

Taniku.id: Pemanfaatan Website Pasar Tani untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani

Fadilus Sufi¹, Eva Hana Rosidah², Cindy Elisa Putri³, Fazat Fairuzia^{4*}, Paulina Aldrianto⁵

^{1,2,3,4}Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muria Kudus

⁵Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus

* *Corresponding author: sufifadilus6@gmail.com*

Abstrak

Pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting sebagai roda pergerakan ekonomi negara. Hasil panen komoditas pertanian tersebut membutuhkan media pemasaran yang dapat digunakan secara praktis seperti peran teknologi dan Informasi sangat dibutuhkan sebagai solusi permasalahan yaitu dengan merancang sistem Taniku.id pemasaran berbasis website multiuser yang dapat dimanfaatkan oleh petani untuk memasarkan hasil panen sesuai harga pasar dengan jangkauan wilayah pemasaran yang lebih luas dan ekonomis. Metode yang digunakan untuk merancang website mengenai cara pemasaran hasil panen pertanian adalah dengan menggunakan *Research and Development* (R&D) sebagai salah satu pengembangan interaktif dalam menyampaikan informasi. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu mampu mengatasi pemasaran berbasis website multiuser yang dapat dimanfaatkan oleh petani untuk memasarkan hasil panen sesuai harga pasar dengan jangkauan wilayah pemasaran yang lebih luas dan ekonomis. Semua informasi yang disajikan dalam website dibuat berdasarkan pada metode aktual dan diperkuat dengan empat fitur utama pada website ini yaitu Fitur beranda, edukasi, gabung dan pesan tentang hasil panen sehingga masyarakat dapat memasarkan produk dengan jangkauan wilayah yang lebih luas dan ekonomis. Aplikasi yang dikembangkan juga mendapat respon yang menarik dari masyarakat dengan hasil yang didapatkan 68,8% sangat puas dan 31,3% puas dengan fitur yang ada pada website.

Kata kunci: Hasil panen, Pemasaran, Pertanian

Abstract

Agriculture is one sector that has an important role as the wheel of the country's economic movement. The yields of these agricultural commodities require marketing media that can be used practically like this. The role of technology and information is urgently needed as a solution to the problem, namely by designing the Taniku. id multiuser website-based marketing system that can be used by farmers to market their crops according to market prices with area coverage. broader and more economical marketing. The method used to design a website regarding how to market crops is to use Research and Development (R&D) as one of the interactive developments in conveying information. Based on the results obtained from this study, namely being able to overcome multiuser website-based marketing that farmers can use to market their crops at market prices with a wider and more economical marketing area. All information presented on this website is made based on actual methods and is reinforced by 4 main features on this website, namely homepage features, education, merging, and selling about crops so that people can market products with a wider and more economical coverage area. The developed application also received an interesting response from the public with the results obtained that 68.8% were very satisfied and 31.3% were satisfied with the features on the website.

Keywords: Agriculture, Marketing, Yields

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor andalan di Indonesia yang masih menjadi satu aspek penting sebagai roda pergerakan ekonomi negara. Kabupaten Kudus memiliki luas wilayah 42.515 ha dengan jumlah penduduk sebanyak sekitar 851 ribu jiwa yang terbagi dalam 9 Kecamatan (Yuliriyanto *et al.*, 2021). Komoditas unggulan Kabupaten Kudus dalam sektor pertanian dengan hasil panen berupa jagung, ubi kayu, tebu, kopi, kelapa, dan berbagai jenis buah dan sayuran musiman yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat sebagai kebutuhan pangan (Rendyana, 2017).

Sektor pertanian di Indonesia masih menjadi satu aspek penting sebagai roda pergerakan ekonomi negara. Dengan demikian, sektor pertanian mampu mengangkat citra Indonesia di mata dunia, terutama sebagai negara yang agraris yang cukup produktif. Sampai saat ini Indonesia masih berusaha dalam meningkatkan produktivitas sektor pertaniannya, terutama tanaman pangan. Hal ini dilakukan untuk mendukung swasembada pangan berkelanjutan yang dilakukan melalui peningkatan produksi nasional (Apriadi & Saputra, 2017).

