



Evaluasi Pelatihan Vokasional Agribisnis dalam Meningkatkan Akses Pasar Produk Pertanian

Astri Shabrina¹, Citra Rianzani¹, Tika Dewi¹, Bambang Irawan¹, Ade Rahmad Kurniawan¹

¹ Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Lampung, Indonesia



astrishabrina58@gmail.com*

Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of agribusiness vocational training in improving market access for farmers, particularly in the Lampung region, in 2021. A descriptive qualitative approach was used, with data collection techniques including in-depth interviews, field observations, and documentation. The results indicate that this training had a positive impact on changing farmers' behavior in marketing agricultural products, particularly through improved packaging skills, digital promotion, and the use of online platforms such as social media and e-commerce. Farmers who participated in the training were able to expand their marketing networks, improve product competitiveness, and increase income. However, the success of the training is highly dependent on local institutional support, digital literacy, and the availability of technological infrastructure. This study concludes that agribusiness vocational training is an effective empowerment strategy for promoting farmer economic independence, but it needs to be complemented by ongoing mentoring and policy integration at the local level.

Keywords: Agribusiness, Empowerment, Digitalization, Farmers, Market Access, Vocational Training

ARTICLE INFO

Article history:

Received
January 18, 2021
Revised
February 06,
2021
Accepted
July 28, 2021

Published by

ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena

2774-7077

<https://www.attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan fondasi penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam penyediaan pangan, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan (Nofianti dkk., 2022). Namun demikian, petani Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal akses pasar (Duwila dkk., 2025). Keterbatasan jaringan distribusi, minimnya kemampuan pemasaran, serta dominasi tengkulak dalam rantai pasok menyebabkan petani sulit mendapatkan harga yang layak atas hasil pertaniannya (Amrin dkk., 2023; Duwila dkk., 2025). Kondisi ini berdampak langsung pada rendahnya nilai tambah dan daya saing produk pertanian di pasar lokal maupun nasional. Menurut data Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2021), lebih dari 70% petani kecil belum memiliki akses langsung ke pasar modern dan masih mengandalkan sistem penjualan tradisional yang rentan terhadap fluktuasi harga dan ketimpangan informasi (Muta'ali, 2019).

Pembangunan sektor pertanian di Indonesia selama ini masih didominasi oleh pendekatan produksi, sementara aspek hilir seperti pengolahan, pemasaran, dan distribusi sering kali terabaikan. Padahal, akses pasar merupakan salah satu kunci utama untuk

memastikan keberlanjutan pendapatan petani dan peningkatan kesejahteraan rumah tangga pertanian (Indriani dkk., 2020). Akses pasar yang terbatas menyebabkan petani sulit menjual produk mereka dengan harga yang menguntungkan. Ketergantungan pada tengkulak, minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran, serta rendahnya daya saing produk dari sisi kualitas dan kemasan merupakan masalah yang masih umum ditemui di berbagai daerah (Az-Zahra dkk., 2021).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, pemerintah mendorong transformasi pertanian ke arah agribisnis berbasis pasar, dengan salah satu strateginya adalah melalui program pelatihan vokasional (Apreliani dkk., 2023). Pelatihan vokasional agribisnis diarahkan untuk meningkatkan kompetensi petani dalam mengelola usaha tani secara profesional (Fadjeri dkk., 2025), memperkuat kemampuan pemasaran, serta memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Kementerian Pertanian RI. 2021). Program ini tidak hanya menysasar aspek teknis budidaya, tetapi juga menekankan pentingnya nilai tambah, branding produk, serta keterhubungan petani dengan pasar modern dan digital. Hal ini sejalan dengan kebijakan Kementerian Pertanian RI yang mendorong digitalisasi pertanian dan pemberdayaan petani milenial sebagai agen transformasi sektor pertanian (Direktorat Jenderal PSP. 2021).

Data dari Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik, 2021) menunjukkan bahwa lebih dari 70% petani Indonesia masih menjual produknya melalui jalur tradisional, dan hanya 27,6% yang telah terhubung ke pasar modern atau digital Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik, 2021). Akibatnya, posisi tawar petani tetap lemah, terutama ketika menghadapi fluktuasi harga pasar atau lonjakan biaya produksi. Sebuah studi oleh FAO (2021) menyebutkan bahwa pelatihan vokasional berbasis pasar dapat meningkatkan efisiensi usaha tani dan memperluas akses pasar secara signifikan, terutama jika disertai dengan pendampingan pascapelatihan dan dukungan kelembagaan. Melihat pentingnya peran pelatihan vokasional dalam meningkatkan akses pasar, maka perlu dilakukan evaluasi secara sistematis terhadap pelaksanaan program tersebut, khususnya yang dijalankan selama tahun 2021. Evaluasi ini menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana pelatihan tersebut mampu mengubah cara pandang dan praktik petani dalam memasarkan produk, serta mengidentifikasi faktor-faktor penunjang dan penghambat keberhasilannya.

