memproduksinya. Singkatnya, produktivitas dikatakan meningkat jika dengan sumber daya tertentu namun produk yang dihasilkan tinggi. Sumber daya yang mendukung produktivitas dapat berupa tenaga kerja dan sumber daya alam seperti air dan udara. Upadhyaya & Singh (2019) menyatakan bahwa untuk mencapai produktivitas, yang perlu dilakukan adalah dengan *Sustainable Management* atau pengelolaan secara berkelanjutan. *Sustainable management* diartikan sebagai konservasi, pemanfaatan, dan pembagian manfaat yang adil dari sumber daya alam sehingga kebutuhan saat ini dapat terpenuhi tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. *Sustainable management* memiliki banyak dimensi seperti fisik, ekonomi, lingkungan, sosial, ilmiah, profesional, teknologi, kelembagaan, hukum, dan politik. Dimensi fisik berkaitan dengan keutuhan kualitas dan kuantitas sumber daya dalam jangka panjang. Dimensi ekonomi berarti sumber daya harus bermanfaat bagi konsumen dan masyarakat dengan biaya yang terjangkau. Dimensi lingkungan dimungkinkan jika kelangsungan hidup keanekaragaman hayati dan kualitas lingkungan jangka panjang tercapai. Dimensi sosial sosial berarti pengelolaan lahan dan air yang sesuai dengan kondisi budaya dan sosial dengan mempertimbangkan keadilan intra-generasi dan antargenerasi. Dimensi ilmiah berarti memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menghasilkan pengetahuan tentang sumber daya ini. Dimensi profesional dapat dicapai jika kapasitas untuk menggunakan pengetahuan dihasilkan. Dimensi teknologi berarti memiliki dan menguasai teknologi untuk mengimplementasikan pengetahuan. Dimensi kelembagaan adalah kemampuan untuk mengembangkan dan melaksanakan kebijakan. Dimensi hukum berarti kemampuan untuk mengelola sumber daya secara legal dan keberlanjutan, dan dimensi politik mengacu pada pembuatan kebijakan dan pelaksanaan kebijakan.

Keberlangsungan hidup suatu usaha ditentukan oleh tingkat produktivitas yang dihasilkan oleh usaha tersebut. Jika produktivitas tinggi, maka keberlangsungan hidup usaha tersebut juga akan maksimal. Beberapa penelitian terdahulu meneliti tentang produktivitas usaha tani diberbagai negara. Studi yang dilakukan Bello *et al.* (2020) meneliti tentang produktivitas petani padi di Nigeria tepatnya di Ogun *State* yang mana daerah ini merupakan daerah penghasil padi terbesar di Negara tersebut. Daerah ini beriklim tripis dan memiliki hutan sabana. Mata pencarian utama pada daerah ini adalah Bertani dengan hasil tani seperti padi, jagung, singkong, ubi, dan pisang. Studi lain seperti Tabo *et al.* (2007) meneliti produktivitas petani gandum di Afrika Barat. Latar belakang dipilihnya wilayah ini dikarenakan wilayah ini merupakan daerah dengan

pengembangan agrikultur terendah, sehingga peneliti menawarkan strategi penerapan pupuk. Studi yang dilakukan Adio *et al.* (2016) menginvestigasi penggunaan sumber informasi agrikultur oleh petani untuk meningkatkan produktivitas di Kwara State, Nigeria dengan survei sebanyak 447 petani di enam area pemerintahan. Hasilnya menunjukkan bahwa sumber informasi yang kebanyakan digunakan oleh petani adalah relasi antar petani, media masa seperti tv dan radio, dan telepon seluler. Kebutuhan informasi oleh petani antara lain mengenai hasil panen, produksi ternak, pengadaan pupuk dan sebagainya. Myeni *et al.* (2019) mengidentifikasi tantangan yang mempengaruhi produktivitas agrikultur petani di Afrika Selatan. Data diperoleh dari 359 petani menggunakan survei. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi oleh para petani antara lain adalah masalah pendidikan, modal, dan ketenagakerjaan. Pemerintah diharapkan bisa menyediakan sumber daya dan infrastruktur untuk meningkatkan kualitas yang lebih baik dari hasil tani (Myeni *et al.*, 2019).

