



Strategi dan Solusi Pengembangan Usaha Perkebunan Jeruk untuk Meningkatkan Daya Saing

(Studi Kasus Perkebunan Jeruk Salit di Kabanjahe)

Marito Ritonga^{1*}, Fadli Agus Triansyah², Andi Cici Thania³, Nela Permata Sari Lubis⁴,
Ananda Christopher Lumbantoruan⁵, Artika Rahma Dani⁶

^{1,2,3,5,6}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Negeri Medan, Indonesia

⁴Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mariritonga@unimed.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the management and development strategies of a citrus farming enterprise to enhance competitiveness at the Salit Citrus Plantation in Kabanjahe. A qualitative approach with a case study design was employed, utilizing semi-structured interviews, field observations, and documentation. Informants were selected purposively and consisted of the plantation owner, farm workers, and visitors participating in the citrus-picking tourism activity. Data were analyzed thematically through coding and categorization to identify cultivation strategies, marketing practices, and challenges in business development. The findings show that the plantation is managed using traditional yet consistent practices, including scheduled fertilization, routine pest control, and annual manual harvesting. Marketing strategies are carried out through direct selling and agritourism activities, which provide added value and strengthen relationships with consumers. The plantation also faces several challenges, such as fruit fly infestations, limited utilization of citrus waste, price fluctuations, and insufficient government support. These findings indicate that the combination of consistent cultivation practices, direct marketing, and the development of agritourism plays an essential role in enhancing the competitiveness and sustainability of small-scale citrus farming enterprises.*

Keywords: *Agribusiness; Agritourism; Agricultural Marketing; Competitiveness; Farm Business Development.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengelolaan dan pengembangan usaha perkebunan jeruk untuk meningkatkan daya saing pada Perkebunan Jeruk Salit di Kabanjahe. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melalui wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive, terdiri dari pemilik kebun, pekerja, dan pengunjung wisata petik jeruk. Analisis data dilakukan secara tematik melalui proses pengkodean dan kategorisasi untuk mengidentifikasi strategi budidaya, pemasaran, serta tantangan pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan kebun masih bersifat tradisional namun konsisten, meliputi pemupukan terjadwal, penyemprotan rutin, dan panen manual tahunan. Strategi pemasaran dilakukan melalui penjualan langsung dan wisata petik jeruk, yang memberikan nilai tambah serta memperkuat hubungan dengan konsumen. Perkebunan juga menghadapi berbagai masalah seperti serangan hama lalat buah, pemanfaatan limbah yang belum optimal, fluktuasi harga, dan minimnya dukungan pemerintah. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi antara praktik budidaya yang terjaga, pemasaran langsung, dan pengembangan wisata agro berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha tani jeruk skala kecil.

Kata kunci: Agribisnis; Agrowisata; Daya Saing; Pemasaran Pertanian; Pengembangan Usaha Tani.

1. LATAR BELAKANG

Sektor pertanian merupakan salah satu fondasi penting bagi perekonomian daerah di Indonesia, terutama di wilayah pedesaan yang bergantung pada komoditas hortikultura sebagai sumber pendapatan utama (Badan Pusat Statistik, 2022). Salah satu komoditas yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah jeruk, khususnya di Kabupaten Karo yang dikenal sebagai sentra produksi jeruk berkualitas. Di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif, pengembangan usaha perkebunan jeruk memerlukan strategi yang tepat agar mampu bertahan serta meningkatkan daya saing (Dewi, 2024).

Perkebunan Jeruk Salit di Kabanjahe, yang dikelola oleh Ibu Berta Br. Sembiring selama lebih dari satu dekade, merupakan contoh usaha tani skala kecil yang masih bergantung pada sistem budidaya tradisional dan pemasaran langsung tanpa distributor. Dengan luas lahan sekitar setengah hektar dan dua jenis jeruk yang dibudidayakan jeruk manis dan jeruk biasa pengelolaan perkebunan dilakukan secara mandiri mulai dari penanaman, perawatan, pemupukan, hingga panen. Selain menjual hasil panen secara eceran, perkebunan ini juga memanfaatkan potensi wisata petik jeruk sebagai sumber pendapatan tambahan.

