

## Resiliensi dan Inovasi Kelompok Asani Farm pada Masa dan Pasca Pandemi COVID-19 Resilience and Innovation of Asani Farm Group during and after the COVID-19 Pandemic

Ismet Firdaus<sup>1\*</sup>, Amelia Putri Oktafiani<sup>2</sup>, Nisrinah Mumtaz<sup>3</sup>, Reyhan Herlambang<sup>4</sup>,  
Robby Surya Januar<sup>5</sup>

<sup>12345</sup>Kesejahteraan Sosial, Ilmu Dakwah dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jl. Ir H Juanda,  
15412, Indonesia

\*E-mail: [ismetfirdaus3@gmail.com](mailto:ismetfirdaus3@gmail.com)

### ABSTRAK

Submit: 29/20/24  
Revisi: 3/11/24  
Disetujui: 15/11/24

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak besar pada sektor pertanian, termasuk kelompok Asani Farm di Desa Margamulya, yang memaksa kelompok tani untuk menemukan strategi baru agar tetap bertahan. Studi ini menyoroti pentingnya mengkaji strategi resiliensi yang diterapkan oleh Kelompok Asani Farm, yang mengubah tantangan menjadi peluang melalui inovasi pengolahan hasil panen menjadi produk baru, seperti keripik wortel, kerupuk wortel dan kerupuk kentang. Kajian terdahulu lebih menyoroti strategi resiliensi ekonomi dan sosial petani dalam mempertahankan produksi, namun belum mengkaji inovasi sebagai strategi utama untuk resiliensi ekonomi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana resiliensi dan inovasi membantu kelompok tani ini menghadapi krisis. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode wawancara mendalam dengan anggota kelompok tani sebagai narasumber utama. Data dianalisis secara deskriptif untuk memahami strategi resiliensi dan inovasi yang diimplementasikan. Temuan menunjukkan bahwa inovasi produk olahan membantu meningkatkan nilai tambah dan resiliensi ekonomi petani. Selain itu, pemasaran berbasis komunitas dan digital memperluas akses pasar. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan pemasaran digital dan penerapan teknologi modern untuk membantu petani meningkatkan daya saing produk. Kontribusi penelitian ini adalah penekanan pada inovasi sebagai bagian dari resiliensi petani, serta sebagai landasan untuk penelitian lanjutan dalam pengembangan ekonomi pertanian berkelanjutan di Indonesia.

**Kata kunci:** Inovasi, Kelompok, Margamulya, Pandemi COVID-19,  
Resiliensi

### ABSTRACT

*The COVID-19 pandemic has had a major impact on the agricultural sector, including the Asani Farm group in Margamulya Village, forcing farmer groups to find new strategies to stay afloat. This study highlights the importance of examining the resilience strategies implemented by the Asani Farm Group, which turns challenges into opportunities through innovations in processing crops into new products, such as carrot chips, carrot crackers and potato crackers. Previous studies have highlighted farmers' economic and social resilience strategies in maintaining production, but have not examined innovation as the main strategy for economic resilience. The formulation of the problem in this study is how resilience and innovation helped this farmer group face the crisis. This research is a qualitative study that uses in-depth interview methods with farmer group members as the main resource persons. Data were analyzed descriptively to understand the resilience and innovation strategies implemented. The findings*

*show that innovations in processed products helped increase the added value and economic resilience of farmers. In addition, community-based and digital marketing expanded market access. This study recommends digital marketing training and the application of modern technology to help farmers improve product competitiveness. The contribution of this study is the emphasis on innovation as part of farmers' resilience, as well as a foundation for further research in the development of a sustainable agricultural economy in Indonesia.*

**Keywords:** Innovation, Group, Margamulya, COVID-19 Pandemic, Resilience  
**How to Cite**

Putri Oktafiani, A., Firdaus, I., Mumtaz, N., Herlambang, R., & Surya Januar, R. (2024). Resiliensi dan Inovasi Kelompok Asani Farm pada Masa dan Pasca Pandemi COVID-19. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(2).  
<https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.11603>

---

Copyright © 2024 Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Majalengka. All rights reserved.