Sementara itu, hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) di tahun yang sama menunjukkan bahwa petani yang mengikuti pelatihan agribisnis mengalami peningkatan pendapatan sebesar 20 hingga 35 persen dalam kurun waktu enam bulan pascapelatihan. Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa pelatihan vokasional bukan sekadar pelengkap dalam pembangunan pertanian, melainkan instrumen penting dalam mengakselerasi akses pasar dan meningkatkan posisi tawar petani.

Sebagai respons terhadap persoalan tersebut, berbagai program pelatihan vokasional di bidang agribisnis mulai digencarkan, baik oleh pemerintah pusat, daerah, maupun organisasi masyarakat sipil. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas petani dalam memahami aspek manajemen usaha tani, strategi pemasaran berbasis digital, hingga penguatan kelembagaan kelompok tani. Salah satu pelatihan vokasional strategis yang dilaksanakan pada tahun 2021 adalah pelatihan agribisnis berbasis pasar, yang menysasar petani-petani produktif, khususnya generasi muda, di daerah sentra pertanian seperti Kabupaten Sleman, Klaten, dan Kulon Progo. Pelatihan ini dirancang tidak hanya sebagai transfer pengetahuan teknis, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan petani agar mampu mengakses pasar secara mandiri dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan vokasional agribisnis dalam meningkatkan akses pasar produk pertanian. Fokus utama kajian diarahkan pada perubahan perilaku usaha petani, inovasi dalam pemasaran produk, serta dampak terhadap volume dan nilai penjualan hasil pertanian pascapelatihan. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perumusan program

pelatihan yang lebih responsif terhadap kebutuhan riil petani serta mendukung transformasi sektor pertanian menuju agribisnis yang lebih mandiri dan kompetitif.

Pelatihan vokasional merupakan bentuk pendidikan nonformal yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kerja secara praktis dan aplikatif, khususnya dalam bidang tertentu. Menurut (Elfert, 2015), pelatihan vokasional adalah proses pembelajaran yang dirancang untuk memberikan keterampilan langsung yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan sektor ekonomi lokal. Dalam konteks pertanian, pelatihan vokasional agribisnis diarahkan untuk membekali petani dengan keterampilan manajemen usaha tani, pengolahan hasil pertanian, pemasaran, serta inovasi teknologi yang sesuai dengan dinamika pasar. Pelatihan ini bersifat aplikatif, kontekstual, dan didasarkan pada kebutuhan nyata yang dihadapi oleh petani di lapangan.

Menurut (Supriadi & Oswari, 2020), pelatihan vokasional di sektor pertanian berperan strategis dalam memperkuat kapasitas petani, khususnya dalam menghadapi tantangan globalisasi, perubahan iklim, dan perkembangan teknologi informasi. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan produksi, tetapi juga pada aspek pasca panen seperti nilai tambah, akses pasar, dan penguatan daya saing produk. Di Indonesia, pelatihan vokasional agribisnis mulai diarusutamakan dalam program pembangunan pertanian, seperti yang dilakukan oleh Kementerian Pertanian melalui program *Youth Entrepreneur and Employment Support Services* (YESS) dan pelatihan digitalisasi pertanian berbasis komunitas.

Akses pasar merupakan kemampuan produsen dalam hal ini petani untuk menjual produknya secara berkelanjutan dengan harga yang menguntungkan di berbagai saluran distribusi. Menurut (Canton, 2021), akses pasar bukan hanya soal kemampuan fisik menjual produk, tetapi juga mencakup aspek informasi pasar, keterhubungan jaringan, standar mutu, branding, dan kapasitas negosiasi harga. Dalam praktiknya, petani kecil seringkali menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan infrastruktur, ketergantungan pada tengkulak, kurangnya informasi pasar, dan lemahnya posisi tawar. Beberapa penelitian (Dewantara dkk., 2019)) menunjukkan bahwa pelatihan yang membekali petani dengan pengetahuan pemasaran, strategi branding, dan kemampuan digital dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam rantai nilai pertanian secara lebih aktif. Dengan kata lain, keterampilan pemasaran menjadi sama pentingnya dengan keterampilan produksi dalam dunia pertanian modern. Hal ini semakin relevan seiring dengan perkembangan ekonomi digital yang membuka peluang baru bagi petani untuk memasarkan produknya langsung ke konsumen, baik melalui media sosial maupun platform e-commerce.

