

Pendampingan Kewirausahaan Rumah Tani Mandiri Bekasi Melalui Introduksi Pengemasan Dan Pemasaran Sebagai Strategis Peningkatan Penjualan dan Pengembangan Produksi Sayuran Organik

Septiani^{1*}

Wulan Fitriani Safari²

Sugeng Ahmad Riyadi³

Dhea Agustina Muenasy⁴

Kezia Elisabeth Tumansery⁵

^{1*,2,4,5} Prodi Teknologi Laboratorium Medis, Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi, Universitas Binawan, Jakarta Timur

³Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Binawan, Jakarta Timur

septiani@binawan.ac.id ^{1*)}

wulan.fitriani@binawan.ac.id ²⁾

riyadi@binawan.ac.id ³⁾

muensyadhea@gmail.com ⁴⁾

eziaelisabeth0303@gmail.com ⁵⁾

Kata Kunci:

*[Sayuran Organik,
Pengemasan dan
Pemasaran, UMKM]*

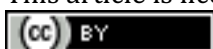
Abstrak: Program Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) di Rumah Tani Mandiri Bekasi bertujuan untuk meningkatkan produksi dan penjualan sayuran organik melalui inovasi pengemasan dan pemasaran. Sayuran organik memiliki permintaan tinggi karena bebas dari bahan kimia dan lebih sehat dibandingkan dengan sayuran konvensional. Rumah Tani Mandiri, yang telah beroperasi sejak 2021, menghadapi tantangan dalam produksi, manajemen, dan pemasaran, sehingga memerlukan dukungan untuk memanfaatkan potensi pasar yang berkembang. Program ini difokuskan pada perbaikan fasilitas produksi, peningkatan keterampilan manajemen dan pemasaran, serta memperluas saluran pemasaran melalui media digital. Metode yang digunakan meliputi survei potensi UMKM, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan workshop yang mencakup aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Hasil program ini meliputi perbaikan fasilitas budidaya yang meningkatkan kapasitas produksi, pemahaman anggota mengenai pembukuan digital dan pemasaran online, serta perbaikan pengemasan produk. Peningkatan pengetahuan peserta tentang pemasaran digital dan pengembangan produksi mencapai 90%. Kesimpulannya, program ini berhasil meningkatkan efisiensi operasional, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran Rumah Tani Mandiri, memberikan dasar untuk pengembangan lebih lanjut.

Published by:



Copyright © 2024 The Author(s)

This article is licensed under CC BY 4.0 License



Pendahuluan

Sayuran organik, yang dibudidayakan dengan menggunakan bahan alami, teknik pergiliran tanaman yang tepat, dan tanpa penggunaan pupuk atau pestisida sintesis, telah memperoleh permintaan tinggi di pasar global dan nasional. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan bahaya residu bahan kimia dalam produk pertanian konvensional serta keunggulannya dalam kandungan nutrisi yang lebih tinggi, seperti antioksidan, vitamin, dan mineral dibandingkan dengan sayuran yang dibudidayakan secara konvensional (Smith & Jones, 2022). Meskipun demikian, meskipun memiliki potensi pasar yang besar, produk sayuran organik menghadapi tantangan dalam hal produksi dan pemasaran, terutama di negara berkembang seperti Indonesia (Brown, 2023).

Rumah Tani Mandiri Bekasi, sebagai salah satu pelaku usaha budidaya sayuran organik, telah beroperasi sejak 2021. Meskipun menggunakan teknologi hidroponik dan praktik budidaya yang ramah lingkungan, Rumah Tani Mandiri menghadapi sejumlah kendala dalam pemasaran produk mereka. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah ketidaksesuaian antara permintaan pasar yang terus berkembang dengan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan. Sebelum program pemberdayaan dilakukan, Rumah Tani Mandiri mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan potensi pasar meskipun kapasitas produksi cukup baik. Kendala ini terkait dengan kurangnya saluran distribusi yang efisien, serta keterbatasan dalam kemampuan pemasaran yang lebih luas, termasuk pemasaran digital (Adams, 2021).