## 2.2 Online Marketing

*Marketing* atau pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan kepada konsumen mengenai produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Setiap perusahaan pasti melakukan *marketing* untuk meningkatkan penjualan produknya. Menurut Kotler (2012), *marketing* adalah kegiatan yang mempertemukan manusia dan kebutuhan sosial. SebeluBagi seorang petani yang akan melakukan *marketing*, kendala pada proses pemasaran harus dipertimbangkan sejak awal agar tercapainya *marketing efficiency* dan bisa mengatasi kegagalan pasar (Kyomugisha *et al.*, 2018). Studi yang dilakukan oleh Kyomugisha *et al.* (2018) menginvestigasi faktor yang membatasi akses pasar petani dan efisiensi pasar pada petani kentang di Negara Uganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menjalankan kontrak dengan pembeli, kepemilikan lahan, kelengkapan peralatan tani, dan variasi tanaman berperan dalam memperluas akses pasar petani. Selain itu, Arinaitwe *et al.* (2017) menilai sikap atas risiko produksi dan modal sosial pada petani nanas di Negara Uganda dengan melakukan wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa pemilihan pasar berhubungan dengan sikap petani yang tergolong sebagai *risk seeker* dan memiliki level kepercayaan yang tinggi terhadap partnernya. Hao *et al.* (2018) membahas faktor penentu pilihan saluran pemasaran petani, terutama bagaimana keanggotaan koperasi berdampak pada pilihan tersebut. Studi ini dilakukan dengan 625 petani apel di Provinsi Shaanxi dan Shandong, China. Hasilnya menunjukkan bahwa keanggotaan koperasi memiliki pengaruh positif pada penjualan secara besar (grosir). Penelitian ini membuktikan bahwa dengan mengikuti keanggotaan koperasi, penjualan yang dilakukan oleh petani apel bisa lebih efektif.

Sebelumnya, *marketing* biasa dilakukan dengan pemasangan iklan baik di media koran, televisi, maupun media informasi lainnya. Saat ini *marketing* dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram ataupun dengan menggunakan aplikasi belanja *online* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. *Marketing* yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial maupun aplikasi belanja *online* dinilai sangat efektif dan efisien karena hal ini memudahkan konsumen untuk tidak harus datang ke lokasi penjual. Fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi belanja *online* juga sangat mudah untuk digunakan oleh pengguna aplikasi. Dari sisi penjual, *online marketing* juga sangat efektif untuk menjangkau konsumen yang tidak terbatas dari segi wilayah dan waktu.

## 3. METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Desa Sukadadi, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. Kegiatan ini diikuti oleh anggota Gabungan Kelompok Tani Sumber Murni Lampung yang berjumlah 30 peserta kegiatan. Seluruh peserta merupakan perwakilan masyarakat Desa Sukadadi yang selain mengelola kebun kopi, juga memiliki usaha sampingan lainnya seperti warung sembako. Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini meliputi pendekatan institusional, metode diskusi, pendekatan partisipatif, dan pemberian pelatihan. Pendekatan institusional dilakukan dengan melakukan komunikasi mengenai masalah yang sedang dihadapi mitra dan kebutuhan mitra melalui kegiatan wawancara dengan Kepala Desa Sukadadi dan Ketua GAPOKTAN

SML. Metode diskusi dilakukan berkaitan dengan solusi permasalahan yang akan ditawarkan pada mitra, serta teknis pelaksanaan kegiatan. Setelah dilakukan diskusi mengenai solusi permasalahan, selanjutnya dilakukan pendekatan partisipatif yaitu dengan keterlibatan pelaksana kegiatan dan peserta kegiatan. Terakhir dilakukan pelatihan dengan rincian tahapan sebagai berikut:

1. Diskusi Terbuka  
Diskusi ini dilakukan bersama dengan peserta kegiatan untuk memberikan pemahaman mengenai kemandirian usaha.
2. Pelatihan Pembuatan Proposal Terbuka  
Pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman para peserta kegiatan mengenai konsep proposal dan kegunaannya bagi Lembaga Tani, sehingga nantinya dapat memudahkan para GAPOKTAN untuk mendapatkan bantuan dari berbagai pihak.
3. Pelatihan Pembukuan  
Pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman peserta kegiatan mengenai pentingnya pelaku usaha untuk melakukan pembukuan. Pada pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pencatatan transaksi secara sederhana.
4. Pelatihan *Digital Marketing*  
Pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman peserta kegiatan mengenai pemasaran *online* dengan memanfaatkan media digital. Peserta juga diberikan materi mengenai teknik pengelolaan aplikasi belanja *online* untuk memasarkan produknya.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini diawali dengan kunjungan pertama untuk melakukan pendekatan institusional. Pendekatan ini dilakukan dengan langsung mendatangi Balai Desa Sukadadi dan bertemu dengan Kepala Desa Sukadadi yaitu Bapak Rudi, serta ketua GAPOKTAN SML yaitu Bapak Sunardi. Pada tahapan ini, tim PKM menyampaikan maksud dan tujuan dalam melaksanakan kegiatan PKM, serta menampung permasalahan yang dialami oleh para GAPOKTAN SML. Pada pertemuan ini, Tim PKM menampung seluruh permasalahan pada yang dialami GAPOKTAN SML berdasarkan penyampaian dari Bapak Rudi selaku Kepala Desa dan Bapak Sunardi selaku Ketua GAPOKTAN SML.



**Gambar 1.** Pertemuan Tim PKM dengan Kepala Desa Sukadadi dan Ketua GAPOKTAN SML

Secara umum, permasalahan yang dihadapi oleh Masyarakat Desa Sidodadi yang juga tergabung dalam GAPOKTAN SML adalah ketergantungan dalam penjualan hasil panen kopi pada tengkulak. Selain itu, disampaikan pula bahwa masyarakat belum mengetahui tentang pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha. Setelah dilakukan pendekatan institusional untuk

menampung permasalahan mitra, selanjutnya dilakukan diskusi yang membahas solusi yang dapat ditawarkan oleh Tim PKM pada GAPOKTAN SML. Solusi ini berkaitan dengan pelatihan atau sosialisasi apa yang bisa diberikan oleh Tim PKM untuk membantu mitra menyelesaikan pemasalahannya. Berdasarkan diskusi yang dilakukan oleh Tim PKM dan Kepala Desa Sukadadi, serta Ketua GAPOKTAN SML, diperoleh kesepakatan bahwa Tim PKM akan memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai tiga permasalahan mitra yaitu ketergantungan pada tengkulak, pengelolaan keuangan usaha, dan pemasaran digital.

Setelah melakukan pendekatan institusional dan diskusi, Tim PKM melakukan kunjungan yang kedua untuk melaksanakan pelatihan yang diikuti oleh 30 masyarakat Desa Sukadadi yang juga tergabung dalam anggota GAPOKTAN SML. Pada pelatihan ini, materi pertama disampaikan oleh narasumber pertama dari Tim PKM, yaitu Bapak Wendy Aprianto mengenai Penguatan Kelembagaan melalui pengenalan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Materi ini dibawakan untuk memperkenalkan BUMDES sehingga nantinya masyarakat dapat secara mandiri mengelola hasil panen dan usahanya tanpa bergantung pada pihak lain. BUMDes dibentuk agar Pemerintah dapat menjangkau sasaran yang akan disejahterakan sesuai dengan Permendagri No 39 Tahun 2010 (Yusnaini *et al.*, 2020). Pada materi ini, narasumber memberikan pemaparan bahwa BUMDes merupakan perwujudan peningkatan pelayanan publik bagi pengembangan usaha mikro berdasarkan kebutuhan masyarakat dan potensi desa untuk kesejahteraan bersama. Selain itu, BUMDes juga sebagai sarana penciptaan lapangan kerja dan media pemberdayaan ekonomi kerakyatan. BUMDes memiliki banyak manfaat seperti meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, kesempatan untuk menjalankan usaha, sampai mengurangi kemiskinan masyarakat. Pemberian materi ini diharapkan dapat memotivasi peserta untuk mulai membentuk BUMDes dan pembuatan proposal untuk pengajuan bantuan pada Pemerintah setempat. Hal ini sebagai perwujudan penguatan kelembagaan pada Desa Sukadadi.