Digitalisasi dan Pemasaran Pertanian

Transformasi digital dalam sektor pertanian membawa peluang besar bagi petani kecil untuk memperluas jangkauan pasarnya. Literasi digital, kemampuan mengakses informasi pasar, serta penggunaan media sosial sebagai alat promosi menjadi keterampilan baru yang sangat dibutuhkan. Menurut studi dari (Group, 2021), petani yang mampu mengadopsi teknologi informasi cenderung memiliki akses pasar yang lebih baik dan harga jual yang lebih tinggi. Digitalisasi memungkinkan petani menjangkau konsumen akhir, memotong rantai distribusi yang panjang, dan meningkatkan efisiensi transaksi.

Di Indonesia, platform seperti TaniHub, Agromaret, dan Sayurbox menjadi contoh keberhasilan e-commerce di bidang pertanian yang dapat dimanfaatkan oleh petani. Namun, kesenjangan digital masih menjadi tantangan, terutama di wilayah pedesaan yang memiliki keterbatasan jaringan internet dan rendahnya literasi digital. Oleh karena itu, pelatihan vokasional yang memasukkan unsur digital marketing dan e-commerce menjadi sangat penting untuk menjembatani kesenjangan ini.

Relevansi Pelatihan Vokasional dengan Pemberdayaan Petani

Pelatihan vokasional tidak hanya dilihat sebagai sarana peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga sebagai bagian dari proses pemberdayaan petani secara ekonomi dan sosial. (Rodriguez dkk., 1995) dalam konsep participatory rural appraisal menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam merencanakan dan mengelola pembangunan mereka sendiri. Dalam konteks ini, pelatihan vokasional merupakan alat untuk meningkatkan partisipasi petani, mendorong inovasi lokal, dan memperkuat kemandirian mereka dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Hasil riset oleh (Rahmadani & Rahmawati, 2021) di Kabupaten Banyumas menunjukkan bahwa petani yang terlibat dalam pelatihan vokasional berbasis agribisnis mengalami peningkatan signifikan dalam pendapatan, keterlibatan jaringan bisnis lokal, serta kepercayaan diri dalam mengelola usaha tani. Studi tersebut juga menekankan bahwa keberhasilan pelatihan sangat ditentukan oleh relevansi materi, metode partisipatif, dan adanya dukungan pendampingan berkelanjutan.

Pelatihan vokasional merupakan bentuk pendidikan dan pelatihan yang berorientasi langsung pada penguasaan keterampilan kerja tertentu yang dibutuhkan di dunia usaha atau dunia industri. Menurut (Bennett & Robinson, 2000), pelatihan vokasional dirancang untuk memberikan keterampilan praktis, sikap kerja, dan pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja. Dalam konteks pertanian, pelatihan vokasional tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan teknis dalam budidaya, tetapi juga mencakup aspek kewirausahaan, pengelolaan keuangan usaha tani, dan strategi pemasaran produk. (Knowles, 1984) menekankan bahwa pelatihan orang dewasa harus bersifat andragogis, yaitu berbasis pengalaman dan kebutuhan peserta.

Agribisnis mencakup seluruh rangkaian kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan produksi, pengolahan, dan distribusi produk pertanian. Menurut (Goldberg, 1968), agribisnis terdiri atas tiga komponen utama: sektor input, sektor produksi (budidaya), dan sektor pascapanen/pemasaran. Dalam kerangka ini, akses pasar menjadi aspek krusial yang menentukan keberhasilan agribisnis. Petani yang tidak memiliki akses langsung ke pasar cenderung menjual hasil panen melalui perantara (tengkulak), yang berdampak pada harga jual yang rendah dan ketidakstabilan pendapatan.

Perkembangan teknologi informasi membawa dampak signifikan terhadap perluasan akses pasar di sektor pertanian. (Group, 2021) menyebutkan bahwa digital agriculture mampu menghubungkan petani secara langsung dengan konsumen, distributor, atau platform e-commerce tanpa harus melalui rantai distribusi konvensional. Di Indonesia, inisiatif seperti TaniHub, AgriMarket, dan Pasar Tani Online menunjukkan bagaimana petani dapat memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Namun, pemanfaatan teknologi ini masih sangat bergantung pada literasi digital petani dan dukungan pelatihan yang memadai.