Hasil panen komoditas pertanian tersebut membutuhkan media pemasaran yang dapat digunakan secara praktis. Namun minimnya informasi disektor pertanian merupakan penghambat proses pemasaran hasil panen pertanian di Kabupaten Kudus, dimana saat ini proses pemasaran masih dilakukan secara konvensional melalui distribusi hasil panen melalui perantara pedagang atau pemasaran secara langsung dari pasar ke pasar dan ada juga yang menggunakan jasa koperasi pertanian, sehingga petani sebagai produsen kadang hanya menerima harga pasar yang pada umumnya di tentukan oleh pedagang perantara, keuntungan terbesar biasanya di peroleh pedagang sedangkan petani hanya memperoleh pendapatan biaya produksi dengan keuntungan yang lebih sedikit.

Permasalahan yang dihadapi kelompok tani ini diantaranya pemasaran hasil pertanian yang masih terbatas dengan jual beli konvensional kepada teman, keluarga dan sahabat dan belum mampu menembus pasar yang lebih luas. Dasar permasalahan yang ada maka perlu diberikan solusi, dengan mengutamakan teknologi informasi, dapat menawarkan sistem pemasaran *online*.

Sistem informasi yang membahas mengenai harga barang di sektor pertanian bagian pangan sangatlah jarang. Terutama sistem informasi mengenai harga penjualan hasil pertanian.

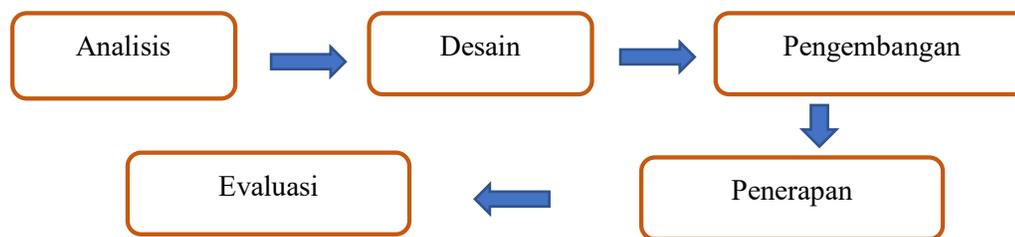
Atas dasar itulah, penyusun ingin membangun sistem informasi pemasaran hasil pertanian dengan tujuan petani dapat memasarkan hasil produknya ke seluruh konsumen tanpa campur tangan tengkulak yang tidak bertanggung jawab (Olivya & Ilham, 2017).

Website merupakan kumpulan informasi yang bisa diakses melalui internet. Dimana pun dan kapan pun user dapat menggunakannya selama terhubung dengan jaringan internet. Secara teknis, website adalah kumpulan dari page, yang tergabung kedalam suatu domain atau subdomain tertentu. Website yang ada berada di dalam *World Wide Web* (WWW) Internet (Marisa, 2016).

Pada kondisi seperti ini peran teknologi dan Informasi sangat dibutuhkan sebagai solusi permasalahan yaitu dengan merancang sistem Taniku.id pemasaran berbasis website multiuser yang dapat dimanfaatkan oleh petani untuk memasarkan hasil panen sesuai harga pasar dengan jangkauan wilayah pemasaran yang lebih luas dan ekonomis. Upaya pemanfaatan pemasaran hasil panen dengan adanya website Taniku.id dapat menjadi bagian penting dari kesetabilan harga komoditas pertanian, guna dapat mendukung SDGs 2030 nomor 2 terkait ketahanan pangan dan menjadi gizi pangan yang baik. Teknologi informasi dan komunikasi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas, produktifitas, dan sustainabilitas dalam sektor pertanian. Penerapan teknologi ini dapat memberikan dukungan informasi dan pengetahuan kepada petani untuk mengoptimalkan aktifitas pertanian yang mereka lakukan (Delima & Purwadi, 2015).