Berdasarkan data yang diperoleh sebelum pelaksanaan program, pendapatan bulanan Rumah Tani Mandiri tercatat hanya sekitar Rp 10 juta, meskipun mereka memproduksi 15-30 kg sayuran per minggu. Salah satu keluhan yang sering disampaikan oleh pengepul adalah ketidakteraturan kualitas dan jumlah sayuran yang diterima, yang menghambat proses pemasaran. Pengepul juga seringkali menolak sejumlah produk karena tidak sesuai dengan spesifikasi pasar, yang menyebabkan beberapa produk tidak terjual, sehingga berdampak pada kerugian finansial bagi Rumah Tani Mandiri (Miller, 2020).

Selain itu, fasilitas dan sarana produksi yang ada di Rumah Tani Mandiri juga membutuhkan perbaikan. Beberapa kerusakan pada sistem hidroponik dan infrastruktur budidaya lainnya telah menghambat kapasitas produksi yang optimal. Rumah Tani Mandiri kesulitan dalam memperbaiki fasilitas ini karena terbatasnya dana dan kurangnya pengetahuan mengenai teknologi perawatan yang efisien (Green & Lee, 2018).

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Rumah Tani Mandiri dalam memperbaiki sarana dan prasarana produksi, meningkatkan sistem manajemen, serta memperluas pemasaran melalui teknik pengemasan yang lebih baik dan penggunaan pemasaran digital. Dengan perbaikan sarana prasarana ini, diharapkan kapasitas produksi dapat meningkat, kualitas produk dapat terjaga dengan lebih baik, dan produk sayuran organik Rumah Tani Mandiri dapat lebih dikenal di pasar yang lebih luas.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam Pengabdian kepada masyarakat ini yang pertama adalah Survei lanjut potensi UMKM yang dilaksanakan pada bulan Juli-Oktober 2024. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran Rumah Tani Mandiri Bekasi melalui pelatihan, perbaikan fasilitas, dan peningkatan sistem manajemen. Tahapan utama yang dilakukan meliputi survei potensi UMKM, diskusi kelompok terfokus (FGD), workshop, dan evaluasi pasca-pelatihan. Setiap tahapan memiliki tujuan yang spesifik untuk mendukung peningkatan kualitas dan keberlanjutan usaha.

1. Survei Potensi UMKM

Sebagai langkah awal, dilakukan survei potensi UMKM untuk memetakan kondisi Rumah Tani Mandiri, baik dari segi kapasitas produksi, kualitas produk, manajemen, hingga pemasaran. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada, serta kebutuhan khusus yang perlu diperhatikan dalam program pemberdayaan. Survei dilakukan pada bulan Juli hingga Oktober 2024 dengan melibatkan anggota Rumah Tani Mandiri sebagai responden utama.

2. Diskusi Kelompok Terfokus (FGD)

FGD dilakukan untuk menggali lebih dalam tantangan yang dihadapi oleh Rumah Tani Mandiri dalam aspek produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran. Kegiatan ini melibatkan pengurus dan anggota Rumah Tani Mandiri, serta narasumber yang ahli dalam bidang pertanian organik, manajemen UMKM, dan pemasaran digital. FGD ini bertujuan untuk menemukan solusi bersama atas masalah yang ada, serta menyusun rencana perbaikan yang lebih tepat.

3. Workshop dan Pelatihan

Workshop dilakukan selama 3 hari dengan fokus pada tiga area utama:

Produksi: Pelatihan terkait perbaikan fasilitas hidroponik dan teknik budidaya yang efisien.

Manajemen Keuangan: Pelatihan mengenai pembukuan digital untuk menggantikan metode manual, serta pengelolaan keuangan yang lebih efisien.

Pemasaran: Pengajaran strategi pemasaran online menggunakan media sosial dan platform digital, serta teknik pengemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk.