Sejumlah studi menunjukkan bahwa pelatihan vokasional agribisnis berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kapasitas petani dalam mengakses pasar. Misalnya, penelitian oleh (Astuti dkk., 2020) menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan, 78% petani responden mampu memasarkan produknya melalui platform digital, dan 64% mengalami peningkatan pendapatan. Sementara itu, (Saliem dkk., 2021) melaporkan bahwa pelatihan yang disertai pendampingan pascapelatihan dapat memperkuat konektivitas petani dengan koperasi dan distributor, serta meningkatkan posisi tawar petani di pasar. Berdasarkan teori dan temuan sebelumnya, pelatihan vokasional agribisnis dapat dipahami sebagai strategi pemberdayaan yang efektif dalam memperkuat daya saing petani dan membuka akses pasar yang lebih luas, terutama dalam era digitalisasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Pembangunan pertanian di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal akses pasar bagi petani kecil. Meskipun berbagai program telah dijalankan untuk meningkatkan produktivitas pertanian, kemampuan petani dalam menjangkau pasar yang menguntungkan masih sangat terbatas. Banyak petani yang masih

bergantung pada tengkulak, memiliki literasi digital yang rendah, dan belum terhubung dengan platform pemasaran modern. Hal ini menyebabkan harga jual produk pertanian menjadi rendah dan pendapatan petani tidak stabil. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (Badan Pusat Statistik, 2021), hanya sekitar 27,6% petani yang memiliki akses langsung ke pasar modern atau digital. Keterbatasan struktural ini tidak hanya menekan pendapatan petani, tetapi juga melemahkan posisi tawar mereka dalam rantai nilai pertanian. Untuk mengatasi permasalahan ini, program pelatihan vokasional di bidang agribisnis mulai diperkenalkan sebagai bentuk intervensi strategis. Program ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan petani dalam manajemen usaha tani, pengolahan hasil, branding produk, pengemasan, serta pemasaran digital (Ningsih dkk., 2024). Kementerian Pertanian Republik Indonesia pun telah mendorong transformasi digital di sektor pertanian dan memberdayakan petani milenial melalui pelatihan vokasional.

Namun demikian, bukti empiris terkait efektivitas program pelatihan vokasional agribisnis dalam meningkatkan akses pasar petani masih sangat terbatas (Pravitasari dkk., 2021). Tahun 2021 menjadi momen penting karena merupakan fase pemulihan pascapandemi COVID-19 yang mendorong berbagai sektor, termasuk pertanian, untuk beradaptasi ke arah digitalisasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan dengan mengevaluasi sejauh mana pelatihan vokasional agribisnis yang dilaksanakan pada tahun 2021 mampu meningkatkan akses pasar petani di beberapa wilayah sasaran.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bernilai praktis bagi para pemangku kebijakan, penyelenggara pelatihan, dan pendamping petani dalam merancang program pelatihan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga mendukung tujuan jangka panjang untuk mentransformasi sektor pertanian Indonesia menjadi sistem yang lebih kompetitif, inklusif, dan berorientasi pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis peran pelatihan vokasional agribisnis dalam meningkatkan kemampuan petani dalam memasarkan produk pertaniannya.
2. Mengidentifikasi sejauh mana pelatihan vokasional agribisnis berdampak terhadap peningkatan akses pasar bagi petani, baik secara lokal, regional, maupun digital.
3. Mengevaluasi efektivitas program pelatihan vokasional dalam membentuk keterampilan teknis dan manajerial yang relevan dengan kebutuhan pasar pertanian.
4. Menyusun rekomendasi strategis bagi lembaga pelatihan dan pemerintah dalam pengembangan pelatihan vokasional berbasis kebutuhan pasar.

Hipotesis Penelitian (*Hypotheses*) Jika penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Utama:

- H1: Pelatihan vokasional agribisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan akses pasar produk pertanian.

Hipotesis Tambahan:

- H2: Terdapat hubungan antara tingkat partisipasi petani dalam pelatihan vokasional dengan luasnya jaringan pemasaran yang berhasil dijangkau.
- H3: Petani yang mengikuti pelatihan vokasional lebih mampu memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk dibandingkan yang tidak mengikuti pelatihan.