Meskipun demikian, pengembangan usaha perkebunan jeruk dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti serangan hama lalat buah, keterbatasan pengetahuan dalam pengelolaan limbah jeruk, tidak adanya dukungan pemerintah, serta fluktuasi harga saat panen raya (Kementerian Pertanian RI, 2022). Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi dan solusi pengembangan usaha yang lebih sistematis agar perkebunan jeruk dapat meningkatkan nilai tambah sekaligus memperkuat posisi di pasar.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan usaha hortikultura sangat dipengaruhi oleh inovasi strategi budidaya, pengendalian hama terpadu, penguatan rantai pemasaran, dan diversifikasi usaha, termasuk melalui pengembangan agrowisata (Hasanudin, 2025; Sabani, 2025). Namun, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada usaha berskala menengah, sementara penelitian mengenai strategi pengembangan usaha tani jeruk skala kecil berbasis praktik tradisional masih terbatas. Selain itu, kajian mengenai integrasi antara budidaya jeruk, strategi pemasaran langsung, dan pemanfaatan wisata petik jeruk sebagai nilai tambah belum banyak dilakukan secara komprehensif. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian yang mampu menggambarkan secara mendalam bagaimana petani skala kecil merespons tantangan hama, fluktuasi harga, dan keterbatasan sumber daya, sekaligus mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan daya saing secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan kontribusi empiris dan praktis mengenai model pengembangan usaha perkebunan jeruk skala kecil yang adaptif dan berbasis potensi lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan dan pengembangan yang diterapkan di Perkebunan Jeruk Salit serta mengidentifikasi solusi yang dapat meningkatkan daya saing usaha dalam jangka panjang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur agribisnis, khususnya mengenai pengelolaan usaha tani hortikultura skala kecil dan peluang pengembangan berbasis wisata agro.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengembangan Usaha Pertanian

Pengembangan usaha pertanian dipahami sebagai upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas produksi, efisiensi, dan keberlanjutan usaha tani melalui manajemen budidaya, inovasi, dan optimalisasi sumber daya (Saputra et al., 2024). Pada usaha tani hortikultura skala kecil, pengembangan usaha bergantung pada kemampuan petani mengimplementasikan praktik budidaya yang konsisten, efektif dalam mengendalikan hama, serta adaptif terhadap perubahan kondisi agroekosistem. Menurut Eliyin et al (2024), penguatan kapasitas teknis petani melalui pemupukan terjadwal, pengendalian hama, pemangkasan, dan pemeliharaan rutin menjadi faktor penting dalam mempertahankan produktivitas tanaman. Upaya pengembangan usaha harus berbasis pada kebutuhan petani, meliputi pendampingan teknis, pelatihan budidaya, hingga akses terhadap inovasi pascapanen.

Di sisi lain, pengembangan usaha tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga mencakup integrasi antara produksi dan strategi manajemen usaha. Pentingnya diversifikasi aktivitas, inovasi dalam pengelolaan limbah, serta penguatan jaringan pemasaran sebagai komponen penting dalam memperkuat ketahanan usaha hortikultura. Hal ini relevan dengan usaha tani jeruk skala kecil seperti Perkebunan Jeruk Salit, yang menerapkan pengelolaan tradisional namun konsisten, sekaligus menghadapi kendala seperti serangan hama dan keterbatasan inovasi pengolahan limbah. Pengembangan usaha pertanian memberi landasan analitis bahwa konsistensi praktik budidaya dan kemampuan beradaptasi menjadi kunci keberlanjutan usaha.

Daya Saing Agribisnis

Daya saing agribisnis merujuk pada kemampuan usaha tani untuk mempertahankan posisi kompetitif melalui kualitas produk, efisiensi biaya, inovasi, dan kemampuan merespons dinamika pasar (Djazuli & Hidayat, 2024). Pada komoditas hortikultura seperti jeruk, daya saing ditentukan oleh konsistensi kualitas buah, kemampuan mengendalikan risiko hama, serta stabilitas harga di pasar. Peningkatan daya saing dapat dicapai melalui diferensiasi produk dan inovasi bernilai tambah. Usaha hortikultura skala kecil dapat memperkuat keunggulan bersaing melalui pengembangan pengalaman konsumen, branding lokal, serta integrasi wisata berbasis pertanian (Prasetya & Utomo, 2024). Selain itu, pemasaran langsung memberikan keuntungan kompetitif karena memungkinkan hubungan lebih dekat dengan konsumen dan mengurangi ketergantungan pada pasar fluktuatif (Santoso et al, 2024). Perspektif ini sejalan dengan kondisi Perkebunan Jeruk Salit, yang meningkatkan daya saing melalui kualitas buah, pengalaman wisata petik jeruk, dan hubungan langsung dengan pelanggan.