## 1. Introduction

Pandemi COVID-19 membawa dampak yang sangat signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk pertanian. Petani, sebagai ujung tombak penyedia pangan, merasakan tekanan yang cukup besar akibat pembatasan sosial, gangguan distribusi, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Pandemi COVID-19 juga telah mengganggu rantai pasok pangan, menekan harga komoditas pertanian, dan mengurangi pendapatan petani, sehingga mengancam ketahanan pangan nasional (Beckman & Countryman, 2021). Sebuah studi yang dilakukan oleh Tim dari FAO (2020) menunjukkan bahwa petani di negara berkembang termasuk Indonesia mengalami tantangan serupa. Gangguan pada rantai distribusi pangan menyebabkan penurunan hasil dan distribusi yang tidak merata. Di sisi lain, adanya ketergantungan pada pasar lokal membuat petani rentan terhadap kebijakan penutupan pasar dan pembatasan wilayah (FAO, 2020). Pada saat pandemi COVID-19, resiliensi ekonomi kelompok tani menjadi sangat penting untuk memastikan stabilitas pangan dan kesejahteraan petani. Dalam menghadapi tantangan yang kompleks ini, sektor pertanian membutuhkan upaya yang lebih kuat untuk membangun resiliensi ekonomi dan mendorong inovasi. Resiliensi ekonomi memungkinkan sektor pertanian untuk bertahan dan pulih lebih cepat dari guncangan eksternal.

Pada studi (Izzah & Jazilah, 2022) tentang Resiliensi Petani dalam Menjaga Produksi Pertanian: Studi di Kecamatan Solokuro, Lamongan yang berfokus pada pembahasan mengenai kemampuan petani dalam mempertahankan produksi pertanian mereka meskipun menghadapi berbagai tantangan eksternal. Studi ini membahas bagaimana petani di Kecamatan Solokuro, Lamongan, menerapkan strategi resiliensi, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan, untuk menjaga produktivitas pertanian mereka di tengah kondisi yang tidak stabil, seperti perubahan iklim, fluktuasi harga, atau krisis lainnya. Kemudian studi (Makki Arrozi et al., 2023) yang sama tentang Resiliensi Komunitas Petani Kopi Arabika Gayo di Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh pada Masa Pandemi COVID-19 yang berfokus pada bagaimana komunitas petani kopi Arabika Gayo menghadapi dampak pandemi COVID-19. Penelitian ini menyoroti strategi yang digunakan petani untuk bertahan dan beradaptasi terhadap perubahan ekonomi dan sosial selama pandemi, serta kemampuan mereka untuk menjaga produktivitas kopi di tengah tantangan global serta faktor-faktor yang mempengaruhi daya tahan komunitas petani di daerah tersebut. Meskipun beberapa studi telah mengkaji tentang resiliensi ekonomi yang dilakukan para petani pada saat pandemi COVID-19, namun studi-studi tersebut belum menjelaskan tentang adanya inovasi baru yang dibangun oleh para petani selama pandemi COVID-19.

Dari beberapa studi terdahulu tersebut menunjukkan bahwa studi tentang resiliensi petani dalam menghadapi tantangan eksternal telah memberikan wawasan penting mengenai strategi

bertahan yang diterapkan petani. Namun, meskipun penelitian tersebut membahas resiliensi ekonomi dan sosial di tengah pandemi, ada kekurangan dalam mengkaji inovasi baru yang muncul di kalangan petani selama krisis. Studi tersebut berfokus pada bagaimana petani mempertahankan produksi mereka, tetapi belum mengeksplorasi secara mendalam inovasi baru yang mungkin digunakan petani untuk meningkatkan daya tahan dan keberlanjutan ekonomi mereka pada masa dan pasca pandemi COVID-19. Oleh karena itu, penelitian ini akan lebih berfokus pada resiliensi efektif yang dilakukan oleh petani dalam mengolah hasil panen yang berlebih menjadi suatu inovasi produk jualan baru, yang menjadikan mereka merangkap yang awalnya hanya seorang petani menjadi seorang wirausaha juga.

Pandemi COVID-19 memberikan pukulan telak bagi sektor pertanian, termasuk Desa Margamulya di Pangalengan. Meski panen melimpah, minimnya permintaan memaksa kelompok tani Asani Farm untuk berpikir kreatif. Dalam menghadapi masalah tersebut, mereka menginisiasi produksi keripik wortel dan kentang sebagai upaya penganekaragaman produk dan meningkatkan nilai tambah hasil pertanian. Penelitian ini akan menjawab bagaimana resiliensi dan inovasi yang diterapkan oleh para petani Asani Farm pada masa dan pasca pandemi COVID-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai strategi resiliensi yang telah digunakan oleh petani, serta inovasi produk yang mereka kembangkan untuk menghadapi tantangan yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19.