Penelitian ini berasumsi bahwa pelatihan vokasional agribisnis dapat meningkatkan keterampilan pemasaran petani dan membuka akses pasar yang lebih luas melalui pengetahuan tentang rantai nilai, strategi promosi, dan teknologi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai implementasi dan dampak pelatihan vokasional agribisnis terhadap peningkatan akses pasar produk pertanian. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan secara rinci fenomena sosial, perilaku, serta perubahan yang terjadi pada petani peserta pelatihan tanpa menggunakan pengukuran statistik. Lokasi penelitian difokuskan pada tiga wilayah sentra pertanian, yaitu Kabupaten Sleman, Kulon Progo, dan Klaten, yang merupakan daerah pelaksanaan program pelatihan vokasional agribisnis tahun 2021. Informan dalam penelitian ini terdiri dari petani peserta pelatihan, fasilitator pelatihan, penyuluh pertanian lapangan (PPL), dan perwakilan dari dinas pertanian setempat.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam (in-depth interview), observasi partisipatif, serta dokumentasi berupa catatan pelaksanaan pelatihan, materi yang digunakan, dan hasil pemasaran produk petani sebelum dan sesudah pelatihan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali persepsi, pengalaman, serta tantangan yang dihadapi oleh para informan terkait akses pasar. Sementara itu, observasi digunakan untuk mengamati perubahan perilaku petani dalam mengelola usaha tani dan memasarkan produknya setelah mengikuti pelatihan.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, diskusi dengan pakar, serta uji kredibilitas oleh sesama peneliti. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai efektivitas pelatihan vokasional agribisnis sebagai upaya strategis dalam memperluas akses pasar bagi petani di wilayah penelitian.

Population and the Methods of Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani yang telah mengikuti program pelatihan vokasional agribisnis yang diselenggarakan oleh Dinas Pertanian dan lembaga pelatihan mitra pada tahun 2021 di wilayah Lampung. Populasi tersebut mencakup petani dari berbagai komoditas pertanian (seperti hortikultura, padi, palawija, dan tanaman perkebunan) yang telah mendapatkan pelatihan dalam bidang budidaya, pengolahan hasil, manajemen usaha tani, serta strategi pemasaran.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih responden secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instrumentation

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data sesuai dengan tujuan dan pendekatan penelitian. Dalam penelitian ini yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, instrumen utama yang digunakan adalah pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan dokumentasi.

Discussion

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di tiga wilayah penelitian pelatihan vokasional agribisnis yang dilaksanakan pada tahun 2021 terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan akses pasar produk pertanian. Para petani peserta pelatihan menunjukkan perubahan yang signifikan dalam pola pikir dan praktik usaha tani mereka, khususnya dalam hal pemasaran hasil pertanian. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar petani mengandalkan tengkulak dan menjual produk secara langsung di pasar tradisional tanpa strategi pemasaran yang jelas. Namun, setelah mengikuti pelatihan,

petani mulai memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas.

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah adanya peningkatan literasi digital dan kemampuan manajerial petani dalam mengelola pemasaran. Sebagian petani telah membuat merek dagang sederhana, memperbaiki kemasan produk, serta mulai menggunakan e-commerce lokal seperti *TaniHub* dan *Agromaret* sebagai sarana distribusi hasil pertanian mereka. Diskusi dengan penyuluh pertanian dan fasilitator pelatihan mengungkapkan bahwa keberhasilan pelatihan sangat dipengaruhi oleh intensitas pendampingan setelah pelatihan. Daerah yang memberikan dukungan lanjutan seperti mentoring pemasaran, fasilitasi pembuatan konten promosi, dan koneksi dengan jaringan pasar cenderung menunjukkan hasil yang lebih optimal. Sebaliknya, di wilayah yang tidak memiliki pendampingan lanjutan, perubahan perilaku petani berjalan lebih lambat dan belum sepenuhnya mandiri dalam pemasaran.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori pemberdayaan yang dikemukakan oleh (Rodriguez dkk., 1995), di mana pelatihan vokasional merupakan instrumen penting dalam memperkuat kapasitas dan kemandirian pelaku utama (petani) dalam pembangunan ekonomi lokal. Selain itu, temuan ini mendukung studi (Canton, 2021) yang menyatakan bahwa pelatihan vokasional yang dikombinasikan dengan pendekatan berbasis komunitas dan dukungan teknologi digital akan lebih efektif dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk pertanian.