Pemasaran Hasil Pertanian

Pemasaran hasil pertanian merupakan aktivitas penting dalam rantai agribisnis yang menentukan nilai tambah, pendapatan, dan akses pasar bagi petani. Pada usaha tani skala kecil, pemasaran langsung atau direct marketing dipandang sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan margin keuntungan, memperkuat hubungan dengan konsumen, dan mengurangi biaya distribusi (Santoso et al, 2024). Pemasaran langsung meningkatkan preferensi konsumen karena produk lebih segar, dan petani memiliki fleksibilitas dalam menetapkan harga. Selain itu, pemasaran langsung memberikan ruang bagi petani untuk mengumpulkan informasi pasar secara langsung dan menyesuaikan strategi penjualan sesuai kebutuhan konsumen.

Dalam perkembangannya, pemasaran pertanian tidak lagi hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga pada pengalaman konsumen. Rahmawati dan Kusumawati (2024) menyatakan bahwa integrasi antara pemasaran langsung dan *customer experience* seperti wisata petik buah dapat meningkatkan nilai tambah, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan daya saing produk hortikultura. *Relationship marketing* menjadi salah satu strategi penting, terutama bagi usaha kecil, karena hubungan interpersonal yang kuat dapat menciptakan pelanggan yang kembali setiap musim panen.

Agrowisata sebagai Diversifikasi Usaha Tani

Agrowisata merupakan strategi diversifikasi usaha tani yang mengintegrasikan aktivitas budidaya dengan pengalaman wisata untuk menciptakan nilai tambah ekonomi dan edukasi. Dalam perspektif agribisnis modern, agrowisata tidak hanya memberikan pendapatan tambahan, tetapi juga memperkuat citra dan daya tarik produk melalui diferensiasi berbasis pengalaman (*experience-based differentiation*) (Sabani, 2025). Pengalaman langsung pengunjung dalam aktivitas pertanian meningkatkan persepsi positif terhadap produk lokal dan mendorong loyalitas konsumen. Selain itu, Hastjarjo (2024) menegaskan bahwa agrowisata memberikan stabilitas pendapatan bagi petani, terutama pada komoditas musiman seperti jeruk.

Dalam konteks Perkebunan Jeruk Salit, wisata petik jeruk menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan nilai tambah usaha. Aktivitas ini tidak hanya memperluas segmen pasar, tetapi juga menghadirkan interaksi edukatif dan pengalaman unik yang meningkatkan daya tarik kebun. Oleh karena itu, agrowisata menjadi landasan penting dalam memahami peran diversifikasi usaha dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha tani skala kecil (Chatra et al., 2025).

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengelolaan dan pengembangan usaha perkebunan jeruk dalam meningkatkan daya saing di Perkebunan Jeruk Salit, Kabanjahe. Pendekatan kualitatif memungkinkan eksplorasi makna, persepsi, dan pengalaman informan terkait praktik budidaya, pemasaran, dan pengelolaan usaha tani. Metode studi kasus dipilih karena dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena nyata dalam konteks pengelolaan perkebunan secara langsung (Yin, 2018).

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Perkebunan Jeruk Salit yang berlokasi di Kabanjahe, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Subjek penelitian meliputi pemilik kebun (Ibu Berta Br. Sembiring), pekerja yang terlibat dalam perawatan dan panen, serta pengunjung atau konsumen yang mengikuti kegiatan wisata petik jeruk. Pemilihan informan dilakukan secara purposive berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap proses budidaya, pemasaran, dan tantangan pengelolaan usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu:

- 1) Wawancara semi-terstruktur, untuk menggali informasi mendalam mengenai praktik budidaya jeruk, strategi pemasaran, tantangan yang dihadapi, serta harapan pengembangan usaha.
- 2) Observasi lapangan, untuk mengamati secara langsung proses penanaman, pemupukan, penyemprotan, panen, dan aktivitas wisata petik jeruk.
- 3) Dokumentasi, berupa catatan produksi dan penjualan, foto kebun, dan dokumen lain yang mendukung pemahaman mengenai operasional perkebunan.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode analisis tematik. Proses analisis dilakukan dengan mentranskripsi hasil wawancara, melakukan pengkodean terhadap unit-unit makna, mengidentifikasi pola yang muncul, dan menyusun tema utama penelitian. Pendekatan induktif digunakan untuk menemukan temuan baru terkait praktik lapangan, sedangkan pendekatan deduktif digunakan untuk menghubungkan data empiris dengan teori agribisnis, pengembangan usaha, pemasaran pertanian, dan daya saing.

Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dijaga melalui beberapa langkah berikut:

- 1) Triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk meningkatkan kredibilitas temuan.
- 2) *Member check*, dengan meminta konfirmasi kepada pemilik kebun dan informan lain mengenai kesesuaian data yang telah dianalisis.
- 3) *Audit trail*, berupa pencatatan proses penelitian secara sistematis untuk memastikan transparansi dan keterlacakan mulai dari pengumpulan hingga analisis data.

Pertimbangan Etika Penelitian

Penelitian ini menerapkan prinsip etika penelitian dengan meminta persetujuan dari informan sebelum wawancara dilakukan, menjaga kerahasiaan identitas partisipan, serta menyajikan data secara agregat untuk melindungi anonimitas mereka (Adiwijaya et al., 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk memahami secara mendalam pengelolaan dan strategi pengembangan Perkebunan Jeruk Salit di Kabanjahe, Kabupaten Karo. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi terkait aktivitas budidaya, pemasaran, serta wisata petik jeruk. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika pengelolaan kebun dalam konteks nyata, termasuk pola budidaya, tantangan usaha, dan strategi adaptif yang diterapkan oleh pengelola. Analisis dilakukan dengan pendekatan tematik melalui kombinasi analisis induktif dan deduktif, sehingga temuan lapangan dapat dihubungkan dengan teori agribisnis dan pengembangan usaha tani yang relevan.

Praktik Budidaya dan Pengelolaan Kebun

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan Perkebunan Jeruk Salit masih berorientasi pada praktik budidaya tradisional, namun dilakukan secara konsisten. Perawatan tanaman mencakup pemupukan empat kali setahun, penyemprotan rutin untuk mengendalikan hama, pemangkasan cabang kering, pembersihan lahan, serta pemantauan kesehatan tanaman setiap hari. Meskipun teknologi modern belum banyak diterapkan, konsistensi pengelolaan memungkinkan pohon jeruk menghasilkan buah dalam kualitas yang relatif stabil dari tahun ke tahun. Proses panen dilakukan secara manual satu kali setahun, dengan perhatian terhadap kondisi kematangan buah dan teknik pemetikan yang tidak merusak tanaman. Buah yang tidak layak konsumsi dibuang karena belum terdapat inovasi pengolahan limbah jeruk. Keterbatasan ini menunjukkan bahwa peluang diversifikasi produk belum sepenuhnya dimanfaatkan,

padahal literatur terbaru menegaskan bahwa pengelolaan limbah dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi petani. Dengan demikian, meskipun praktik budidaya sudah berjalan baik, inovasi pascapanen masih menjadi aspek yang perlu dikembangkan.

Strategi Pemasaran dan Penguatan Hubungan Konsumen

Pemasaran hasil panen dilakukan secara langsung kepada konsumen tanpa melalui distributor, baik melalui penjualan eceran maupun wisata petik jeruk. Strategi pemasaran langsung ini memberikan fleksibilitas harga dan margin keuntungan yang lebih besar dibandingkan penjualan melalui perantara. Selain itu, interaksi langsung antara petani dan konsumen turut memperkuat loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang. Harga jeruk yang dipetik langsung oleh pengunjung lebih tinggi dibandingkan harga eceran karena adanya nilai tambah berupa pengalaman memanen buah dari pohonnya. Hal ini sejalan dengan konsep diferensiasi berbasis pengalaman (*experience-based differentiation*) yang mampu meningkatkan daya saing agribisnis. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan mampu memberikan nilai ekonomi sekaligus memperkuat identitas perkebunan sebagai destinasi agribisnis lokal.

Pengembangan Wisata Petik Jeruk sebagai Nilai Tambah

Pengembangan wisata petik jeruk menjadi salah satu strategi utama dalam memperkuat keunggulan kompetitif Perkebunan Jeruk Salit. Aktivitas ini tidak hanya menambah pendapatan, tetapi juga meningkatkan interaksi sosial dan edukasi bagi pengunjung. Temuan ini mendukung teori agrowisata yang menyatakan bahwa integrasi kegiatan budidaya dengan wisata dapat menjadi strategi diversifikasi usaha tani yang efektif untuk meningkatkan ketahanan ekonomi petani. Pengunjung umumnya datang untuk menikmati pengalaman memetik buah secara langsung sekaligus mempelajari proses budidaya jeruk. Hal ini menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan program eduwisata yang lebih terstruktur.