## 2. Literature review

### Resiliensi

Kemampuan seseorang dalam mengatasi masalah dan bangkit dari kondisi yang tidak menyenangkan disebut sebagai resiliensi. (Desmita, 2015). Hal ini sejalan dengan definisi resiliensi bagi (Reivich & Shatté, 2002) adalah Individu yang mampu menilai permasalahan secara positif dan sehat, serta memiliki kemampuan resiliensi, akan meningkatkan aspek-aspek kehidupannya secara positif. Menurut (Grotberg, 1995) , resiliensi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti Dukungan Sosial (*I Have*), Kekuatan Pribadi (*I Am*), dan kemampuan untuk berbuat (*I Can*). Dukungan Sosial adalah dukungan dari lingkungan sekitar, Kekuatan Pribadi meliputi perasaan dan kepercayaan diri, sedangkan kemampuan untuk melakukan adalah kemampuan dalam hubungan sosial. Dengan kata lain, resiliensi adalah suatu sifat yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Dengan memupuk kekuatan pribadi, membangun hubungan sosial yang positif, dan mengembangkan cara pandang yang optimis, kita dapat meningkatkan kemampuan kita untuk menghadapi segala jenis kesulitan dan mencapai kesejahteraan hidup yang lebih baik.

Konsep resiliensi yang dikemukakan oleh para ahli di atas memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami kemampuan individu dalam menghadapi tantangan. Kategorisasi faktor-faktor resiliensi yang diusulkan oleh Grotberg (1995), misalnya, sangat relevan dalam konteks kelompok petani. Aspek dukungan sosial (*I Have*) pada petani dapat terlihat dari peran komunitas atau kelompok tani yang saling berbagi informasi, dukungan moral, dan bantuan dalam menghadapi tantangan seperti perubahan cuaca, fluktuasi harga pasar, atau bencana tak terduga seperti pandemi COVID - 19. Kekuatan pribadi (*I Am*) petani tercermin dari tekad dan semangat mereka dalam menghadapi berbagai hambatan, baik terkait produksi maupun ekonomi. Kemampuan untuk melakukan (*I Can*) pada petani tercermin melalui keterampilan interpersonal dalam mengelola relasi dengan pedagang, pemerintah, dan lembaga pertanian lainnya. Metode penguatan resiliensi pada kelompok petani dapat mencakup pelatihan keterampilan, akses ke teknologi modern, dan peningkatan jejaring sosial. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Izzah & Jazilah, 2022) yang menunjukkan bahwa petani tetap bertani selama pandemi dengan mematuhi protokol kesehatan, memasarkan produk pertanian secara *online*, dan tetap termotivasi untuk bertani.

### **Inovasi**

Inovasi adalah konsep, kegiatan, atau produk yang dianggap asing oleh seseorang. Tidak penting, apakah ide tersebut benar-benar baru atau tidak dari sudut pandang perilaku manusia, ketika dilihat dari waktu yang telah berlalu sejak pertama kali digunakan atau ditemukan. Subjektivitas dari kebaruan inovasi tersebut tergantung pada persepsi individu yang mengalaminya (Rogers & Shoemakers, 1987). (Uhl-Bien et al., 2014) mengatakan bahwa inovasi melibatkan penciptaan ide-ide segar dan penerapannya. Inovasi tinggi, baik dalam proses maupun produk, akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk berkualitas (Hartini, 2012). Penilaian inovasi dilakukan dengan menggunakan garis kontinum, di mana tingkat inovasi yang rendah mengindikasikan kurangnya kemampuan individu atau unit dalam organisasi untuk mengadopsi inovasi, sementara tingkat inovasi yang tinggi menunjukkan kemampuan yang kuat dari individu atau unit dalam organisasi untuk mengadopsi inovasi (Daghfous et al., 1999).