**Gambar 2.** Penyampaian Materi oleh Narasumber

Setelah penyampaian materi mengenai penguatan kelembagaan oleh narasumber pertama, selanjutnya penyampaian materi mengenai pengelolaan keuangan usaha oleh narasumber kedua yaitu Ibu Dhiona Ayu Nani. Pada materi ini, peserta kegiatan diberikan pelatihan pembukuan sederhana dikarenakan peserta kegiatan sama sekali belum mengenal sistem pembukuan. Pada materi kedua ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pelaku usaha untuk melakukan pembukuan. Pembukuan usaha dilakukan untuk melacak dan mencatat transaksi-transaksi yang terjadi pada usaha. Pembukuan juga dilakukan untuk menganalisis biaya-biaya yang terjadi pada usaha, sehingga pada kegiatan usaha selanjutnya, pelaku usaha dapat menganalisis biaya mana yang bisa ditekan untuk mengurangi pengeluaran usaha. Pada kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan ketika melakukan pembukuan

usaha, seperti memperhitungkan modal awal dan pengeluaran rutin per hari. Ketika melakukan pembukuan, pelaku usaha harus memperhitungkan biaya tak terduga dan menyiapkan dana melebihi perhitungan tersebut. Sistem pengeluaran pada usaha juga harus selalu memakai nota/struk untuk memudahkan pelacakan transaksi. Hal yang terpenting, pelaku usaha harus memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi. Jangan sampai keuangan pribadi dan keuangan usaha dicampur menjadi satu. Pelaku usaha dapat membandingkan pembukuannya setiap semester untuk melihat apakah usahanya mengalami keuntungan atau kerugian. Setelah memberikan materi pengantar pembukuan, narasumber kedua memberikan pelatihan untuk melakukan pembukuan secara manual maupun secara digital menggunakan aplikasi yang terdapat dalam *smartphone*.



**Gambar 3.** Penyampaian Materi dan Pemberian Pelatihan Pembukuan Usaha oleh Narasumber

Penyampaian materi dan pelatihan mengenai pemasaran digital disampaikan oleh narasumber ketiga yaitu Ibu Defia Riski Anggarini. Pada materi ini, narasumber memberikan pemahaman awal mengenai pemasaran digital dan pentingnya memanfaatkan media digital untuk melakukan pemasaran. Narasumber juga memberikan contoh media pemasaran digital melalui media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku usaha seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Whatsapp. Selain itu, pelaku usaha juga dikenalkan dengan aplikasi pemasaran digital seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli.



**Gambar 4.** Penyampaian Materi dan Pemberian Pelatihan Pemasaran Digital oleh Narasumber

Peserta yang merupakan masyarakat Desa Sukadadi yang tergabung dalam GAPOKTAN SML mengikuti kegiatan PKM ini dengan antusias yang tinggi. Hal ini dilihat dari keterlibatan peserta dalam kegiatan ini dengan menunjukkan keaktifan melalui penyampaian pertanyaan kepada para narasumber. Kepala Desa Sukadadi menilai kegiatan PKM ini menjadi kegiatan yang sangat bermanfaat bagi peserta dikarenakan banyak pemahaman yang diperoleh oleh peserta mengenai penguatan kelembagaan, pengelolaan keuangan usaha, dan pemasaran digital. Pada kegiatan ini, peserta juga dapat secara langsung menyampaikan aspirasinya pada Kepala Desa Sukadadi untuk mendukung mereka dalam pendampingan pengajuan proposal bantuan Pemerintah agar usaha yang mereka jalani dapat berkembang lebih baik.



**Gambar 5.** Peserta Memberikan Pertanyaan Kepada Narasumber



**Gambar 6.** Pemberian Sertifikat Peserta dan Foto Bersama

## 6. SIMPULAN

Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah para anggota GAPOKTAN SML yang berada di Desa Sukadadi. GAPOKTAN sebagai aktor utama pada kegiatan pelatihan ini tidak hanya berperan aktif dan terlibat sebagai peserta, tetapi juga bersama – sama belajar menerapkan ilmu yang diperoleh dalam pelatihan ke dalam aktifitas sehari- hari terutama berkaitan dengan aktivitas bertani yang dilakukan. Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kegiatan yang telah dilakukan dalam bentuk pelatihan yang ditujukan untuk para petani lokal khususnya para anggota GAPOKTAN SML menghasilkan dampak sosial maupun dampak ekonomi kepada masyarakat dan para anggota GAPOKTAN khususnya. Berikut ini beberapa dampak sosial ekonomi yang dapat dideskripsikan berdasarkan hasil kerja kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat yang sudah

dilakukan Tim PKM.