Tantangan Utama dalam Pengelolaan Usaha

Penelitian mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang dihadapi pengelola perkebunan. Tantangan terbesar adalah serangan hama lalat buah yang menyebabkan penurunan kualitas dan kuantitas panen. Selain itu, keterbatasan pengetahuan tentang pengolahan limbah jeruk, harga pasar yang tidak stabil, dan minimnya dukungan pemerintah turut menjadi kendala signifikan. Penelitian Rahman (2023) menunjukkan bahwa usaha tani jeruk sangat rentan terhadap risiko biologis seperti hama, yang dapat berdampak langsung pada daya saing.

Ketiadaan teknologi penanganan limbah menyebabkan jeruk yang rusak tidak dimanfaatkan, sehingga menurunkan potensi nilai tambah. Minimnya sistem informasi pasar dan dukungan penyuluhan agribisnis memperburuk kondisi tersebut. Dengan demikian, tantangan yang dihadapi menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk intervensi eksternal melalui pendampingan, pelatihan, dan penguatan akses pasar bagi petani.

Upaya Pengembangan dan Peluang ke Depan

Meskipun menghadapi berbagai hambatan, pengelola perkebunan memiliki motivasi kuat untuk mengembangkan usaha, termasuk melalui inovasi wisata agro, produk olahan jeruk, dan pemanfaatan media digital. Inovasi pemasaran dan diversifikasi usaha merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing agribisnis berskala kecil (Sendjaja, 2023). Kolaborasi dengan petani sekitar juga diharapkan dapat memperkuat jejaring usaha dan berbagi pengetahuan terkait praktik budidaya dan manajemen risiko. Dengan strategi pengelolaan yang lebih sistematis, adopsi inovasi baru, dan dukungan dari pemerintah, Perkebunan Jeruk Salit memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing secara berkelanjutan. Pengembangan wisata petik jeruk, pemanfaatan limbah sebagai produk bernilai tambah, serta pemasaran digital menjadi peluang yang dapat meningkatkan visibilitas usaha sekaligus memperluas pasar konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pengelolaan dan pengembangan usaha yang diterapkan di Perkebunan Jeruk Salit masih berlandaskan praktik budidaya tradisional, namun konsistensi dalam pemupukan, pengendalian hama, dan proses panen terbukti mampu menjaga stabilitas produksi. Upaya peningkatan daya saing dilakukan melalui pemasaran langsung dan pemanfaatan wisata petik jeruk, yang memberikan nilai tambah dan memperkuat hubungan antara petani dan konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keberadaan wisata agro berperan penting sebagai strategi diferensiasi yang mampu meningkatkan daya tarik dan potensi pasar perkebunan.

Meskipun demikian, usaha perkebunan masih menghadapi sejumlah hambatan, seperti serangan hama lalat buah, belum optimalnya pemanfaatan limbah jeruk, fluktuasi harga saat panen raya, dan terbatasnya dukungan pemerintah. Tantangan ini menegaskan perlunya penguatan kapasitas teknis dan manajerial petani, terutama melalui pelatihan agribisnis, kolaborasi dengan petani lain, serta pemanfaatan teknologi pendukung. Peluang

pengembangan usaha tetap terbuka, khususnya melalui diversifikasi produk berbasis jeruk, penguatan pemasaran digital, dan pengembangan agrowisata yang lebih terstruktur.

Penelitian ini merekomendasikan penguatan dukungan kelembagaan, peningkatan akses informasi pasar, serta fasilitasi teknologi budidaya dan pengolahan limbah untuk memperkuat keberlanjutan usaha. Namun demikian, temuan penelitian ini memiliki keterbatasan pada lingkup studi kasus yang hanya berfokus pada satu unit usaha, sehingga generalisasi hasil harus dilakukan dengan kehati-hatian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak pelaku usaha hortikultura dan membandingkan berbagai model pengembangan usaha tani agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang strategi peningkatan daya saing pertanian skala kecil.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar Perkebunan Jeruk Salit meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha melalui pelatihan budidaya dan pengolahan limbah jeruk, memperluas promosi menggunakan media digital, serta mengembangkan diferensiasi wisata petik jeruk sebagai nilai tambah usaha. Pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan melalui penyuluhan, fasilitasi akses pasar, dan pendampingan pengendalian hama, sementara kolaborasi antarpetani perlu diperkuat untuk berbagi praktik budidaya dan memperkuat posisi tawar. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji aspek ekonomi dan potensi pengembangan produk olahan jeruk guna memperkaya pemahaman mengenai strategi peningkatan daya saing usaha hortikultura skala kecil.

