

Analisis Saluran Pemasaran dan Pangsa Pasar Kopi Lokal Kurrak di Kecamatan Tapango Kabupaten. Polewali Mandar

Muh. Arman Yamin Pagala^{1*}, Nurdiyah², Siti Nur Aliah³, Zulkifli Basri⁴

^{1,4}Program Studi Agribisnis Universitas Al Asyariah Mandar

²Program Studi Agribisnis Universitas Terbuka

³Program Studi Peternakan Universitas Sulawesi Barat

*Email: muh.armanyamin@mail.unasman.ac.id

Abstract

Kopi merupakan komoditi unggulan yang dapat meningkatkan PDB sebesar 3,76 %, menyerap tenaga kerja baik di hulu maupun di hilir, dan menjadi komoditi yang sudah lama dibudidayakan masyarakat di Polewali Mandar. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan penyebaran kuisioner. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, melalui analisis saluran pemasaran serta pangsa pasar kopi Kurrak. Sampel secara purposive. Hasil analisis harga berdasarkan saluran pemasaran biji kopi lokal, petani mendapatkan keuntungan lebih besar ketika menempuh jalur pemasaran ke II, yaitu dengan harga Rp. 4.236, dari saluran ke I petani hanya mendapatkan harga Rp. 2.294 per kilo. Menunjukkan bahwa saluran pemasaran ke II lebih efisien, dari saluran pemasaran I. 2. Menunjukkan dominasi tiga industri utama dalam rasio pembelian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa industri satu dengan rata-rata penjualan per tahun adalah 383 kg dengan memegang pangsa pasar sebesar 0,331% dari total penjualan kopi di desa kurrak, industri dua dengan rata-rata penjualan 580 kg pertahun memegang pangsan pasar 0,472% dari total penjualan kopi di desa kurrak, dan industri tiga dengan rata-rata pembelian kopi 120 kg per tahun memegang 0,097% pangsa pasar dari total penjualan kopi di desa Kurrak Kecamatan Tapango Polewali Mandar.

Keywords : *Tata Niaga, Pangsa Pasar, Kopi, Lokal*

1. Pendahuluan

Sektor perkebunan merupakan salah satu sektor dengan potensi pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Kontribusinya terhadap PDB nasional sebesar 3,76 % pada tahun 2022, mempertahankan peringkat teratas di antara sektor pertanian, peternakan, perburuan, dan jasa pertanian (BPS, 2023). Sebagai pemasok penting bahan baku ke industri di luar negeri serta kebutuhan industri nasional, bidang ini dapat menyerap sebagian besar angkatan kerja baik yang ada di hulu maupun di hilir. Dan kopi merupakan komoditi unggulan yang berkontribusi pada pendapatan negara, pada tahun 2020 nilai ekspor kopi Indonesia mencapai 387,26 ribu ton, meningkat pada tahun 2022 yaitu 437, 56 ribu ton yang meningkat sebesar 12,99 persen (BPS, 2022). Jenis Arabika, Robusta, dan Liberia (Vinni, A. S., 2024).

Dimana perkebunan kopi sebagai komoditas pertanian yang terkemuka, sebagai negara pengekspor kopi terbesar keempat di dunia, mengikuti Brasil, Vietnam, dan Kolombia (International Coffee Organization, 2019). Kopi menonjol sebagai komoditas yang sangat dicari dalam perdagangan internasional. Ini berfungsi sebagai landasan ekonomi di Amerika Latin, Asia, dan Afrika. Renstra 2015-2019 oleh Direktorat Jenderal Perkebunan memprioritaskan kopi sebagai item agenda utama untuk meningkatkan agroindustri. Termasuk

meningkatkan potensi produksi serta ekspor komoditas primer untuk mendorong pertumbuhan agroindustri kopi yaitu pengolahan produk di daerah-daerah penghasil kopi, sebagai salah satu strategi mendorong pertumbuhan ekonomin petani kopi di Indonesia.