1. Masyarakat melalui pelatihan sudah mengetahui tentang bagaimana pengajuan bantuan melalui proposal BUMDes.
2. Masyarakat melalui pelatihan sudah mengetahui tentang pencatatan keuangan usaha.
3. Masyarakat melalui pelatihan penjualan secara online sudah mengetahui bagaimana cara menjual hasil panen melalui *platform* digital yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli.

### UCAPAN TERIMA KASIH (ACKNOWLEDGMENTS)

Kami sebagai Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknokrat Indonesia atas hibah PKM yang diberikan pada tahun 2020. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Mitra yang telah mau bekerjasama untuk melancarkan kegiatan PKM ini.

### REFERENSI

- Adio, E. O., Abu, Y., Yusuf, S. K., & Nansoh, S. (2016). Use of agricultural information sources and services by farmers for improve productivity in Kwara State. *Library Philosophy and Practice*, 2016(1).
- Arinaitwe, S. ., Mshenga, P. M. and, & Ayuya, O. I. (2017). Analysis of Risk Attitudes and Social Capital in Pineapple Marketing: The Case of Small-scale Farmers in Luwero District, Uganda. *African Journal of Rural Development*, 2(2), 235–246.  
<http://afjrd.org/jos/index.php/afjrd/article/view/153/91>
- Bello, L. O., Baiyegunhi, L. J. S., & Danso-Abbeam, G. (2020). Productivity impact of improved rice varieties' adoption: case of smallholder rice farmers in Nigeria. *Economics of Innovation and New Technology*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1776488>
- Hao, J., Bijman, J., Gardebroek, C., Heerink, N., Heijman, W., & Huo, X. (2018). Cooperative membership and farmers' choice of marketing channels – Evidence from apple farmers in Shaanxi and Shandong Provinces, China. *Food Policy*, 74(November 2017), 53–64.  
<https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.11.004>
- Katalampung.com. (2020, Desember 14). PKM FEB UTI Dampingi Petani dan UMKM Desa Sidodadi, Pesawaran. Diakses pada <https://www.katalampung.com/2020/09/pkm-feb-uti-dampingi-petani-dan-umkm.html>.
- Kotler, P. (2012). Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Pearson Education International*.
- Kyomugisha, H., Sebatta, C., & Mugisha, J. (2018). Potato market access, marketing efficiency and on-farm value addition in Uganda. *Scientific African*, 1, e00013.  
<https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2018.e00013>
- Myeni, L., Moeletsi, M., Thavhana, M., Randela, M., & Mokoena, L. (2019). Barriers affecting sustainable agricultural productivity of smallholder farmers in the eastern free state of South Africa. *Sustainability (Switzerland)*, 11(11), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su11113003>
- Tabo, R., Bationo, A., Gerard, B., Ndjunga, J., Marchal, D., Amadou, B., Garba Annou, M., Sogodogo, D., Taonda, J.-B. S., Hassane, O., Diallo, M. K., & Koala, S. (2007). Improving cereal productivity and farmers' income using a strategic application of fertilizers in West Africa. *Advances in Integrated Soil Fertility Management in Sub-Saharan Africa: Challenges and Opportunities*, 201–208. [https://doi.org/10.1007/978-1-4020-5760-1\\_18](https://doi.org/10.1007/978-1-4020-5760-1_18)
- Upadhyaya, A., & Singh, A. (2019). Land and Water Management Strategies for Improving Agricultural Productivity of Farmers. *Journal of Agrisearch*, 05(01), 1–3.  
<https://doi.org/10.4172/2168-9768.1000154>
- Yusnaini, Kencana, D., Burhanudin, Hakiki, A., & Meirawati, E. (2020). *Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Harga Pokok Produksi pada Badan Usaha Milik Desa*. 1(2), 63–68.