4. Post-Test untuk Evaluasi Keberhasilan

Setelah pelaksanaan workshop, dilakukan post-test untuk mengukur sejauh mana peserta memahami materi yang telah diajarkan dan seberapa besar perubahan dalam keterampilan dan pengetahuan mereka. Post-test ini digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan program dengan mengukur pengetahuan tentang pemasaran digital, pengemasan produk, dan manajemen keuangan. Kriteria keberhasilan dari post-test mencakup peningkatan skor minimal 70% dalam aspek-aspek tersebut.

5. Pemilihan Peserta dan Keterlibatan Narasumber

Peserta yang terlibat dalam program ini adalah seluruh anggota Rumah Tani Mandiri yang terdiri dari 5 orang. Pemilihan peserta dilakukan berdasarkan keterlibatan mereka dalam kegiatan sehari-hari di usaha tersebut dan tingkat kebutuhan mereka dalam pengembangan usaha. Narasumber yang terlibat dalam workshop adalah ahli di bidang pertanian organik, manajemen usaha kecil, serta pemasaran digital.

Mereka dipilih karena memiliki pengalaman yang relevan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada peserta.

6. Kerangka Evaluasi dan Key Performance Indicators (KPI)

Untuk mengukur dampak dan keberhasilan program ini, digunakan beberapa Key Performance Indicators (KPI) yang telah ditentukan sebelumnya, antara lain:

- a. Peningkatan Pengetahuan: Berdasarkan hasil post-test, peserta diharapkan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan minimal 70% pada aspek pemasaran digital, pengemasan, dan manajemen keuangan.
- b. Peningkatan Penjualan: Target peningkatan penjualan produk sayuran Rumah Tani Mandiri sebesar 30% dalam tiga bulan setelah program.
- c. Peningkatan Kapasitas Produksi: Perbaikan fasilitas dan teknik budidaya yang diimplementasikan diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi sayuran sebanyak 20% dalam enam bulan pasca program.
- d. Penerapan Pembukuan Digital: Semua anggota diharapkan dapat menerapkan sistem pembukuan digital dalam operasional usaha mereka, menggantikan metode manual yang sebelumnya digunakan.
- e. Evaluasi akan dilakukan secara berkala, baik selama program berlangsung maupun setelahnya, untuk memastikan bahwa tujuan yang ditetapkan tercapai dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan yang muncul di lapangan. Dengan demikian, evaluasi yang dilakukan tidak hanya bersifat kuantitatif tetapi juga kualitatif, berdasarkan feedback dari peserta dan narasumber.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian masyarakat yang telah dicapai hingga saat ini meliputi perbaikan fasilitas budidaya di Rumah Tani Mandiri. Perbaikan ini melibatkan infrastruktur budidaya, pemanfaatan teknologi, serta pelatihan (Smith & Jones, 2022). Langkah-langkah tersebut berhasil meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kualitas hasil budidaya sayuran organik, serta memastikan keberlanjutan dan keberhasilan usaha pertanian organik (Brown, 2023). Dokumentasi hasil perbaikan fasilitas dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Fasilitas Yang Sudah Diperbaiki

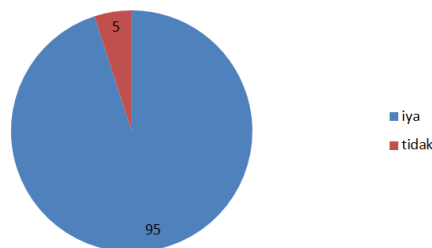
Kegiatan pelatihan *workshop* yang dilaksanakan berjalan dengan lancar dan dihadiri oleh anggota UMKM Rumah Tani Mandiri sebanyak 5 orang. *Workshop* ini memberikan wawasan mendalam mengenai teknik pengemasan sayuran, termasuk ukuran variasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi kesegaran serta umur simpan sayuran. Dengan menerapkan teknik pengemasan yang tepat serta memperhatikan faktor lingkungan dan penanganan, kualitas sayuran dapat dijaga dengan lebih baik (Adams, 2021).