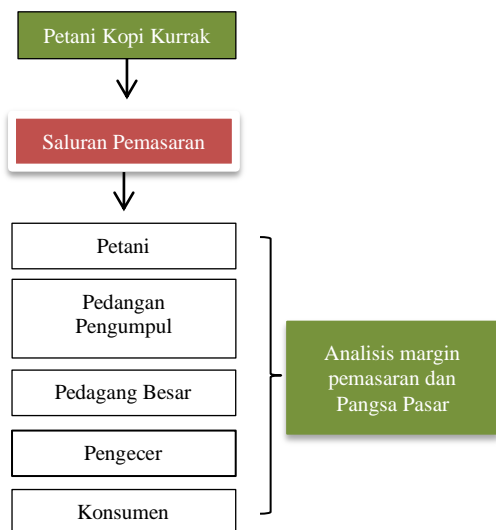
Peluang ekspor komoditi kopi sangat besar, pada tahun 2021 ekspor kopi Indonesia mencapai 382,93 ribu ton di 15 negara tujuan ekspor ((Pusdatin 2022). Secara global dapat menyumbang sekitar 7% dari produksi kopi dunia, artinya dari aspek peluang bisnis menjadi strategis untuk menjadi komoditi unggulan nasional yang menopang ekonomi masyarakat. Meskipun dalam pengembangannya komoditi kopi di Indonsia masih memiliki tantangan seperti kelembagaan pemasaran kopi masih lemah, kopi di daerah belum menjadi prioritas tanaman unggulan petani serta daya dukung pemerintah masih lemah (Angraini, D.M., et al. 2022).

Sulawesi Barat merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Sulawesi, dengan tingkat produksi kopi pada tahun 2022 sebesar 4.574 ton, dan Kabupaten Polewali Mandar menjadi penyumbang kedua terbesar yaitu sebesar 793 ton/tahun (BPS, 2023). Peran pemasaran sangat menunjang produktivitas petani kopi di Polewali Mandar secara umum, dalam hal menjaga kepastian harga, serta harga kopi ditingkat petani masih rendah. Maka untuk itu perlu dilakukan penelitian, seperti apa tataniaga kopi lokal di Polewali Mandar khususnya di

kecamatan Tapanggo di Desa Kurra. Kopi di Desa Kurra merupakan komoditi unggulan yang sudah lama di budidayakan oleh masyarakat desa. Sebagai minuman tradisional masyarakat, juga sebagai sumber penghasilan masyarakat setempat. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis saluran pemasaran serta pangsa pasar kopi Kurra sebagai kopi lokal di Polewali Mandar.

2. Kerangka Teori

Adapun kerangka pikir dalam penelitian saluran pemasaran dan pangsa pasar Kopi Kurra sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

3. Metodologi

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan dilaksanakan di Desa Kurra Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat, mulai pada bulan Mei sampai Juli 2024.

3.2. Penentuan Responden

Arikunto (2019) Sampel/responden merupakan segmen atau cerminan dari populasi yang diselidiki. Dapat disimpulkan bahwa sampel berfungsi sebagai segmen atau penggambaran populasi yang diteliti. Sebagaimana dinyatakan oleh Arikunto (2019, hlm. 104), jika ukuran populasi di bawah 100 individu, maka sampel harus mencakup seluruh populasi, namun, jika populasi melebihi 100 individu, ukuran sampel berkisar antara 10-15 individu atau 20-25% dapat dipilih dari populasi. Sehingga total populasi yang ada di lokasi penelitian terdiri dari 30 responden, yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun pendekatan penelitian yaitu bersifat kuantitatif, berdasarkan analisis deskriptif statistik. Terdapat dari data primer dan data sekunder. Sumber data mempunyai fungsi sebagai data pelengkap, apabila tidak tersedia sumber dalam fungsinya sebagai data primer. (Oktaviani, D. 2019). Berasal dari petani, kelompok tani,

penelitian terdahulu, dinas pertanian, dan lembaga yang penelitian lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan metode: (1) kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan yang telah disusun dalam sebuah pertanyaan kepada responden. (2) observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara pada objek penelitian. (3) wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara langsung kepada ke responden atau pihak terkait dengan objek penelitian.

