

Pemberdayaan Petani Cabai Varietas Salo Dua Melalui Pemasaran Digital di Kabupaten Enrekang

Aksal Mursalat^{1*}, Agus Salim², Hamina³, Musdalifah⁴, Aisya⁵,
Khamila Azzahra⁶, Muh. Reksiyandi⁷, Andi Irwansyah⁸, Reni⁹

¹⁻⁹ Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

*aksalmursalat@gmail.com

Abstrak

Kabupaten Enrekang memiliki potensi pertanian yang signifikan, khususnya dalam budidaya cabai varietas Salo Dua. Namun, para petani menghadapi tantangan dalam pemasaran hasil panen, seperti keterbatasan akses pasar dan fluktuasi harga jual. Program pemberdayaan petani cabai varietas Salo Dua melalui pemasaran digital di Kabupaten Enrekang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Kegiatan ini menggunakan metode partisipatori yang melibatkan masyarakat desa, akademisi, dan mahasiswa magang terlibat aktif. Tahapan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital. Sosialisasi bertujuan memperkenalkan program dan mendiskusikan permasalahan pada petani. Pelatihan pemasaran digital dihadiri 30 petani, difokuskan pada penggunaan media sosial dan platform *e-commerce*. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital melalui partisipasi aktif petani untuk mengimplementasikan pemasaran digital yang lebih baik, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: *Pemasaran Digital; Pemberdayaan Petani; Cabai Varietas Salo Dua; Kabupaten Enrekang*

Pendahuluan

Keberadaan sektor pertanian sangat penting bagi pembangunan suatu negara karena kontribusinya yang signifikan, terutama dalam penyediaan kebutuhan pangan, penyediaan bahan baku untuk industri, kontribusi terhadap devisa negara, dan pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Menurut (Cascone et al., 2024) pengembangan pertanian dapat menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan inovasi pembangunan berkelanjutan dalam mendukung kontribusi penting sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi dan sosial suatu negara. Selain itu pembangunan pertanian sangat bergantung pada peran sumber daya manusia (Mursalat, 2022). Pertanian adalah sektor ekonomi utama di sebagian besar negara berkembang dan menyumbang lebih 50% penyediaan pangan dari populasi (Kibebzii et al., 2024). Pertanian tidak hanya menyediakan pangan, tetapi juga bahan baku untuk industri serta menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak orang. Produksi tanaman yang pesat telah menjadi faktor kunci dalam memenuhi kebutuhan pangan dan bahan bakar nabati

secara global. Selain itu, pertanian juga dipandang sebagai pendekatan efektif dalam mengatasi kemiskinan di berbagai negara (Wijngaard et al., 2018).

Kabupaten Enrekang, yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, adalah salah satu daerah yang memiliki potensi pertanian yang signifikan, khususnya dalam budidaya cabai. Salah satu varietas cabai yang menjadi unggulan di daerah ini adalah cabai varietas Salo Dua. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Enrekang tahun 2024, luas panen tanaman cabai di kabupaten ini mencapai 969 hektar dengan total produksi sebesar 67.095 ton (BPS, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa cabai merupakan komoditas penting yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian lokal. Namun, meskipun produksi cabai di Kabupaten Enrekang cukup tinggi, para petani menghadapi berbagai tantangan yang menghambat potensi maksimal dari hasil pertanian. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah pemasaran hasil panen. Pemasaran yang kurang efisien dan optimal sering kali menyebabkan pendapatan petani tidak sebanding dengan usaha dan biaya yang telah mereka keluarkan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan akses ke pasar dan fluktuasi harga jual yang tidak menentu. Tingginya fluktuasi harga cabai menyebabkan margin pemasaran menjadi tinggi, sehingga harga yang diterima oleh para petani menjadi semakin rendah (Padapi et al., 2021). Perbedaan harga jual antara tingkat produsen dan konsumen menunjukkan bahwa lembaga pemasaran mempertimbangkan biaya transportasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya dalam mendistribusikan hasil produksi (Mursalat et al., 2020). Produksi skala besar memerlukan dukungan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan pendapatan petani (Mursalat, Herman, et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi, pemasaran digital muncul sebagai solusi potensial untuk mengatasi permasalahan yang dialami petani. Pemasaran digital menawarkan berbagai keunggulan, seperti akses yang lebih luas ke pasar, pengurangan biaya pemasaran, dan kemampuan untuk menjangkau konsumen secara langsung tanpa perantara. Pemanfaatan digitalisasi dapat menjadi solusi dalam meningkatkan pemasaran produk pertanian (Sianipar & Damanik, 2021). Selain itu, keunggulan pemasaran digital dapat memfasilitasi komunikasi antara penjual dan pembeli, memperlancar proses pemasaran dan promosi produk, serta memperluas jangkauan konsumen di berbagai pasar (Mursalat, 2021). Namun, banyak petani cabai varietas salo dua di Kabupaten Enrekang masih kurang memahami dan memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Pemberdayaan petani melalui pemasaran digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Penguasaan teknologi komunikasi dan informasi merupakan keharusan yang tidak dapat diabaikan, karena telah terbukti menjadi alat yang mengubah pola pikir, budaya kerja, serta membantu menjawab tantangan pertanian di masa depan (Mursalat, Thamrin, et al., 2022). Melalui pemasaran digital, petani dapat menjual produk mereka tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga di pasar regional, nasional, bahkan internasional. Hal ini dapat mewujudkan peluang yang lebih luas untuk meningkatkan pendapatan dan stabilitas ekonomi petani. Selain itu, pemasaran digital dapat membantu petani mengurangi ketergantungan pada perantara yang sering kali menekan harga beli produk. Oleh karena itu, diperlukan program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pemberdayaan petani cabai varietas Salo Dua melalui pemasaran digital. Program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada petani agar dapat memanfaatkan teknologi digital dalam