Secara umum, pelatihan vokasional agribisnis tahun 2021 dapat dikategorikan cukup berhasil dalam meningkatkan akses pasar petani. Namun demikian, tantangan tetap ada, seperti keterbatasan jaringan internet di daerah terpencil, rendahnya minat generasi tua terhadap teknologi, serta keterbatasan modal untuk inovasi pemasaran. Oleh karena itu, program pelatihan di masa depan perlu dirancang secara lebih adaptif, kontekstual, dan disertai dengan dukungan ekosistem yang berkelanjutan.

Implications

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan vokasional agribisnis memiliki pengaruh nyata dalam meningkatkan kemampuan petani untuk mengakses pasar secara lebih mandiri dan berkelanjutan. Implikasi utama dari temuan ini adalah bahwa program pelatihan sejenis perlu diintegrasikan secara lebih luas dalam kebijakan pembangunan pertanian nasional, khususnya dalam menghadapi tantangan pasar global dan digitalisasi sektor pertanian. Pemerintah daerah dan instansi terkait disarankan untuk tidak hanya menyelenggarakan pelatihan sebagai kegiatan jangka pendek, tetapi juga memastikan adanya pendampingan pascapelatihan, fasilitasi akses teknologi, dan pembentukan jejaring pasar untuk petani.

Pelatihan ini mampu mengubah pola pikir petani dari sekadar menjual hasil panen secara konvensional menjadi lebih strategis dan terencana, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital sebagai sarana distribusi produk. Hal ini sejalan dengan teori pemberdayaan oleh (Rodriguez dkk., 1995), yang menyatakan bahwa masyarakat dapat meningkat taraf kehidupannya apabila diberi akses terhadap informasi, keterampilan, dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan ekonomi mereka.

Peningkatan keterampilan petani dalam memasarkan produk melalui media sosial, pembuatan label dagang, serta pengemasan yang lebih menarik menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga mendorong inovasi lokal dan kemandirian ekonomi. Temuan ini mendukung hasil studi FAO (2021), yang menekankan bahwa pelatihan berbasis pasar dan teknologi merupakan kunci dalam membangun sistem agribisnis yang berkelanjutan. Di wilayah penelitian seperti Sleman dan Kulon Progo, implementasi pelatihan disertai dengan pendampingan pascapelatihan terbukti meningkatkan efisiensi pemasaran dan daya saing produk pertanian.

Namun, keberhasilan pelatihan tidak bersifat merata di semua wilayah. Di beberapa daerah, keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital, serta usia petani yang sudah lanjut menjadi kendala dalam penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi. Ini menunjukkan bahwa pelatihan vokasional perlu dirancang secara adaptif sesuai dengan kondisi sosial dan geografis setempat, serta harus dilengkapi dengan dukungan kelembagaan dan pendampingan berkelanjutan. Artinya, pelatihan saja tidak cukup tanpa adanya ekosistem yang mendukung petani dalam mengimplementasikan hasil pelatihan ke dalam praktik usaha mereka.

Selain itu, ditemukan bahwa kelompok tani yang memiliki jaringan kelembagaan yang kuat seperti koperasi atau dukungan dari Dinas Pertanian lebih berhasil dalam menjangkau pasar baru. Hal ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara pelaku usaha tani, pemerintah, dan swasta dalam menciptakan pasar yang adil dan terbuka bagi petani kecil. Oleh karena itu, pelatihan vokasional agribisnis perlu diintegrasikan ke dalam kebijakan pembangunan daerah, dengan fokus pada peningkatan kapasitas kelembagaan lokal dan pemanfaatan teknologi tepat guna.

Selain itu, pelatihan vokasional terbukti menjadi sarana pemberdayaan yang efektif, terutama bagi petani muda yang lebih adaptif terhadap teknologi digital. Oleh karena itu, pendekatan pelatihan yang berbasis kebutuhan lokal dan karakteristik demografi peserta sangat penting untuk memastikan efektivitasnya. Bagi lembaga pelatihan dan penyuluhan pertanian, hasil penelitian ini mengimplikasikan perlunya penguatan kurikulum pelatihan yang mencakup strategi pemasaran digital, pengemasan produk, dan manajemen usaha tani.

Dari sisi akademik, penelitian ini juga membuka ruang bagi studi lanjutan yang lebih mendalam mengenai pengaruh pelatihan terhadap aspek lain dari usaha tani, seperti efisiensi produksi, diversifikasi produk, dan peningkatan daya tawar dalam rantai pasok. Penelitian ini dapat dijadikan referensi awal bagi pengambil kebijakan dan peneliti lain untuk mengembangkan pendekatan pelatihan yang lebih strategis dalam menghadapi dinamika pasar agribisnis ke depan.

Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, ruang lingkup penelitian terbatas sehingga temuan belum dapat digeneralisasi ke seluruh wilayah Indonesia yang memiliki karakteristik agribisnis dan budaya yang berbeda. Kedua, pendekatan kualitatif yang digunakan bersifat deskriptif dan tidak disertai dengan pengukuran kuantitatif terhadap variabel perubahan pendapatan atau volume penjualan, sehingga hasilnya lebih bersifat eksploratif dan belum menunjukkan korelasi statistik yang kuat. Ketiga, sebagian besar data diperoleh dari wawancara dan observasi langsung, yang memiliki potensi bias subjektivitas dari responden maupun peneliti.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan studi dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna mengukur dampak pelatihan secara lebih objektif, terutama dalam hal peningkatan pendapatan petani, volume penjualan, dan efisiensi pemasaran. Selain itu, cakupan wilayah penelitian sebaiknya diperluas agar dapat menggambarkan keberagaman kondisi geografis dan sosial ekonomi petani di berbagai daerah. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan pelatihan, seperti peran kelembagaan lokal, ketersediaan teknologi informasi, serta efektivitas model pendampingan pasca-pelatihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan vokasional agribisnis memiliki peran strategis dalam meningkatkan akses pasar produk pertanian, khususnya bagi petani kecil di wilayah Lampung. Program pelatihan yang dilaksanakan tahun 2021 berhasil meningkatkan kapasitas petani dalam aspek manajemen usaha tani, pemasaran digital, serta pengemasan dan branding produk. Para peserta pelatihan menunjukkan kemampuan baru dalam memasarkan produk melalui media sosial dan platform digital, serta menjalin kerja sama dengan koperasi dan pasar lokal.

Transformasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk pertanian, tetapi juga memperkuat posisi tawar petani di pasar. Namun demikian, keberhasilan pelatihan sangat bergantung pada faktor pendukung seperti ketersediaan fasilitas digital, pendampingan pascapelatihan, dan kesiapan kelembagaan lokal. Oleh karena itu, pelatihan vokasional agribisnis perlu dijadikan program berkelanjutan dan terintegrasi dengan kebijakan pembangunan pertanian, serta disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik wilayah masing-masing.

ACKNOWLEDGMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pertanian Kabupaten Lampung Selatan, yang telah memberikan izin serta dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para petani, fasilitator pelatihan, dan penyuluh pertanian lapangan yang telah bersedia menjadi informan dan berbagi pengalaman secara terbuka. Penulis sangat menghargai partisipasi aktif dan kontribusi mereka dalam memberikan data serta informasi yang relevan selama proses pengumpulan data di lapangan.

Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada pihak akademik dan rekan-rekan sejawat yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran selama penyusunan naskah ini. Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan kolaborasi dari berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan program pelatihan vokasional agribisnis di Indonesia.

AUTHOR CONTRIBUTION STATEMENT

Penulis secara mandiri merancang dan merumuskan fokus penelitian, menyusun latar belakang dan tujuan studi, serta menentukan pendekatan metodologis yang digunakan. Penulis juga melakukan proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan, serta melakukan analisis data dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Seluruh bagian dalam artikel ini, mulai dari tinjauan pustaka, hasil penelitian, diskusi, hingga penarikan kesimpulan dan saran, ditulis dan disunting sendiri oleh penulis tanpa keterlibatan penulis lain. Penulis juga bertanggung jawab penuh terhadap orisinalitas, integritas data, dan kelengkapan isi dalam naskah ini.

REFERENSI

- Amrin, S. N., Hadi, S., & Cepriadi, C. (2023). Dampak Kenaikan Harga Pupuk terhadap Penggunaannya pada Usahatani Cabai Keriting di Kota Pekanbaru. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(6), 507–514. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i6.930>
- Apreliani, W. N., Nikmatullah, D., Yanfika, H., Ibnu, M., & Hasanuddin, T. (2023). Peranan Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) dalam Pemberdayaan Petani di Kabupaten Lampung Timur. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(4), 333–345. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i4.706>
- Astuti, T. Y., Soediarto, P., Purwaningsih, H., & Mulyadi, M. A. (2020). Total Solid dan Solid