DAFTAR REFERENSI

- Abidin, A. A. (2023). Pendidikan Islam multikultural pada masyarakat plural (Vol. 3). Academia Publication.
- Adiwijaya, S., Harefa, A. T., Isnaini, S., Raehana, S., Mardikawati, B., Laksono, R. D., & Muslim, F. (2024). Buku ajar metode penelitian kualitatif. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Indonesia 2022. Badan Pusat Statistik.
- Bhakti, F. K., Selvina, P. M., & Budi, H. N. S. (2025). Strategi transformasi digital UMKM melalui pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Kapasan, Kota Surabaya: Pengabdian. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 4(1), 3815–3821.
- Chatra, A., Dirna, F. C., Alhakim, R., Pujiriyani, D. W., Rosardi, R. G., Maulinda, I., & Juansa, A. (2025). Potensi dan sektor unggulan ekonomi desa. PT Star Digital Publishing.

- Dewi, D. C. (2024). Strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan budidaya jeruk di Desa Langur Indah Kec. Dempo Utara. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 241–264.
- Dhermawan, F., Sari, P. D., Fauziah, Y. A., Dalilla, D., & Priyandini, M. (2025). Inovasi rasa dan strategi pemasaran: Kunci sukses UMKM seblak di tengah persaingan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6).
- Djazuli, R. A., & Hidayat, S. I. (2024). *Manajemen agribisnis modern*. UMG Press.
- Eliyin, E., Putri, S. M., & Taufiqurrahman, T. (2024). Kajian teknik pemeliharaan terhadap peningkatan produksi kopi Arabika Gayo oleh petani di Desa Belang Gele. *Mikroba: Jurnal Ilmu Tanaman, Sains dan Teknologi Pertanian*, 1(3), 148–162.
- Hasanuddin, A., Risman, R., & Hasanuddin, A. (2025). Hilirisasi pengembangan agrowisata berbasis agribisnis dalam meningkatkan pendapatan petani di Desa Kanreapia. *Celebes Journal of Community Services*, 4(2), 197–211.
- Hastjarjo, K. (2024). Pemulihan agrowisata di Desa Sukajadi, Bogor. *Jurnal Soshum Insentif*, 7(1), 1–13.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2022). *Kebijakan penguatan produksi hortikultura nasional*. Kementan RI.
- Lubis, E., Susanti, R., & Nurhajjah, N. (2020). Sosialisasi teknologi pengendalian lalat buah *Bactrocera* sp. yang ramah lingkungan di Desa Kubu Colia. *PRODIKMAS: Jurnal Hasil Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1).
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.
- Prasetya, A. A., & Utomo, Y. P. (2024). Analisis strategi pemasaran dan pengembangan produk hidroponik untuk meningkatkan daya saing ekonomi (Studi kasus: Perkebunan Valefarm Hidroponik Solo). *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 1–7.
- Rahman, A. (2023). Analisis risiko produksi dan harga jeruk di Kecamatan Gunung Omeh Kabupaten Limapuluh Kota Sumatera Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pesisir*, 4(1), 25–50.
- Rahmawati, Z. R., & Kusumawati, A. (2024). The relationship of destination attributes, memorable tourism experiences, satisfaction, and revisit intention. *KnE Social Sciences*, 441–452.
- Sabani, F. A. J. A. R. (2025). Strategi pemberdayaan masyarakat sebagai upaya ketahanan pangan melalui agrowisata petik melon (Skripsi). Fakultas Dakwah, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Santoso, E., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2023). Perspektif pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan kualitas produk untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas (Studi kasus

usaha tahu Bapak Matnuri). In Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (Vol. 8, pp. 591–600).

Santoso, R. P., Irawati, W., & Laili, C. N. (2024). Implementasi strategi relationship marketing dalam meningkatkan kinerja manajemen pemasaran: Sebuah tinjauan literatur. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 6(3), 409–416.

Saputra, R., & Rahman, D. (2024). Manajemen pelatihan dalam penguatan kelompok tani pada pelaku agribisnis inklusif: Tinjauan literatur. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, 1(6), 10317–10326.

Suputa, S., et al. (2022). Spektrum inang lalat buah (*Bactrocera* spp.) pada tanaman hortikultura di Indonesia. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(1), 244–252.