METODE

Metode dalam penelitian ini adalah jenis penelitian pengembangan dalam bentuk *Research and Development* atau R&D. Alur prosedur penelitian menggunakan model pengembangan ADDIE melalui lima tahapan yaitu analisis, desain, perkembangan, penerapan, evaluasi. Model pembelajaran ADDIE merupakan desain generik yang mampu menjadi pedoman dalam membangun perangkat program yang dinamis, efektif, dan mendukung kinerja (Mulyadi *et al.*, 2020). Lima tahapan alur penerapan metode dalam penelitian adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Model ADDIE

Analisis

Secara umum, tahapan ini merupakan proses analisis kebutuhan dan identifikasi masalah. Penelitian ini berfokus pada analisis kebutuhan konten website. Isi website Taniku.id disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini, dimana era pembangunan dengan kecanggihan teknologi semakin mempermudah dalam memasukkan informasi disegala bidang. Selain itu website hasil pertanian yang ada hanya memiliki konten edukasi, sehingga website hasil pertanian membutuhkan inovasi dalam penambahan fitur. Hal tersebut dapat menjadi sarana dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengetahui informasi sistem hasil panen pertanian dengan lebih mudah dan efisien.

Desain

Pada tahap perancangan sistem akan dibuat flowchart, dan akan dibuat desain user interface website. Desain sistem harus dapat dipahami agar proses pada tahap selanjutnya lebih mudah. Selain itu, terdapat desain isi website Taniku.id yang terdiri dari beberapa fitur antara lain penjualan komoditas pertanian, pertanyaan petani, dan edukasi hasil panen.

Pengembangan

Proses pengembangan desain Taniku.id pada tahap ini website yang telah dirancang sebelumnya diimplementasikan dalam bentuk penulisan kode. Proses pengembangan website Taniku.id menggunakan teknologi seperti HTML, CSS dan framework Bootstrap sebagai style, serta menggunakan JavaScript sebagai bahasa utama pembuatan website. Hasil dari proses ini akan dieksekusi di browser.

Penerapan

Tahap penerapan dilakukan dengan tahap implementasi mengimplementasikan website Taniku.id agar dapat digunakan oleh masyarakat secara efektif. Website tersebut menjadi pedoman bagi masyarakat dalam pemasaran hasil panen pada sektor pertanian. Setelah itu website akan diuji kinerjanya, untuk mengetahui apabila website tersebut sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan untuk mengamati sistem website ini sesuai kebutuhan awal. Masing-masing dari empat tahapan sebelumnya dievaluasi untuk merevisi setiap alur metode agar tidak berdampak pada tahapan berikutnya. Selain itu, akan dilakukan evaluasi terhadap penggunaan fitur-fitur pada website sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis

Pada penelitian ini, tahap analisis dilakukan dengan mengamati lingkungan sekitar. Peneliti menyimpulkan bahwa masih banyak kendala dan kegagalan yang sering dihadapi masyarakat dalam memulai bercocok tanam sampai dengan penjualan hasil panen. Pemasaran digital mengacu pada segala upaya pemasaran melalui sarana digital seperti blog atau SNSs, untuk mempromosikan kesadaran merek, dan meningkatkan atau mengembangkan hubungan pelanggan melalui sarana digital (Todor, 2016).

Hasil penelitian Utami (2020) tentang pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian menunjukkan bahwa 55, 56% hasil pertanian petani sudah dibeli oleh tengkulak sebelum waktu panen. Petani yang tidak mengetahui informasi penjualan langsung menyerahkan hasil tanamnya kepada tengkulak, sehingga apabila hasil panen dalam jumlah besar banyak petani yang dirugikan karena hasil tanam dibeli oleh tengkulak (Yuantari & Kurniadi, 2016; Ardelia & Anwarudin, 2020).