memasarkan produk dan dapat meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pendapatan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Salo Dua, Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang dengan menggunakan metode partisipatoris, di mana masyarakat desa terlibat secara proaktif dalam pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk tim pelaksana, masyarakat desa, akademisi dari Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, serta mahasiswa yang sedang menjalani magang. Sinergi ini dilakukan untuk menyelesaikan prioritas permasalahan pada kelompok mitra dan mencapai tujuan serta sasaran program yang telah direncanakan. Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan tahap sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital, dengan tujuan menyediakan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra. Adapun pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mewujudkan program pengabdian kepada masyarakat bagi mitra adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi kegiatan merupakan langkah pertama dalam pelaksanaan program pengabdian ini yang bertujuan untuk memperkenalkan rencana kegiatan yang akan dilaksanakan kepada kelompok mitra. Dalam pertemuan ini, tim pengabdian bersama mahasiswa mengadakan diskusi terbuka untuk mengumpulkan masukan dan harapan dari masyarakat, serta untuk membangun rasa memiliki terhadap program serta memastikan partisipasi aktif dalam semua tahapan pelaksanaan program.

2. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital bertujuan memberdayakan petani cabai varietas Salo Dua dengan kemampuan teknologi digital untuk memasarkan produk. Peserta akan mendapatkan pembelajaran mengenai konsep dasar pemasaran digital, termasuk penggunaan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business, serta teknik pembuatan konten yang menarik dan manajemen toko online di platform e-commerce. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu petani meningkatkan akses pasar dan pendapatan petani melalui strategi pemasaran yang lebih efektif.

Hasil dan Pembahasan

Program pemberdayaan petani cabai varietas Salo Dua melalui pemasaran digital di Kabupaten Enrekang didasarkan pada kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani mengenai pemasaran digital. Menurut (Nurnawati et al., 2023) untuk meningkatkan efektivitas pelatihan, diperlukan analisis mendalam terhadap kebutuhan pelatihan agar materi yang disampaikan dapat sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, (Mursalat, Irwan, et al., 2022) mengemukakan bahwa pelatihan dapat memberikan manfaat dan pemahaman yang lebih mendalam kepada peserta, yang kemudian bisa diterapkan dalam pengembangan sumber daya manusia. Petani umumnya mengandalkan metode pemasaran tradisional yang melibatkan lembaga pemasaran dalam saluran distribusi. Semakin panjang saluran pemasaran dan semakin banyak

lembaga pemasaran yang terlibat, secara signifikan dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh petani sebagai produsen (Mursalat & Haryono, 2023). Selain itu, terdapat perbedaan harga jual yang signifikan antara tingkat produsen dan konsumen, yang menimbulkan anggapan bahwa para pelaku usaha dalam saluran distribusi mengambil keuntungan yang besar (Wang et al., 2023). Melalui pelatihan yang diberikan, petani dapat memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business) dan e-commerce untuk memperluas pemasaran produk mereka. Program pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi petani tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan pasar di masa depan.