Dalam konteks resiliensi kelompok petani, inovasi memiliki peran penting dalam memperkuat resiliensi dan kemampuan adaptif terhadap perubahan lingkungan dan tantangan ekonomi. Inovasi dapat dikategorikan ke dalam beberapa aspek, antara lain inovasi produk, proses, dan organisasi. Metode untuk mengukur tingkat inovasi pada kelompok petani dapat dilakukan melalui survei dan evaluasi partisipatif, yang mencakup indikator adopsi teknologi, diversifikasi produk, dan keberlanjutan praktik pertanian. Sebagai contoh, adopsi metode pengelolaan tanaman terpadu yang lebih efisien atau penggunaan alat teknologi baru dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing petani. Keterbukaan terhadap inovasi dan kemampuan mengimplementasikannya dengan efektif memberikan keunggulan adaptasi, sehingga para petani mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan kondisi sosial dan ekonomi yang kerap terjadi.

### **Kelompok**

Kelompok adalah sekelompok orang yang hidup bersama, saling berhubungan, dan saling peduli satu sama lain (Kandiah et al., 2016). Menurut Jhonson & Jhonson dalam (Yusara & Masykur, 2017) kelompok merupakan dua individu atau lebih yang berinteraksi secara langsung, memperhatikan hal-hal di dalam grup, saling peduli antar anggota, dan memiliki ketergantungan positif dalam usaha mencapai tujuan bersama. Duncam dalam (Wijaya, 2017) Duncam dalam (Wijaya, 2017) mengemukakan ada 4 (empat) ciri utama kelompok, yaitu: (1) Proses berpikir bersama yang mendorong interaksi kelompok. Anggota suatu kelompok layu tidak harus mempunyai satu tujuan bersama; (2) Individu yang dipengaruhi secara tidak terduga oleh interaksinya. Hubungan dalam suatu kelompok harus memberikan pengaruh kepada setiap anggotanya. Tingkat pengaruh tersebut di antara mereka bisa berbeda-beda; (3) Struktur kelompok dengan tingkat status yang berbeda-beda. Dalam kelompok selalu ada perbedaan tingkat/status, karena akan selalu ada pimpinan dan pengikut; (4) Standar dan nilai standar. Karena kelompok terbentuk untuk mencapai tujuan bersama, maka biasanya pembentukannya disertai tingkah laku dan sistem nilai bersama. Anggota kelompok diharapkan mengikuti pola tersebut.

Dalam kaitannya dengan resiliensi kelompok petani, konsep kelompok dapat dibagi menjadi beberapa kategori, termasuk kelompok formal dan informal, serta berdasarkan fungsi dan tujuan tertentu, seperti kelompok tani yang fokus pada produktivitas atau pelatihan keterampilan. Aspek utama dalam kelompok petani mencakup kerja sama, saling ketergantungan positif, dan struktur kelompok yang mendukung distribusi peran, termasuk pemimpin dan anggota yang saling mendukung dalam pencapaian tujuan bersama. Salah satu metode untuk membangun resiliensi kelompok petani adalah melalui pembentukan standar norma dan nilai yang disepakati bersama, misalnya, dalam bentuk aturan penggunaan lahan bersama, jadwal pengelolaan tanaman, atau pengaturan hasil produksi. Contoh konkret adalah program kelompok tani yang mengatur pembagian peran dalam penggunaan teknologi pertanian baru dan pembagian tanggung jawab dalam penanganan risiko lingkungan seperti kekeringan atau banjir. Dengan adanya struktur dan norma yang solid, kelompok petani dapat meningkatkan

kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan dan mempertahankan produktivitas, yang menjadi kunci dalam menjaga stabilitas ekonomi dan kesejahteraan komunitas petani.

### 3. Method

Penelitian ini difokuskan pada resiliensi dan inovasi yang diterapkan oleh Kelompok Asani Farm pada masa dan pasca pandemi COVID-19. Isu ini dipilih karena pandemi menimbulkan tantangan yang signifikan bagi usaha kecil, dan Kelompok Asani Farm mampu mengatasi tantangan tersebut. Studi ini bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana kelompok tersebut bertahan dan bahkan berkembang selama masa krisis. Pemahaman terhadap strategi resiliensi yang diterapkan kelompok ini diharapkan dapat memberikan wawasan agar petani lain dapat bertahan menghadapi krisis serupa di masa depan. Fokus pada Asani Farm juga memberikan gambaran konkret tentang bagaimana komunitas agribisnis lokal beradaptasi dalam situasi sulit. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Meleong, 1989) dalam (Firdaus, 2021) metode kualitatif melibatkan prosedur yang menghasilkan deskripsi naratif tentang kata-kata orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini memanfaatkan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan utama.