3.4. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif menjelaskan tipe saluran pemasaran dan pangsa pasar biji kopi lokal di Polewali Mandar, yaitu:

1. Analisis margin pemasaran, secara matematis formula umum margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut (Ulya dalam Singarimbun, 2008).

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/kg).

2. Analisis pangsa pasar atau market share kopi lokal dengan menggunakan rumus MSn sebagai berikut:

$$MSn = \frac{Sn}{SA} \times 100\%$$

Keterangan:

Market share (MSn) :Pangsa pasar pedagang pengumpul

Sn : Penjualan pedagang pengumpul “n” (0-100%)

SA : Total penjualan kopi di desa Kurra (Kg/ton)

N : Banyaknya pedagang pengumpul.

4. Hasil

4.1. Produksi Dan Produktivitas Kopi Kurra

Produksi merupakan kegiatan yang di ukur sebagai tingkat output per unit periode atau waktu. Produksi mengacu pada jumlah total biji kopi yang dihasilkan dalam suatu periode waktu tertentu, biasanya diukur dalam ton atau kilogram. Produktivitas merupakan kemampuan atau daya dukung lahan pertanian dalam memproduksi tanaman. Produktivitas mengacu pada efisiensi produksi, biasanya diukur sebagai jumlah biji kopi yang dihasilkan per unit luas lahan misalnya kilogram per hektar. Fokusnya pada efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya untuk menghasilkan biji kopi.

Produksi merupakan kegiatan yang di ukur sebagai tingkat output per unit periode atau waktu. Produksi mengacu pada jumlah total biji kopi yang dihasilkan dalam suatu periode waktu tertentu, biasanya diukur dalam ton atau kilogram. Produktivitas merupakan kemampuan atau daya dukung lahan pertanian dalam memproduksi tanaman. Produktivitas mengacu pada efisiensi produksi, biasanya diukur sebagai jumlah biji kopi yang dihasilkan per unit luas lahan misalnya kilogram per hektar. Fokusnya pada efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya untuk menghasilkan biji kopi.

Tabel 7. Produksi dan produktivitas Kopi Kurra

No	Tahun	Produksi (kg/tahun)	Produktivitas (Kg/Ha)
1.	2021	1.995	753
2.	2022	2.110	810
3.	2023	2.020	760
	Jumlah	6.125	2.323

Sumber : Data Pertanian, 2024

Tabel 7 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2021 jumlah produksi kopi di desa Kurrak 1.995 kg dengan rata-rata produktivitas per hektar lahan adalah 753 kg. Tahun 2022 mengalami peningkatan dimana jumlah produksi naik hingga 5,77% dengan jumlah produksi 2.110 kg dengan produktivitas 810 kg. Tahun 2023 sedikit mengalami penurunan produksi hingga 4,27% dengan jumlah produksi 2.020 kg dengan produktivitas 760 kg per hektar.

4.2. Pemasaran Biji Kopi Kurrak

Petani kopi di desa Kurrak menjual hasil panennya langsung ke pedagang pengumpul yang biasanya mengambil langsung dari petani. Tak jarang juga mereka mengantarkan langsung ke tempat penampungan yang siap mengolah dan kemudian memasarkan produknya. Dari uraian di atas dapat di lihat saluran pemasaran Biji kopi Kurrak sebagai berikut:

Tabel 6. Saluran Pemasaran Kopi Kurrak

No	Unsur Margin	Saluran 1 (Rp/Kg)	Saluran 2 (Rp/Kg)
1.	Petani Kopi Harga Jual	Rp 26.176	Rp 26.411
2.	Pedagang Harga Beli Harga Jual Biaya Pemasaran Margin Keuntungan	30.470 32.000 4.000 3.000 4.500	
3.	Industri Harga Jual Harga Beli Biaya Margin	34.647 26.176 3.000 2.000	34.647 32.000 3.000 3.000