Sosialisasi Kegiatan

Dalam kegiatan ini, tim melakukan sosialisasi program kepada salah satu kelompok tani cabai di Desa Salo Dua, Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. Tujuan sosialisasi ini adalah memperkenalkan program pemberdayaan petani melalui pemasaran digital serta mengajak petani untuk berpartisipasi aktif dalam setiap tahap pelaksanaan program. Kegiatan ini berlangsung di rumah ketua kelompok tani dengan melibatkan mahasiswa magang dari Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Dokumentasi pelaksanaan sosialisasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan

Kegiatan ini merupakan langkah awal penting dalam mengembangkan implementasi konsep pemberdayaan petani melalui diskusi untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang situasi dan masalah yang dihadapi. Tujuan utama sosialisasi ini adalah untuk mengedukasi petani mengenai pentingnya adaptasi teknologi digital dalam pemasaran produk. Tim pengabdian menjelaskan secara rinci latar belakang program, masalah yang dihadapi petani cabai varietas Salo Dua, dan bagaimana pemasaran digital dapat menjadi solusi yang efektif. Selain itu, sosialisasi ini bertujuan untuk membangun kesadaran bahwa teknologi dapat membuka peluang baru yang sebelumnya tidak terjangkau dengan metode pemasaran tradisional. Dalam kegiatan ini, tim juga menyampaikan rencana kerja dan jadwal pelatihan pemasaran digital, sehingga petani mengetahui tahapan-tahapan yang akan dilalui. Diskusi terbuka diadakan untuk mendengarkan masukan, harapan, dan kekhawatiran dari petani, yang kemudian digunakan untuk menyesuaikan program agar lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Menurut (Erlan et al., 2022) sosialisasi program kerja bertujuan untuk menginformasikan

kepada masyarakat mengenai berbagai program kerja yang akan dilaksanakan di desa. Selain itu, (Mursalat et al., 2023) juga mengemukakan bahwa sosialisasi sangat efektif untuk meningkatkan respons dalam memperkenalkan program kegiatan yang akan dilaksanakan. Hasil dari kegiatan sosialisasi menunjukkan respon yang positif dari petani dengan menunjukkan minat yang besar terhadap konsep pemasaran digital dan bersedia untuk belajar serta mengaplikasikan teknologi dalam usaha mereka. Mahasiswa magang dari Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang berperan aktif dalam mendampingi proses sosialisasi, membantu menjelaskan aspek teknis pemasaran digital, dan memberikan contoh nyata dari penggunaan media sosial dan platform *e-commerce*. Kehadiran mahasiswa dalam melakukan tugas pendampingan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dapat membantu mengatasi masalah sosial yang ada di lingkungan mereka (Efendi, 2021). Kehadiran mahasiswa tidak hanya memberikan dukungan tambahan tetapi juga menjembatani komunikasi antara tim pengabdian dan petani. Sosialisasi yang efektif ini menjadi langkah awal yang penting dalam menggerakkan perubahan positif di kalangan petani cabai varietas Salo Dua di Desa Salo Dua.

Pelatihan Pemasaran Digital

Dalam kegiatan ini, tim memberikan pelatihan pemasaran digital kepada para petani untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. Pelatihan ini dilaksanakan di Desa Salo Dua, Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang, dan diikuti oleh 30 petani yang berpartisipasi aktif. Dokumentasi pelaksanaan pelatihan pemasaran digital dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. *Pelatihan Pemasaran Digital*

Pada kegiatan ini Aksal Mursalat, SP., M.Si. memainkan peran sebagai pembicara utama. Sebanyak 30 petani turut serta dengan antusias dan komitmen tinggi untuk belajar dan meningkatkan kemampuan pemasaran produk cabai varietas Salo Dua. Pelatihan ini menggunakan metode ceramah dan diskusi agar petani tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Pembicara utama menjelaskan berbagai aspek penting dalam pemasaran digital, termasuk penggunaan dasar media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business. Penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan pertanian bertujuan untuk melatih para petani agar tidak hanya terampil dalam teknologi, tetapi juga mampu mencari dan memanfaatkan informasi dari internet yang mendukung kegiatan pertanian.