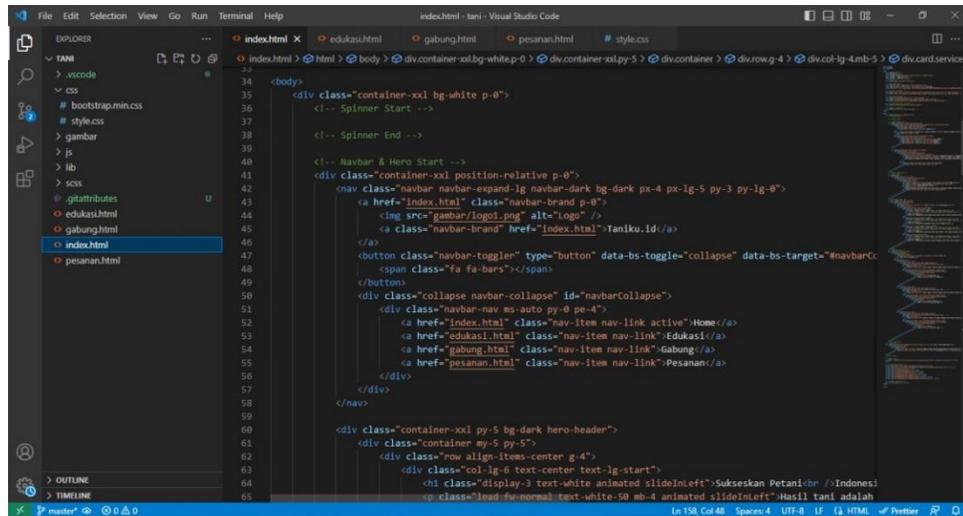
Seiring perkembangan zaman, pemanfaatan media digital memiliki peranan yang cukup besar salah satunya disektor pemasaran (Awali, 2019). Pemasaran digital dapat memudahkan penggunaanya dalam meningkatkan pendapatan. Hal ini sangat diperlukan masyarakat khususnya petani agar meningkatkan pendapatan untuk mewujudkan pertanian berkelanjutan dan mewujudkan petani sejahtera. Oleh karena itu upaya optimalisasi pemasaran produk pertanian salah satunya adalah dengan menerapkan *Internet of Thing* (Apriyani *et al.*, 2018).

Desain dan Pengembangan

Pada tahap ini menyiapkan desain media *online* berupa website Taniku.id yang merupakan situs penjualan hasil pertanian. Desain website ditentukan mejadi empat menu yakni menu penjualan yang berfungsi untuk bertransaksi hasil panen tanaman pangan, menu pembelajaran yang berfungsi sebagai jembatan masyarakat untuk cara bercocok tanaman pangan serta cara bertransaksi hasil panen.

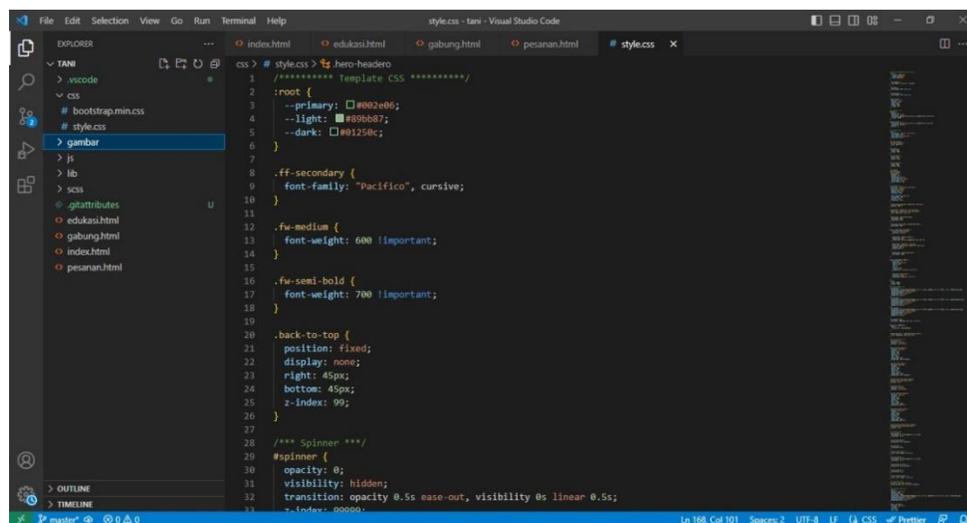
Pada tahap pengembangan website Taniku.id dengan menggunakan struktur dasar website HTML. Struktur dasar iniah yang akan menjadi kerangka utama sebuah website. Setelah membuat struktur dasar, langkah selanjutnya adalah mendesain tampilan website menggunakan CSS sesuai dengan tujuan dan konsep website yang ingin dibuat. Website yang