Data primer ini dipilih karena memberikan wawasan langsung dari para pelaku yang terlibat dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan strategi inovatif di kelompok Asani Farm. Sumber data berasal dari anggota inti kelompok Asani Farm, terutama mereka yang terlibat langsung dalam operasional selama pandemi. Informan dipilih secara purposive sampling, memastikan bahwa mereka yang diwawancarai memiliki pengetahuan mendalam tentang strategi kelompok, selama, dan setelah pandemi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan panduan wawancara yang disusun berdasarkan definisi operasional variabel resiliensi dan inovasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan durasi rata-rata 50 menit per sesi, yang kemudian direkam dengan izin dari para informan untuk memudahkan proses analisis data. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan pengolahan data secara deskriptif. Karena menurut (Khoiryasdien & Ardina, 2020) dalam (Kharima & Zaky, 2023) pendekatan deskriptif dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk mengamati dan menjelaskan fenomena yang terjadi di masyarakat. Hasil analisis ini memberikan gambaran menyeluruh tentang strategi resiliensi yang digunakan oleh Kelompok Asani Farm.

### 4. Result

#### A. Kondisi Kelompok Asani Farm Pada Masa Pandemi COVID-19

Kelompok Asani Farm adalah sebuah komunitas petani yang berlokasi di Desa Margamulya, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Kelompok tani ini berperan penting dalam sektor pertanian di wilayah tersebut, berkontribusi dalam produksi berbagai komoditas pertanian. Kelompok Asani Farm juga dapat dikatakan sebagai sebuah unit sosial ekonomi yang berperan penting dalam sistem pertanian lokal. Kelompok Asani Farm berfokus pada komoditas unggulan daerah Pangalengan, seperti wortel, kubis, sawi, kentang, cabai dan tomat. Melalui kegiatan pertaniannya, Asani Farm berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat sekitar. Kelompok ini tidak jarang membantu masyarakat sekitar yang sedang terkena musibah dengan cara berdonasi. Upaya kelompok ini dalam membantu masyarakat telah memberikan dampak positif yang signifikan, baik secara sosial maupun ekonomi.

Selama masa pandemi COVID-19 kelompok Asani Farm mengalami beberapa tantangan. Pada masa pandemi, harga wortel mengalami penurunan drastis akibat terbatasnya akses ke pasar induk dan anjloknya permintaan. Selain itu, para petani menghadapi tantangan serius dalam memasarkan produk mereka. Selain wortel dan kentang yang mengalami penurunan harga akibat penurunan permintaan dan kelebihan pasokan, komoditas seperti tomat dan cabai

justru mengalami kenaikan harga yang signifikan akibat gangguan rantai pasok dan cuaca ekstrem. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan narasumber:

“Untuk kita petani yang di Ansani Farm, mungkin kan waktu itu memang harga wortel saat COVID itu sangat murah, jadi gak laku terjual ke pasaran karena akses ke pasar induk pun susah” (R, 33 Tahun)”

“Bibit kentang ini dulu waktu COVID sama harganya murah, sama yang gak murah itu tomat, cabe, sampai dua ribu. Cuma waktu COVID-19 itu karena kita tidak memungkinkan nanti tanam gak kebayang modalnya dari mana (R, 33 Tahun)”

Kelompok Asani Farm pun turut mengalami kesulitan besar selama masa pandemi COVID-19. Pertama, ketidakpastian pasar membuat hasil panen sulit terjual, dan pendapatan menjadi tidak menentu. Banyak petani yang bingung dan kesulitan memperoleh modal untuk mengelola lahan serta membayar pekerja, sehingga lahan menjadi terbengkalai tanpa tanaman. Pandemi memperburuk situasi karena, selain pembatasan aktivitas, kondisi ekonomi menyebabkan harga sayuran jatuh jauh di bawah standar. Biaya produksi tidak sebanding dengan harga jual, bahkan sering kali petani hanya memperoleh 10% dari modal yang mereka keluarkan. Hal ini menyebabkan petani harus bertahan dengan keyakinan bahwa suatu hari panen akan membaik, meskipun situasi saat itu sangat merugikan mereka. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara narasumber:

“Hasil panen kan nggak menemukan pasar yang jelas, kita tanam tapi nggak ada kejelasan itu akan terjual nggak, waktu COVID itu nggak, sesudah COVID itu mulai ini kan mending. Nah mulai deh agak membaik lagi ekonominya, pas COVID itu para petani, ya saya liat para petani itu pagi-pagi ya di rumah bingung karena keluar ke lahan boleh cuma bingung itu kita gak punya modal untuk beli apa, bayar pekerja, bingung gitu kan lahan banyak kosong, sedangkan kita gak punya untuk menjalankan ini nih jadi lahan itu banyak yang kosong gak ada tanamannya apalagi waktu itu, kemarau juga kan (R, 33 Tahun)”

## **B. Resiliensi Kelompok Asani Farm Pada Masa Pandemi COVID-19**

Menurut (Ledesma, 2014) Resiliensi merupakan kemampuan untuk pulih kembali setelah menghadapi kesulitan, kekecewaan, dan kemalangan. (Masten, 2013) juga mengatakan resiliensi merupakan kemampuan suatu sistem dinamis untuk beradaptasi dengan sukses. Sehingga resiliensi dapat dipahami sebagai kemampuan individu atau sistem untuk menghadapi dan mengatasi tantangan, perubahan, atau peristiwa negatif yang terjadi dalam hidup. Kedua pendapat tersebut menekankan pada aspek adaptasi dan pemulihan sebagai ciri utama dari resiliensi. Sesuai definisi tersebut, maka resiliensi kelompok Asani Farm merupakan kemampuan kelompok Asani Farm dalam menghadapi dan mengatasi berbagai tantangan seperti harga komoditas pertanian yang mengalami penurunan drastis akibat terbatasnya akses ke pasar induk, kesulitan dalam pemasaran produk hasil tani karena adanya pembatasan mobilitas, kurangnya modal untuk pembelian pupuk dan perawatan lahan dikarenakan kurangnya penghasilan, dan menurunnya permintaan pasar sehingga hasil pertanian yang berlebih atau menumpuk.

Dalam menghadapi situasi tersebut, awalnya kelompok Asani Farm melakukan diversifikasi tanaman menjadi salah satu strategi utama. Para petani tidak hanya bergantung pada komoditas wortel, tetapi juga menanam berbagai jenis sayuran hortikultura lainnya, seperti kubis dan sawi, yang tetap dapat dijual meskipun harga wortel anjlok. Diversifikasi ini memberikan fleksibilitas ekonomi dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis komoditas. Modal dari hasil panen yang berhasil dijual terus diputar untuk ditanam kembali. Meskipun beberapa tanaman, seperti kentang, memerlukan biaya awal yang cukup besar,

tanaman lainnya, seperti kubis dan sawi, memiliki biaya produksi yang lebih ringan, sehingga lebih mudah dikelola dalam kondisi terbatas. Dengan sikap optimis dan semangat pantang menyerah, kelompok ini mampu menghadapi kesulitan tersebut.

Namun, tidak hanya melakukan diversifikasi tanaman, kelompok Asani Farm juga berinisiatif untuk mengolah hasil panen yang sulit terjual seperti wortel dan kentang untuk dijadikan sebuah inovasi baru yaitu keripik wortel, kerupuk wortel, dan kerupuk kentang. Selain sebagai bentuk inisiatif karena banyaknya hasil panen petani wortel dan kentang, inovasi ini juga dibuat untuk meningkatkan penghasilan para petani dimasa krisis ekonomi yang dirasakan. Proses pengolahan inovasi ini tidak dilakukan hanya dalam satu kali percobaan saja, melainkan harus melewati beberapa kali percobaan seperti menentukan tekstur adonan keripik yang pas, ukuran dalam memotong adonan keripik, memilih varian rasa yang cocok hingga diperoleh kualitas produk yang diinginkan. Proses pengolahan juga masih dilakukan secara manual sehingga proses pengolahan membutuhkan waktu yang lebih lama. Karena usaha ini masih relatif baru, tenaga kerja yang digunakan saat ini masih terbatas pada pekerja lama yang sudah berpengalaman dan dipercaya sehingga belum banyak tenaga kerja yang digunakan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara narasumber:

“Untuk kita petani yang di Ansani Farm, mungkin kan waktu itu memang harga wortel saat COVID itu sangat murah, jadi gak laku terjual ke pasaran karena memang akses ke pasar induk pun susah waktu itu jadi kita inisiatif lah, dibikin apa, dulu kan kerupuk wortel juga belum. Terus aja dicoba, kita juga mencoba dari awal gak langsung rasanya seperti ini jadi terus aja dicoba diolah. (R, 33 Tahun)”

**Tabel 1.** Inovasi Pengolahan Tanaman Menjadi Produk makanan

| Bahan Dasar | Produk          | Komposisi  |
|-------------|-----------------|--|
| Kentang     | Kerupuk kentang | Kerupuk kentang berbahan dasar kentang dan tapioka |
| Wortel      | Keripik wortel  | Keripik wortel berbahan dasar Wortel               |
| Wortel      | Kerupuk wortel  | Kerupuk wortel berbahan dasar wortel dan tapioka   |

Sumber. Wawancara

Pada awal pemasaran produk, anggota kelompok Asani Farm menerapkan strategi sederhana dengan membagi tugas pemasaran secara perorangan, dimana setiap anggota bertanggung jawab membawa produk ke satu pasar atau toko. Strategi ini bertujuan untuk menjangkau pasar lokal dan mendapatkan respons dari konsumen secara langsung. Masing-masing anggota memberikan sampel gratis kepada calon pembeli sebagai bentuk pengenalan produk, sehingga konsumen dapat mencoba dan merasakan kualitas produk kelompok Asani Farm. Seiring berjalannya waktu, strategi pemasaran sederhana yang awalnya diterapkan oleh kelompok Asani Farm mengalami transformasi yang signifikan. Dengan pembentukan tim pemasaran khusus dan pemanfaatan berbagai saluran distribusi, strategi pemasaran mereka menjadi lebih terorganisir dan efektif. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi merek keripik wortel, kerupuk wortel, dan kerupuk kentang Asani Farm di pasar.

### C. Resiliensi Kelompok Asani Farm Pasca Pandemi COVID-19

Dalam menghadapi tantangan ekonomi yang muncul setelah pandemi, kelompok Asani Farm berhasil mempertahankan usahanya melalui strategi utama berupa fleksibilitas dan inovasi yang berkelanjutan. Petani di kelompok ini terus mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar dengan memanfaatkan teknologi modern, namun tetap menjaga identitas lokal sebagai daya tarik produk mereka. Upaya ini menunjukkan resiliensi yang kuat dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi, sekaligus mencerminkan komitmen untuk mempertahankan keberlanjutan usaha mereka di tengah situasi yang terus berubah. Setelah pandemi produk olahan tanaman kentang dan wortel yang dikembangkan kelompok Asani Farm telah memiliki manajemen yang terpusat, sehingga proses distribusi dan pemasaran menjadi lebih efisien dan terkoordinasi. Dukungan dari masyarakat sekitar juga sangat membantu, karena banyak orang di lingkungan sekitar ikut mendukung dengan merekomendasikan produk atau membantu menyebarkannya ke lebih banyak tempat.

Dengan semakin dikenalnya produk, Asani Farm kini tidak hanya menjangkau pasar lokal tetapi juga telah menarik konsumen baru dari luar wilayah. Banyaknya permintaan dari konsumen menunjukkan bahwa produk mereka semakin dicari, yang menjadi motivasi bagi kelompok untuk terus mengembangkan usaha mereka. Kesuksesan pemasaran ini juga menjadi bukti keberhasilan kelompok Asani Farm dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan kualitas produk. Resiliensi kelompok Asani Farm pasca pandemi COVID-19 juga terlihat dari kemampuan mereka dalam mengelola risiko pasar, khususnya dalam pemasaran keripik wortel secara *offline* dan *online*. Pemasaran *online* masih menghadapi kendala seperti kebutuhan sertifikasi laboratorium untuk memperpanjang masa simpan produk di *platform e-commerce*, sehingga produk hanya mampu bertahan 5-6 bulan tanpa uji laboratorium. Dalam menghadapi keterbatasan ini, produk yang mendekati masa kedaluwarsa biasanya ditarik, dibagikan, atau dijual dengan harga lebih rendah guna meminimalkan kerugian.