Sumber: Data Setelah Diolah, 2024

Kabupaten Polewali Mandar merupakan wilayah penghasil kopi terkhusus di Kecamatan Tapango Desa Kurra. Apabila petani kopi ini menjual langsung ke pedagang pengumpul maka harga yang di dapatkan Rp. 28.470 per kilo, tapi kalau pedagang pengumpul yang langsung mengambil biji kopi ditingkat petani harga Rp. 26.176 per kilo. Kemudian pedagang pengumpul menjual ke industri pengolahan dengan harga Rp. 30.647 per kilo. Setelah industri pengolahan mengolah kopi dalam bentuk, harga kopi Rp. 34.176 per kilo. Sedangkan untuk saluran II, petani langsung menjual biji kopi dengan harga Rp. 30.647 per kilo, kalau menjual harga kopi dilokasi produksi maka harga ditingkat petani Rp. 26.411 per kilo. Hasil analisis harga berdasarkan saluran pemasaran biji kopi lokal, petani mendapatkan keuntungan lebih besar ketika menempuh jalur pemasaran ke II, yaitu dengan harga Rp.

4.236, dari saluran ke I petani hanya mendapatkan harga Rp. 2.294 per kilo. Artinya saluran pemasaran ke II lebih efisien, dari saluran pemasaran I.

Saluran pemasaran adalah kegiatan yang dibutuhkan untuk mengalihkan kepemilikan, dari titik produksi ke titik konsumsi, dengan cara ini produk sampai kepengguna akhir atau konsumen dan juga dikenal sebagai saluran distribusi (Yasty A Mony, et al, 2024). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada jalur pemasaran jamur biji kopi lokal di Desa Kurra Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar terdapat dua saluran pemasaran, sebagaimana pada gambar 1 dan 2 berikut:



Gambar 2. Saluran Pemasaran Satu

Saluran pemasaran I menunjukkan beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pembelian biji kopi di Desa Kurra, dan pada umumnya terjadi di Polewali Mandar. Dimana petani menjual biji kopi kepada pedagang pengumpul, kemudian menjual industri kopi tempat pengolahan kopi bubuk ke konsumen dalam bentuk produk. Selain memproduksi dalam bentuk biji kopi bubuk, industri pengolahan juga memproduksi dalam bentuk biji yang dijual ke pengusaha eksportir di daerah Makassar. Saluran pertama menggambarkan rantai tataniaga biji kopi lokal panjang, melibatkan beberapa bagian lembaga pemasaran yang mengambil bagian keuntungan dari biji kopi lokal di Polewali Mandar. Saluran pemasaran II sebagai berikut:



Gambar 3. Saluran Pemasaran Dua

Pada saluran pemasaran II, petani langsung menjual biji kopinya dalam bentuk kering ke industri pengolahan di Polewali Mandar, industri pengolahan ini telah melakukan kemitraan kepada petani dalam bentuk koperasi kopi. Sehingga petani harus menjual biji kopi ke industri yang telah memberikan bantuan modal dengan model koperasi, juga melakukan pembinaan ke petani khususnya dalam panen dan pasca panen.

4.3. Pangsa Pasar Kopi Kurrak

Pangsa pasar biji kopi lokal dilakukan dengan memeriksa rasio penjualan biji kopi lokal pada daerah penelitian, dapat mengidentifikasi siapa yang memiliki kekuatan pasar (*market power*) yang tinggi dari tataniaga yang ada. Pada umumnya petani menjual kopi dalam bentuk asalan ke pedagang pengumpul, dan industri sesuai saluran

pemasaran yang ada. Dengan pertimbangan jarak, biaya, kemudahan mendapatkan uang tunai, dan kemudahan transaksi.