telah dirancang telah ditambahkan fitur-fitur seperti halaman login, halaman pembelajaran, dan lain-lain. Setelah website jadi akan dilakukan pengembangan sesuai kebutuhan masyarakat.



```
index.html - Visual Studio Code
<body>
  <div class="container-xxl bg-white p-0">
    <!-- Spinner Start -->
    <!-- Spinner End -->
    <!-- Navbar & Hero Start -->
    <div class="container-xxl position-relative p-0">
      <nav class="navbar navbar-expand-lg navbar-dark bg-dark px-4 px-lg-5 py-3 py-lg-0">
        <a href="index.html" class="navbar-brand p-0">
          
          <a class="navbar-brand" href="index.html">Taniku.id />
        </a>
        <button class="navbar-toggler" type="button" data-bs-toggle="collapse" data-bs-target="#navbarCollapse"
          <span class="fa fa-bars"></span>
        </button>
        <div class="collapse navbar-collapse" id="navbarCollapse">
          <div class="navbar-nav ms-auto py-0 px-4">
            <a href="index.html" class="nav-item nav-link active">Home />
            <a href="edukasi.html" class="nav-item nav-link">Edukasi />
            <a href="gabung.html" class="nav-item nav-link">Gabung />
            <a href="pesanan.html" class="nav-item nav-link">Pesanan />
          </div>
        </div>
      </nav>
    </div>
    <div class="container-xxl py-5 bg-dark hero-header">
      <div class="container my-5 py-5">
        <div class="row align-items-center g-4">
          <div class="col-lg-6 text-center text-lg-start">
            <h1 class="display-3 text-white animated slideInLeft">Sukseskan Petani
            <h2 class="display-3 text-white animated slideInLeft">Hasil taninya
            <h3 class="lead fw-normal text-white-50 mb-4 animated slideInLeft">adalah
```

Gambar 2. Pengembangan website menggunakan HTML



```
style.css - Visual Studio Code
/* ===== Template CSS ===== */
:root {
  --primary: #002e66;
  --light: #895b87;
  --dark: #01258c;
}
.ff-secondary {
  font-family: "Pacifico", cursive;
}
.fw-medium {
  font-weight: 600 !important;
}
.fw-semi-bold {
  font-weight: 700 !important;
}
.back-to-top {
  position: fixed;
  display: none;
  right: 45px;
  bottom: 45px;
  z-index: 99;
}
/** Spinner **/
#spinner {
  opacity: 0;
  visibility: hidden;
  transition: opacity 0.5s ease-out, visibility 0.5s;
  <!-- Spinner Start -->
  <!-- Spinner End -->
```

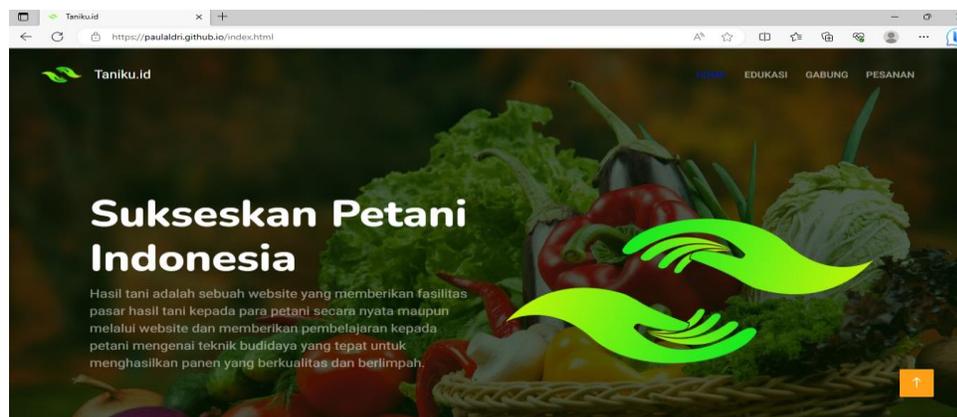
Gambar 3. Pengembangan website menggunakan CSS