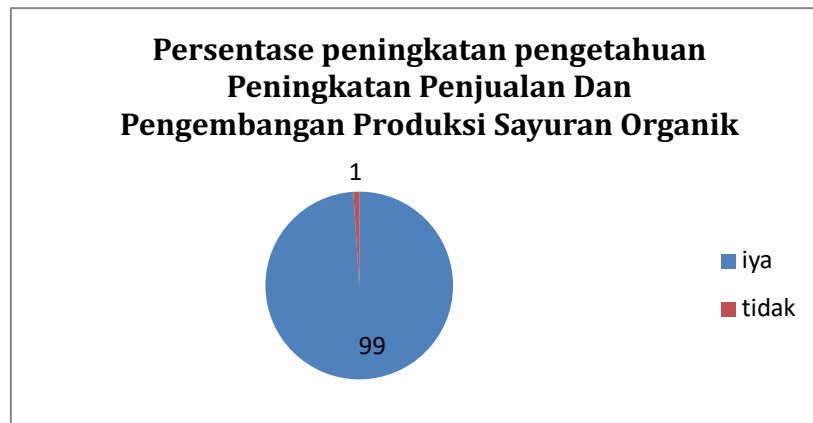
Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan *Workshop*

Pemasaran sayuran organik melalui *platform digital* seperti media sosial dan *e-commerce* telah terbukti menjadi salah satu cara yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan (Dwiriani Anwar et al., 2024). Definisi dari *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran yang didukung oleh teknologi yang meningkatkan informasi sehingga konsumen dapat menyesuaikan kebutuhannya (Robby Aditya & R Yuniardi Rusdianto, 2023). Dengan adanya teknologi ini, pemasaran sayuran organik tidak hanya menjadi lebih mudah, tetapi juga lebih efektif dalam membangun hubungan yang lebih dekat antara produsen dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Sebagai umpan balik kegiatan, setelah selesai kegiatan para UMKM diminta mengerjakan *post-test* dengan tujuan mengukur pemahaman mereka terhadap materi yang telah disampaikan. Hasil *post-test* yang tertera pada Gambar 3 dapat disimpulkan bahwa seluruh peserta mendapatkan ilmu baru tentang pemasaran digital.

Persentase tingkat kebaruan
pemasaran digital



Gambar 3. Presentase Tingkat Kebaruan Pemasaran Digital



Gambar 4. Presentase Peningkatan Pengetahuan Terkait Peningkatan Penjualan dan Pengembangan Produksi Sayuran Organik

Peserta *workshop* diharapkan dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh untuk meningkatkan efisiensi pengemasan dan memperpanjang umur simpan sayuran. *Workshop* juga memberikan panduan komprehensif mengenai teknik pengemasan sayuran, manajemen keuangan UMKM, dan strategi pemasaran yang efektif. Dengan penerapan teknik pengemasan yang tepat, pemahaman prinsip dasar manajemen keuangan, dan pemanfaatan strategi pemasaran modern, peserta diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas produk, dan memperluas jangkauan pasar (Green & Lee, 2018; Miller, 2020).

Setelah pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat di Rumah Tani Mandiri Bekasi, berbagai hasil yang signifikan tercapai baik dalam peningkatan produksi, efisiensi, maupun pemasaran produk. Program ini juga menghadapi beberapa hambatan yang harus diatasi untuk memastikan keberhasilan implementasinya.

Salah satu dampak langsung dari pelaksanaan program ini adalah peningkatan efisiensi operasional yang cukup signifikan. Sebelum program dilaksanakan, Rumah Tani Mandiri sering mengalami kerugian pasca-panen, terutama terkait dengan ketidaksesuaian kualitas dan kuantitas produk yang diterima pengepul. Berdasarkan data yang diperoleh, kerugian pasca-panen yang terjadi bisa mencapai 15-20% dari total hasil panen setiap bulan. Setelah implementasi teknik pengemasan yang lebih efisien dan strategi pemasaran yang ditingkatkan, kerugian pasca-panen menurun menjadi hanya 5-7%, yang menunjukkan pengurangan kerugian hingga 70%. Hal ini dapat dijelaskan oleh perbaikan dalam pengemasan yang lebih baik untuk menjaga kesegaran produk serta penerapan sistem pemasaran yang lebih luas melalui platform digital dan media sosial. Selain itu, peningkatan kapasitas produksi juga tercatat sebesar 20% setelah perbaikan fasilitas hidroponik. Sebelumnya, Rumah Tani Mandiri hanya dapat memproduksi 15-20 kg sayuran per minggu. Setelah peningkatan fasilitas dan pelatihan, kapasitas produksi meningkat menjadi 25-30 kg per minggu, memberikan dampak positif terhadap volume penjualan dan pendapatan.