Petani kopi di Desa Kurak mendistribusikan hasil kopi mereka ke fasilitas pengolahan di dalam desa, sementara minoritas petani kopi langsung memasok hasil panen mereka ke industri besar yang terletak di kota polewali. Penelitian ini mencakup penelitian terhadap 6 pedagang pengumpul pembelian, dengan 4 pedagang pengumpul utama yang secara aktif terlibat dalam pengadaan langsung dari petani, dan 2 pedagang pengumpul yang memperoleh kopi untuk pemrosesan internal dan distribusi selanjutnya ke pasar lokal dan vendor kecil. Data produksi dan produktivitas petani ke kolektor pedagang disajikan pada Tabel 10 di bawah ini.

Tabel 7. Data Penjualan Pedagang Pengumpul

No	Pedagang	Jumlah (kg)	Harga jual
1.	Pedagang 1	350	11.200.000
2.	Pedagang 2	246	7.872.000
3.	Pedagang 3	131	4.192.000
4.	Pedagang 4	95	3.040.000
5.	Pedagang 5	45	1.440.000
6.	Pedagang 6	30	960.000

Sumber : data setelah diolah, 2024

Sistem pemasaran Kopi Kurak pada pedagang pengumpul yang dibeli dari petani kopi dipasarkan langsung ke industri pengolahan kopi dengan harga yang beragam tergantung kondisi maupun kualitas biji kopi tersebut. Pedagang pengumpul menjual biji kopi yang dibeli dari petani dalam bentuk biji maupun dalam bentuk setelah di sangrai dengan harga rata-rata Rp 30.647. Tetapi beberapa pedagang juga menjual langsung biji kopi mereka dalam bentuk mentah dengan harga sedikit lebih rendah dari kopi yang telah di sangrai. Pedagang pengumpul menjual biji kopi tersebut ke industri-industri pengolahan kopi ada di desa kurak, dan ada pula yang dijual ke industri-industri besar yang ada di kecamatan tapango maupun di polewali mandar dengan harga yang beragam sesuai dengan bentuk pengolahan sebelum dijual ke industri tersebut

Tabel 9. Analisis Pangsa Pasar Biji Kopi Kurak

No	Industri	Rata-rata pembelian kopi (Kg/tahun)	MSn%	CR4
1.	Industri 1	383	0,311	0,889 %
2.	Industri 2	580	0,472	
3.	Industri 3	120	0,097	
4.	Industri 4	90	0,073	
5.	Industri 5	55	0,044	
Jumlah		1228,0	100,0	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Analisis pangsa pasar biji kopi lokal, menunjukkan dominasi tiga industri utama dalam rasio pembelian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa industri satu dengan rata-rata penjualan per tahun adalah 383 kg dengan memegang pangsa pasar sebesar 0,331% dari total penjualan kopi di desa kurak, industri dua dengan rata-rata penjualan 580 kg pertahun memegang pangsan pasar 0,472% dari total penjualan kopi di desa kurak, dan industri tiga dengan rata-rata pembelian kopi 120 kg per tahun memegang 0,097% pangsa pasar dari total penjualan kopi di desa Kurak. Industri empat dan industri lima memiliki pangsa pasar yang lebih kecil masing-masing 0,073% dan 0,044%. Artinya bahwa industri dengan pangsa pasar terbatas sering mencerminkan tren harga yang ditetapkan oleh tiga industri besar dengan pangsa pasar yang lebih tinggi. Sehingga dalam pembentukan harga, cenderung di dominasi oleh tiga industri besar yang pangsa pasarnya lebih luas dengan CR4 yaitu sebesar 0,899%. (Pagala, M. A. Y., Handayani, H., & Kalaba, Y. 2017).