(Rijayanti & Supriana, 2018). Diskusi yang berlangsung selama pelatihan memungkinkan petani untuk mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman mereka. Anggota tim pengabdian mendampingi petani dalam praktik langsung, seperti membuat dan mengelola akun media sosial, serta menghasilkan konten promosi yang menarik dan relevan. Kegiatan ini juga mencakup sesi praktik di mana petani dapat langsung mencoba membuat toko online di platform *e-commerce*, dengan bimbingan langsung dari tim. Pemanfaatan media sosial, platform *e-commerce* dan platform lainnya bertujuan untuk mempromosikan produk dan membuka pintu akses ke pasar yang lebih luas (Hardianti et al., 2024). Selain itu, keuntungan dari menggunakan pemasaran melalui aplikasi *e-commerce* termasuk memperbaiki komunikasi antara penjual dan pembeli, menyederhanakan proses pemasaran dan promosi produk, serta memperluas cakupan pasar ke konsumen yang lebih luas (Mursalat & Razak, 2021). Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan dalam pemahaman dan keterampilan petani dalam menggunakan teknologi digital untuk keperluan pemasaran. Diskusi yang aktif selama pelatihan menunjukkan bahwa petani telah siap untuk menerapkan pengetahuan baru ini dalam praktik sehari-hari mereka. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani, tetapi juga memperkuat jaringan dan kerjasama antara petani, akademisi, dan masyarakat, yang pada akhirnya akan mendukung keberlanjutan program pengabdian ini di masa depan.

Kesimpulan

Program pemberdayaan petani cabai varietas Salo Dua melalui pemasaran digital di Kabupaten Enrekang telah berhasil mencapai tujuan utamanya dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam pemasaran digital. Sosialisasi awal yang dilakukan di Desa Salo Dua memainkan peran penting dalam memberikan pemahaman kepada petani mengenai pentingnya adaptasi terhadap teknologi digital. Melalui sosialisasi ini, petani diberi pemahaman tentang manfaat pemasaran digital dan didorong untuk berpartisipasi aktif dalam program ini. Pelatihan menggunakan metode ceramah dan diskusi yang interaktif, berhasil meningkatkan kemampuan petani dalam menggunakan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memasarkan produk. Praktik langsung yang dilakukan selama pelatihan memperkuat pemahaman petani tentang cara membuat dan mengelola akun media sosial, serta menghasilkan konten promosi yang menarik dan relevan. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan dan pemahaman petani mengenai pemasaran digital, yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, program ini juga berhasil memperkuat jaringan dan kerjasama antara petani, akademisi, dan masyarakat, yang akan mendukung keberlanjutan program di masa depan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang dan Kepala Desa Salo Dua Kabupaten Enrekang atas dukungan mereka dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kami juga berterima kasih kepada mahasiswa magang dari Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang serta kepada

para petani yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini serta kepada semua pihak terkait yang telah membantu kelancaran dan kesuksesan proses kegiatan pengabdian ini.