Penerapan dan Evaluasi

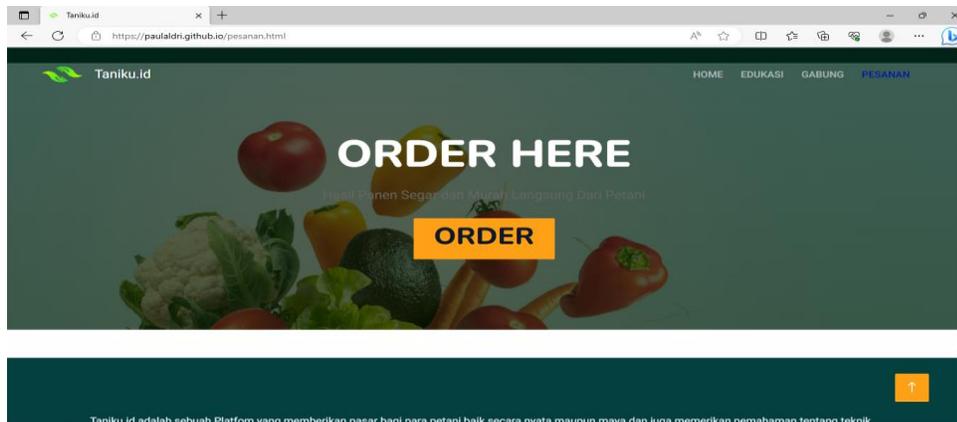
Penggunaan website menjadi salah satu cara dalam penerapan digital marketing disektor pertanian. Dengan pemanfaatan situs website menjadikan para petani dapat mengenalkan produknya ke calon pembeli atau kosumen lebih luas. Dengan situs website yang

menarik serta mudah untuk diakses, memberikan kenyamanan dan kemudahan konsumen untuk melakukan transaksi dengan pembeli ataupun hanya sekedar berpetualang ke situs website.

Pada *market place* dari total pengguna internet di Indonesia, 80% penggunanya menggunakan *platform* digital *marketplace* untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* (Jabat *et al.*, 2022).



Gambar 4. Halaman utama



Gambar 5. Akses pejualan produk

Taniku.id memberikan akses petani untuk menjual produknya ke calon konsumen melalui website yang telah disediakan dengan cara bergabung menjadi anggota. Pemanfaatan website ditujukan sebagai perantara bagi penjual agar dapat lebih mengenalkan produk pertaniannya ke khalayak umum lebih luas. Namun, pemanfaatan website akan sangat terasa berbeda penggunaannya di daerah dengan signal internet yang baik dibandingkan dengan yang

kurang baik sehingga Taniku.id memfasilitasi para petani di daerah dengan signal jelek yang telah bergabung menjadi anggota untuk melakukan pembaharuan produk dan kegiatan pemasaran oleh Taniku.id.

Hal ini memberikan simbiosis mutualisme bagi para petani dan Taniku.id, dimana petani dapat mengenalkan dan menjual produknya lebih luas serta harga produk hasil tani lebih stabil dikarenakan petani menjadi tangan pertama dalam penjualan. Serta memberikan dampak baik bagi Taniku.id dimana memberikan pemasukan melalui pajak sebesar 5% setiap kg hasil panen, pemberian pajak sebesar 5% ditujukan bagi petani yang bergabung dengan Taniku.id melalui website yang telah disediakan dengan kemudahan untuk bergabung, dan memberi edukasi kepada petani mengenai teknik budidaya hingga pengolahan produk pasca panen. Dimana calon pembeli akan dapat mengetahui produk yang dijual dan melakukan transaksi melalui nomor whatsapp penjual yang tertera di website Taniku.id.