5. Kesimpulan

Hasil analisis harga berdasarkan saluran pemasaran biji kopi lokal, petani mendapatkan keuntungan lebih besar ketika menempuh jalur pemasaran ke II, yaitu dengan harga Rp. 4.236, dari saluran ke I petani hanya mendapatkan harga Rp. 2.294 per kilo. Artinya saluran pemasaran ke II lebih efisien, dari saluran pemasaran. Menunjukkan dominasi tiga industri utama dalam rasio pembelian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa industri satu dengan rata-rata penjualan per tahun adalah 383 kg dengan memegang pangsa pasar sebesar 0,331% dari total penjualan kopi di desa kurak, industri dua dengan rata-rata penjualan 580 kg pertahun memegang pangsan pasar 0,472% dari total penjualan kopi di desa kurak, dan industri tiga dengan rata-rata pembelian kopi 120 kg per tahun memegang 0,097% pangsa pasar dari total penjualan kopi di desa Kurak Kecamatan Tapango Polewali Mandar.

Ucapan Terima Kasih

Ketua dan anggota peneliti mengucapkan banyak terima kasih mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini, serta teman-teman dosen yang telah membantu baik langsung maupun tidak sehingga penelitian dapat terlaksana. Kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Al Asyariah Mandar (UNASMAN), serta Prodi Agribisnis yang selalu memberikan motivasi kepada dosen-dosen untuk senantiasa mengembangkan penelitian di bidang Agribisnis. Ucapan banyak terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada petani dan kelompok tani di Desa Kurak Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar telah banyak memberikan informasi data terkait penelitian agribisnis kopi lokal sebagai sub sektor yang menopang ekonomi petani di Desa Kurak.

Daftar Pustaka

- Ambarsari, N., & Prasetyo, L. (2022). Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 121-138.
- Anggraini, D. M., Aminudin, I., & Muhib, A. (2022). Daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. *Sharia Agribusiness Journal*, 2(1), 33-50.
- Arikunto, S., (2019), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, PT.Rineka Cipta, Jakarta.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Asmara, R. A., & Heryanto, T. A. (2019). Klasifikasi varietas biji kopi arabika menggunakan ekstraksi bentuk dan tekstur. In *Seminar Informatika Aplikatif Polinema* (pp. 316-322).
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2022. *Statistik Kopi Indonesia*.<https://www.bps.go.id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9fe8/statistik-kopi-indonesia-2022>.
<https://sulbar.bps.go.id/indicator/54/338/1/produktivitas-tanaman-perkebunan-menurut-kabupaten.html>. Diakses tanggal 6-2-2024.
- Dewi, S., Amran, A., Angka, A. W., Zainuddin, D. U., Fitri, F., Samad, I., & Hidayat, A. (2023). Pengembangan Komoditas Kopi Melalui Penguatan Kapasitas Teknis Dan Manajerial Petani Di Desa Kurrak. *Rambideun: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 11-19.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Hakim, L. (2021). Agroforestri kopi: mendorong taman hayati dan wisata kopi. *Media Nusa Creative (MNC Publishing)*.
- Hardani, D. (2020). *Metode Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Ir Sri Tjondro Winarno, M. M., & Darsono, I. (2019). *Ekonomi Kopi Rakyat Robusta Di Jawa Timur*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Jaya, W. K. (2023). *Ekonomi industri*. UGM PRESS.
- Nabalan, K. (2020). Pengaruh Genotipe Dan Pupuk NPK Terhadap Pembibitan Kopi Arabika (*Coffea arabika* L).
- Oktaviani, D. (2019). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN metro (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Pagala, M. A. Y., Handayani, H., & Kalaba, Y (2017). Analisis Struktur Pasar Bawang Merah Varietas Lembah Palu Di Kabupaten Sigi. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 24(2), 128-137.
- Pakpahan, R. M., Hanum, N., & Andiny, P. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pertanian dalam Upaya Peningkatan Produk Domestik Regional Bruto di Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 5(2), 178-186.
- Syabandi, E., Aswasulasikin, A., Hadi, Y. A., & Husni, M. (2021). Penerapan Strategi Pembelajaran Guru Kunjung di Masa New Normal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 6495-6503.
- Vinni, A. S. (2024). *Transformasi Struktural Sektor Pertanian dan Disparitas Wilayah di Pulau Sumatera* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).