Selama pelaksanaan program, beberapa hambatan muncul yang mempengaruhi kelancaran kegiatan. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan dana untuk perbaikan fasilitas produksi. Meskipun program ini berhasil meningkatkan kapasitas produksi, kerusakan pada sistem hidroponik dan keterbatasan modal membuat proses perbaikan lebih lambat dari yang diharapkan. Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian bersama dengan pihak Rumah Tani Mandiri mengajukan proposal untuk bantuan dana eksternal dan melakukan perbaikan bertahap dengan dana yang tersedia.

Hambatan lain yang dihadapi adalah resistensi terhadap perubahan sistem pembukuan dan pemasaran digital. Sebagian anggota Rumah Tani Mandiri merasa kesulitan beradaptasi dengan penggunaan sistem pembukuan digital yang menggantikan sistem manual. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan pelatihan tambahan secara lebih intensif, dengan mengundang narasumber yang berkompeten di bidang teknologi informasi dan manajemen keuangan untuk memberikan panduan langsung dan menjelaskan manfaat sistem digital dalam jangka panjang. Hasil yang diperoleh dalam program ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa penerapan teknologi dalam pertanian organik, seperti penggunaan hidroponik dan pemasaran digital, dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha pertanian kecil. Sebagai contoh, penelitian oleh Green dan Lee (2018) menyatakan bahwa penerapan teknologi dalam budidaya tanaman organik dapat meningkatkan hasil panen hingga 30%. Selain itu, strategi pemasaran melalui media sosial juga terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar, yang sejalan dengan temuan Adams (2021) bahwa penggunaan platform digital dapat meningkatkan penjualan produk pertanian organik secara signifikan. Program pemberdayaan ini juga mengingatkan pada program-program serupa yang telah dilaksanakan di berbagai daerah, seperti di kawasan pedesaan di India dan Kenya, yang menunjukkan bahwa pendekatan berbasis pelatihan dan teknologi sangat efektif dalam mengatasi masalah pemasaran dan produksi pada UMKM pertanian (Brown, 2023). Dalam konteks Indonesia, program serupa yang dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada di Yogyakarta berhasil meningkatkan pendapatan petani organik hingga 25% melalui peningkatan manajemen dan pemasaran produk secara digital (Smith & Jones, 2022). Hal ini memberikan konteks yang lebih luas bahwa penerapan teknologi dalam produksi dan pemasaran produk pertanian organik memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di sektor ini.

Kesimpulan

Program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Rumah Tani Mandiri Bekasi berhasil memberikan dampak signifikan dalam peningkatan efisiensi operasional, kapasitas produksi, dan pemasaran produk. Setelah pelaksanaan program, terdapat peningkatan yang jelas dalam pengurangan kerugian pasca-panen hingga 70%, serta peningkatan kapasitas produksi sebesar 20%. Penerapan teknik pengemasan yang lebih baik, pemasaran melalui platform digital, dan perbaikan fasilitas hidroponik telah membantu mengatasi sebagian besar kendala yang dihadapi Rumah Tani Mandiri sebelumnya. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa intervensi yang melibatkan teknologi dan pelatihan praktis dapat meningkatkan kinerja UMKM pertanian organik. Namun, hambatan seperti keterbatasan dana untuk perbaikan fasilitas dan resistensi terhadap perubahan sistem pembukuan dan pemasaran digital masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Untuk itu, diperlukan solusi lebih lanjut, termasuk pengajuan dana bantuan eksternal dan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan digital anggota.