Pengenalan website Taniku.id sangat penting dimana masyarakat akan lebih mengetahui apa itu Taniku.id sehingga memberi kesan menarik untuk calon pembeli berkunjung ke website. Pengenalan dilakukan dengan cara menciptakan desain yang menarik baik di dalam website maupun pengenalan melalui iklan, brosur, pamflet dan video promosi. Dengan memanfaatkan media sosial diantaranya facebook, instagram, twitter hingga tiktok.



Gambar 6. Pembelajaran



Gambar 7. Gabung

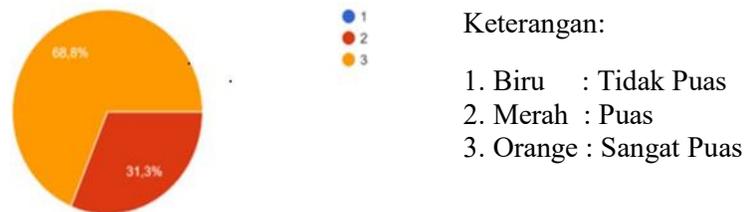
Website Taniku.id selain sebagai pasar *online* juga terdapat edukasi yang bersifat informatif, didalamnya berupa pengenalan komoditas, budidaya hingga pengolahan pasca panen suatu komoditas. Untuk membantu berkembangnya website ini dilakukan kerjasama dari pihak Taniku.id dengan Dinas Pertanian Kabupaten Kudus, Universitas atau Perguruan Tinggi di Kabupaten Kudus hingga ke lingkup terkecil sektor pertanian di desa.

Hasil evaluasi terhadap website Taniku.id oleh pengguna terhadap fitur-fitur website disajikan pada Gambar 8 dan Gambar 9. Hasil uji kepuasan pada website Taniku.id menunjukkan bahwa 68,8% pengguna sangat puas dan 31,3% puas dengan berbagai menu yang ada pada website Taniku.id. Hasil pengujian tingkat efektifitas website Taniku.id didapatkan bahwa 81,3% pengguna sangat setuju dan 18,8% setuju bahwa website Taniku.id membantu pengguna dalam proses pemasaran sehingga mampu berkontribusi dalam menstabilkan harga komoditas pertanian.

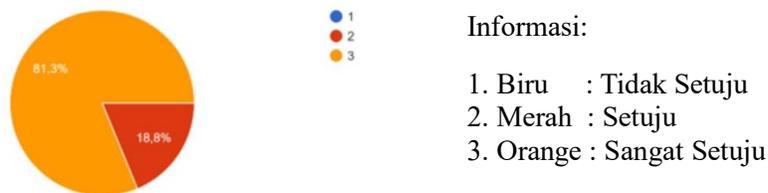
Perkembangan media pemasaran *marketplace* salah satunya bidang pertanian hasil pertanian mengalami perkembangan yang cukup tinggi tingkat penggunaannya, hal ini mengingat situasi perkembangan, terlebih dengan perkembangan teknologi yang dapat memungkinkan media tersebut dimana salah satunya adalah pembuatan aplikasi atau website *ecommerce* bidang pertanian (Albdulrohimi *et al.*, 2015; Sengkey, 2017).

Dalam upaya pengembangan lanjutan dari sebuah *dashboard* website bisa menggunakan JavaScript sebagai bahasa pemrograman berbentuk kumpulan script yang berjalan pada suatu dokumen HTML (Lavarino *et al.*, 2016). JavaScript menyempurnakan

tampilan dan perkembangan sistem pada halaman website, memudahkan *developer* karena berbasis komponen yang *interaktif*, *stateful*, dan *reusable* (Aldo *et al*, 2021).