Referensi

- BPS. (2024). Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang. In *Kabupaten Enrekang Dalam Angka 2024* (Vol. 49). <https://enrekangkab.bps.go.id/publikasi.html>
- Cascone, G., Scuderi, A., Guarnaccia, P., & Timpanaro, G. (2024). Promoting innovations in agriculture: Living labs in the development of rural areas. *Journal of Cleaner Production*, 443(January), 141247. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141247>
- Efendi, M. H. (2021). Model Sosialisasi Dan Pendampingan Mahasiswa KKP UIN Mataram Di Tengah Pandemi Covid 19. *Participative Journal: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.55099/pj.v1i01.13>
- Erlan, N. R., Sabri, S. F., Mahendra, R., Mawarti, E., Sania, Tunmi, N., Amalia, N., Rachman, T. A., Estiwan, M. D., Junaidy, H. F. P., Bakary, D. P., & Nuriadi. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Limbah Plastik dan Limbah Rumah Tangga Dalam Upaya Penerapan Zero Waste di Desa Pengadang. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1), 266–272. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i1.1450>
- Hardianti, H., Nurmayanti, N., Lubis, S., Sundari, S., N, Z., & Angareani, R. (2024). Digitalization of Marketing of Laskar Pelangi Local Agricultural Products. *Journal La Lifesci*, 4(6), 234–238. <https://doi.org/10.37899/journallalifesci.v4i6.971>
- Kibebzii, N. M., Angwafo, T. E., & Egwu, B. M. J. (2024). Sustainable Agriculture And Livelihood Outcomes: Evidence From Farmers Organizations In Tubah Sub-Division, Cameroon. *International Journal Of Agricultural Extension*, 12(01), 107–117. <https://doi.org/10.33687/ijae.012.001.4955>
- Mursalat, A. (2021). Pengembangan Pola Kemitraan dalam Menunjang Saluran Distribusi Beras di Kabupaten Sidenreng Rappang. *Agrimor*, 6(2), 82–87. <https://doi.org/10.32938/ag.v6i2.1335>
- Mursalat, A. (2022). *Buku Ajar Pembangunan Pertanian*. Media Sains Indonesia.
- Mursalat, A., & Haryono, I. (2023). Ginger Marketing Efficiency Through Product Innovation In Improving Farmers' Economy in Sidenreng Rappang Regency. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(2), 177–183. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2023.023.2.7>
- Mursalat, A., Herman, B., Asra, R., & Thamrin, N. T. (2022). Analisis Pendapatan dan Margin Pemasaran Dalam Saluran Distribusi Beras Kabupaten Sidenreng Rappang. *AGRIMOR*, 7(2502), 70–76.
- Mursalat, A., Irwan, M., Razak, M. R. R., & Asra, R. (2022). Pemberdayaan Panti Asuhan Melalui E-commerce Sebagai Media Bisnis Untuk Menunjang Kreativitas Dan Kemandirian Berwirausaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1228–1238. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7146>
- Mursalat, A., Mustanir, A., Muliani, Razak, M. R. R., Syarifuddin, H., AR, T., & Nurzin, M. (2023). EKO-KREASI: Transformasi Botol Plastik menjadi Interior Inovatif dan Hidroponik Desa Kalosi Alau. *Madaniya*, 4(4), 1432–1440. <https://doi.org/10.53696/27214834.568>
- Mursalat, A., & Razak, M. R. R. (2021). Pengembangan Produktivitas Bumdes Melalui Sistem Informasi E-commerce Sebagai Sarana Pemasaran Produk Desa Timoreng

- Panua Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 45–51.
<https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v3i2.1327>
- Mursalat, A., Thamrin, N. T., & AR, T. (2022). Layanan Konsultasi Halo Tani Berbasis Android Dalam Meningkatkan Produktivitas Pertanian. *Prosiding Seminar Nasional Hasil-Hasil Pengabdian*, 5(1), 12–21.
<https://ejurnal.politanikoe.ac.id/index.php/psnb/article/view/115>
- Mursalat, A., Wulandary, A., & Fitriani, R. (2020). Identification of Partnership Patterns and Rice Distribution Channels as the Main Commodity in Sidenreng Rappang District. *Agricultural Social Economic Journal*, 20(4), 285–290.
<https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2020.020.4.3>
- Nurnawati, A. A., Mursalat, A., & Ifadhila, I. (2023). Pelatihan E-Marketing Berbasis Website dan Media Sosial bagi Mitra Usaha Madina Aneka Subur. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(4), 873–879. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i4.9160>
- Padapi, A., Mursalat, A., Haryono, I., & Fitriyah, N. (2021). Pengaruh E-commerce Terhadap Fluktuasi Harga Dan Peningkatan Pendapatan Petani Cabai Rawit. *Jurnal Agrisep: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(1), 129–140.
<https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.1.129-140>
- Rijayanti, R., & Supriana, C. E. (2018). Pemberdayaan petani dengan pemanfaatan teknologi informasi di rumah pintar desa warga saluyu kecamatan gunung halu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 23–29. <https://doi.org/10.25124/charity.v1i01.1575>
- Sianipar, O. L., & Damanik, A. H. (2021). Peranan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Di Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal EK&BI*, 4(2), 550–556. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.371>
- Wang, L., He, Z., & He, S. (2023). Quality Differentiation And E-Tailer's Choice Between Reselling And Agency Selling. *Managerial and Decision Economics*, 44(6), 3518–3536.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mde.3893>
- Wijngaard, R. R., Biemans, H., Lutz, A. F., Shrestha, A. B., Wester, P., & Immerzeel, W. W. (2018). Climate change vs. socio-economic development: understanding the future South Asian water gap. *Hydrology and Earth System Sciences*, 22(12), 6297–6321.