Program pemberdayaan ini dapat diperpanjang dengan evaluasi yang lebih terstruktur mengenai dampak jangka panjang. Sebuah program pasca-pelatihan yang berfokus pada monitoring dan evaluasi (M&E) secara berkala dapat dilakukan untuk

memastikan bahwa perubahan yang telah dicapai tetap bertahan. Evaluasi ini dapat menggunakan Key Performance Indicators (KPI) yang sudah ditetapkan, seperti peningkatan penjualan, pengurangan kerugian pasca-panen, dan penerapan teknologi digital dalam manajemen.

Untuk memperluas kemampuan anggota Rumah Tani Mandiri, pelatihan tambahan di bidang manajemen usaha dan pengembangan produk sangat disarankan. Pelatihan ini dapat mencakup aspek-aspek seperti pengelolaan inventaris, keuangan mikro, dan diversifikasi produk, yang dapat membantu Rumah Tani Mandiri untuk menghadapi perubahan pasar dan mengoptimalkan keuntungan mereka. Salah satu strategi keberlanjutan yang penting adalah menjalin kemitraan dengan distributor dan pengepul yang lebih besar, serta memperluas jaringan pemasaran digital. Rumah Tani Mandiri dapat bekerja sama dengan platform e-commerce atau supermarket yang memiliki akses lebih luas ke pasar, sehingga produk mereka dapat dikenal oleh konsumen yang lebih besar. Kolaborasi ini dapat mengurangi ketergantungan pada pengepul lokal yang memiliki spesifikasi terbatas. Untuk memastikan keberlanjutan usaha, Rumah Tani Mandiri dapat memanfaatkan teknologi tambahan, seperti sistem manajemen produksi berbasis aplikasi yang memungkinkan mereka untuk melacak hasil panen, mengelola inventaris, dan memprediksi kebutuhan pasar. Selain itu, penerapan teknologi Internet of Things (IoT) dalam pengelolaan fasilitas hidroponik dapat membantu memonitor kondisi tanaman secara real-time, sehingga dapat meningkatkan hasil panen dan mengurangi kerugian akibat masalah teknis..

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian masyarakat berterima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) 2024, UMKM Rumah Tani Mandiri, dan seluruh anggota tim pengabdian serta semua pihak yang telah berkontribusi dalam mendukung pelaksanaan kegiatan ini, sehingga dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Referensi

- Adams, J. (2021). *Organic Farming Trends in Indonesia*. Jakarta: Green Press.
- Anjar Lasmini, S., Monde, A., Tarsono, Idham, & Nasir, B. (2020). Bimbingan Teknik Budidaya Sayuran Organik Untuk Menghasilkan Sayuran Sehat dan Bebas Residu Bahan Kimia. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(4), 623–632. <https://doi.org/10.31764/jmm.v4i4.2603>
- Brown, A. (2022). *Consumer Preferences for Organic Products*. Bandung: Healty Food Publishing.
- Dwiriani Anwar, A., Pratama, L., Berliana, E., Utari Putri, A., Irmaya, N., Ardiwinata, Y., ... Penjualan, P. (2024). Peningkatan Penjualan Melalui Digital Marketing Pada Olahan Singkong Thailand Di Desa Talang Nangka. *J. A. I : Jurnal Abdimas Indonesia*, 2797–2887. Retrieved from <https://dmi-journals.org/jai/>
- Green, R., & Lee, M. (2018). *Sustainable Agricultural Practices*. Surabaya: EcoAgri Books.

- Jones, T., Smith, A., & Williams, L. (2019). *Environmental Impact of Chemical Pesticides*. Yogyakarta: Nature Press.
- Lee, H. (2023). *Empowering Small Enterprises: A Practical Approach*. Jakarta: University Press.
- Miller, S. (2020). *Nutritional Benefits of Organic Vegetables*. Bali: Nutrition Science Publications.
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Smith, J. (2020). *Essential Vitamins and Minerals*. Semarang: Health Guide Publications.
- Smith, J., & Jones, T. (2022). *Challenges in Organic Vegetable Markets*. Bandung: Market Insights.