- Non Fat Susu Sapi Perah serta Karakteristik Peternak di Kelompok “Andini Lestari” Kecamatan Cilongok, Banyumas. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Agribisnis Peternakan (STAP)*, 7, 304–310.
- Az-Zahra, F. R., Sari, N. L. W., Saputry, R., Nugroho, G. D., PRIBADI, T., SUNARTO, S., & Setyawan, A. D. (2021). Traditional knowledge of the Dayak Tribes (Borneo) in the use of medicinal plants. *Biodiversitas Journal of Biological Diversity*, 22(10).
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Mencatat Pertanian Indonesia*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung.
- Bennett, R. J., & Robinson, S. L. (2000). Development of a measure of workplace deviance. *Journal of applied psychology*, 85(3), 349.
- Canton, H. (2021). Food and agriculture organization of the United Nations—FAO. Dalam *The Europa directory of international organizations 2021* (hlm. 297–305). Routledge.
- Dewantara, D., Mahtari, S., Misbah, M., & Haryandi, S. (2019). *Student responses in biology physics courses use worksheets based on scientific literacy*.
- Duwila, U., Louhenapessy, F. H., Hanoeboen, B. R. A., Assel, M. R., & Ramly, A. (2025). Pemanfaatan Teknologi Untuk Meningkatkan Akses Pasar dan Pemasaran Produk UMKM di Wilayah Perdesaan (Desa Poka, Kecamatan Teluk Ambon, Kota Ambon). *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2974–2980. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1007>
- Elfert, M. (2015). UNESCO, the Faure report, the Delors report, and the political utopia of lifelong learning. *European Journal of Education*, 50(1), 88–100.
- Fadjeri, A., Fersellia, F., Lutfiyani, A., Anggoro, T., Muflih, G. Z., Fachri, F., & Wahyuningsih, E. (2025). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Produk Pertanian. *Abdibaraya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 49–56. <https://doi.org/10.53863/abdibaraya.v4i01.1455>
- Goldberg, L. R. (1968). Simple models or simple processes? Some research on clinical judgments. *American Psychologist*, 23(7), 483.
- Group, W. B. (2021). *Global Economic Prospects, January 2021*. World Bank Publications.
- Indriani, C., Tantowijoyo, W., Rancès, E., Andari, B., Prabowo, E., Yusdi, D., Ansari, M. R., Wardana, D. S., Supriyati, E., & Nurhayati, I. (2020). Reduced dengue incidence following deployments of Wolbachia-infected *Aedes aegypti* in Yogyakarta, Indonesia: A quasi-experimental trial using controlled interrupted time series analysis. *Gates open research*, 4, 50.
- Knowles, M. S. (1984). *Andragogy in action*.
- Muta’ali, L. (2019). *Dinamika peran sektor pertanian dalam pembangunan wilayah di Indonesia*. Ugm Press.
- Ningsih, G., Karningsih, E., & Purwasih, R. (2024). Pengaruh Digital Marketing Umkm Makanan Minuman Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Agribisnis Dan Komunikasi Pertanian (Journal of Agribusiness and Agricultural Communication)*, 7(1), 68–68. <https://doi.org/10.35941/jakp.7.1.2024.13817.68-77>
- Nofianti, S., Hanum, L., Rafli, H., & Salvia, S. (2022). Adopsi Teknologi Sapi Potong untuk Pengembangan Agribisnis Peternakan di Kabupaten Limapuluh Kota. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1), 154–163. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.15>
- Pravitasari, E. D., Wibowo, A., & Widiyanto, W. (2021). Analisis Peranan Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya (P4S) Manunggal Tani dalam Pemberdayaan Petani di Desa Bero Kecamatan Trucuk Kabupaten Klaten. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 6(5), 147–147. <https://doi.org/10.37149/jia.v6i5.20403>
- Rahmadani, H. M. I., & Rahmawati, D. E. (2021). Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah di Kabupaten Banyumas Tahun 2019 Berdasarkan Perda Nomor 6 Tahun

2012. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 2(2), 72–80.
- Rodriguez, N. M., Chambers, A., & Baker, R. T. K. (1995). Catalytic engineering of carbon nanostructures. *Langmuir*, 11(10), 3862–3866.
- Saliem, H. P., Mardianto, S., Suryani, E., & Widayanti, S. M. (2021). Policies and strategies for reducing food loss and waste in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 892(1), 12091.
- Supriadi, A., & Oswari, T. (2020). Analysis of Geographical Information System (GIS) design application in the Fire Department of Depok City. *Technium Soc. Sci. J.*, 8, 1.