Gambar 8. Tingkat kepuasan menu website Taniku.id



Gambar 9. Tingkat efektifitas pemasaran melalui Website Taniku.id

KESIMPULAN DAN SARAN

Taniku.id merupakan website pemasaran hasil pertanian dimana petani menjual hasil panen dan calon pembeli dapat mengetahui dan melakukan kegiatan transaksi *online* melalui website Taniku.id, selain menyediakan pasar *online* Taniku.id memfasilitasi adanya pasar nyata dimana ditujukan awal bagi masyarakat daerah yang jangkauan sinyal internet kurang baik. Sehingga dengan hadirnya Taniku.id dapat memudahkan pemasaran hasil pertanian pada masyarakat, mensejahterakan petani serta menyetabilkan harga jual hasil panen pertanian. Petani akan menjadi tangan pertama dalam sektor penjualan dan harga akan menjadi stabil dengan hadirnya website Taniku.id. Peran masyarakat petani serta organisasi pertanian seperti Kementerian Pertanian, Dinas Pertanian hingga organisasi petani desa serta Pemerintahan sangat diperlukan untuk pengembangan inovasi Taniku.id sehingga dapat mencapai tujuan awal Taniku.id.

DAFTAR PUSTAKA

- Albdulrohimi, U., Gunawan, H., & Herlambang, T. (2015). Aplikasi E-Commerce Penjualan Hasil Pertanian Tanaman Sayuran Berbasis Website Studi Kasus Di Balitsa Lembang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 4(2), 1–8.
- Aldo, D., Richo, & Munir, Z. (2021). Aplikasi Pelayanan Pada Klinik Kemina Dental Care Berbasis React.Js Dan Database NoSQL. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*. 16(2), pp. 139–147.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.
- Ardelia, R., & Anwarudin, O. (2020). Akses teknologi informasi melalui media elektronik pada petani KRPL. *Jurnal Triton*, 11(1), 24-36.
- Awali, H. (2020). Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak Covid-19. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
- Delima, R., & Purwadi, J. (2015). Agoinformatika Analisis Situs Web Pertanian Berbahasa Indonesia. *Agoinformatika Analisis Situs Web Pertanian Berbahasa Indonesia*, 1–5.
- Jabat, D. E. B., Tarigan, L. L., Purba, M., & Purba, M. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace sebagai Upaya Peningkatan Penjualan. *Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 16-21.
- Lavarino, D., & Yustanti, W. (2016). Rancang bangun e-voting berbasis website di universitas negeri Surabaya. *Jurnal Manajemen Informatika*, 6(1), 72-81.
- Marisa, F. (2016). *Web Programming (Client Side and Server Side)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Olivya, M., & Ilham, I. (2017). Sistem Informasi Pemasaran Hasil Pertanian Berbasis Android. *Inspiration: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 7(1), 60-69.
- Rendyana, B. K. (2017). Analisis Konflik SDA antara Masyarakat dengan Pengusaha Air (Studi Kasus Konflik Sumberdaya Air Desa Kajar Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus) (*Doctoral dissertation*, Faculty of Social and Political Science).
- Sengkey, R. (2017). IBM Pemanfaatan E-Commerce Dalam. *Jurnal Teknik Elektro dan Komputer*, 6(3), 111–115
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series I: Engineering Sciences*, 9(1), 51-6.

Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian
Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari, 5 Agustus 2023
e ISSN : 2774-1982
DOI : <https://doi.org/10.47687/snppvp.v4i1.649>

Utami, D. P. (2020). Pengenalan digital marketing dalam pemasaran produk pertanian untuk petani milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. In *Prosiding Seminar Nasional Pertanian, 1 (1)*, pp. 25-32.

Yuliriyanto, R. M., Hadi, T. S., & Widyasamratri, H. (2021). Identifikasi Ketersediaan dan Kebutuhan Ruang Terbuka Hijau di Kecamatan Kota Kudus. *Sinektika: Jurnal Arsitektur, 18(1)*, 53-57.

Yuantari, M. G. C., & Kurniadi, A. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Di Desa Curut Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. *Techno. Com, 15(1)*, 43– 47.