Selain itu, meskipun *platform* seperti Tokopedia telah dimanfaatkan, pemasaran digital masih memerlukan optimalisasi lebih lanjut, terutama terkait dengan keterbatasan waktu dan sumber daya manusia untuk mengelola saluran *online*. Saran dari pihak eksternal untuk memperbaiki visual produk dan memperluas ke platform lain seperti Shopee dan TikTok Shop juga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk. Penggunaan strategi pemasaran digital seperti live streaming di TikTok dan Instagram menjadi peluang potensial yang dapat dimanfaatkan tanpa sepenuhnya bergantung pada penjualan *offline*. Inovasi yang berkelanjutan, didukung oleh adaptasi terhadap tantangan cuaca dan pengelolaan risiko pasar yang baik, telah mendorong kelompok Asani Farm untuk terus mengembangkan produk baru dan meningkatkan kualitas produk yang ada, sehingga mampu mempertahankan daya saing di pasar.

Namun, dalam prosesnya terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat produksi keripik atau kerupuk dari hasil panen di lahan pertanian, salah satunya adalah faktor cuaca. Misalnya, jika terjadi gagal panen akibat cuaca buruk yang menyebabkan banyak wortel atau kentang membusuk, bahan baku yang dihasilkan tidak memenuhi spesifikasi untuk produksi keripik. Tapi, proses pengolahan keripik tidak terlalu bergantung pada sinar matahari seperti halnya kerupuk. Oleh karena itu Kelompok Asani Farm sudah semakin berkembang untuk mengatasi masalah cuaca tersebut dengan memiliki teknologi seperti mesin pengering digunakan untuk membantu proses pengeringan, meskipun hasilnya dianggap tidak sebaik pengeringan alami dengan sinar matahari. Hal ini berdasarkan dalam wawancara dengan narasumber:

“Kalo keripik kan gak pake matahari, paling kalau adaptasi itu kalau misalkan gagal panen jadi kan wortelnya banyak yang busuk itu kan nggak masuk ke kualifikasi kita paling gitu. Kalau pengaruh cuaca untuk produksi kita paling di bahan baku pas di lahan.

Faktor cuaca kalau di kerupuk itu jika kurang matahari kurang mengembang sedangkan kalau keripik tidak. Ada juga ini mesin pengering cuma memang terbatas gitu dan hasilnya juga berbeda (R, 33 Tahun)".

Dari sisi keunggulan produk, para produsen keripik wortel kelompok Asani Farm telah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan daya saing di pasar. Salah satu inovasi utama yang dilakukan adalah dengan menciptakan beragam varian rasa, mempertahankan kemurnian bahan baku, dan mengadopsi teknologi *vacuum frying*, kelompok ini berhasil menghasilkan keripik wortel yang tidak hanya lezat, tetapi juga sehat dan bergizi. Penggunaan teknologi *vacuum frying* yang memungkinkan pengeringan pada suhu rendah dan tekanan rendah, menghasilkan keripik dengan kandungan minyak yang lebih rendah dan tekstur yang lebih renyah, serta mempertahankan nutrisi alami wortel. Inovasi-inovasi ini menjadikan keripik wortel Asani Farm sebagai produk yang unik dan memiliki daya saing yang tinggi di pasar. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan narasumber:

"Inovasi dan keunggulan kita itu dikasih varian rasa. Terus di pasaran itu kan masih jarang yang memakai mesin *vacuum frying*. Jadi masih punya keunggulan juga karena kan olahan ini tidak pakai tepung, dan tidak menggunakan bahan yang lain. Itu masih jadi unggulan kita (R, 33 Tahun)".

#### **D. Faktor-faktor Penyebab Resiliensi Kelompok Asani Farm**

Berikut adalah beberapa faktor resiliensi yang membantu kelompok Asani Farm untuk bertahan dan berkembang di tengah krisis yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19. Faktor-faktor ini mencakup dukungan sosial dari lingkungan sekitar, kekuatan pribadi dari anggota kelompok, dan kemampuan mereka dalam menjaga hubungan sosial serta meningkatkan keterampilan. Ketiga aspek ini berperan penting dalam keberhasilan usaha mereka dan dalam membangun resiliensi ekonomi kelompok.

##### **Dukungan Sosial (*I Have*)**

Meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya eksternal, Kelompok Asani Farm telah berhasil membangun resiliensi yang kuat berkat dukungan sosial yang erat di antara anggota kelompok. Semangat gotong royong, saling berbagi pengetahuan dan keterampilan, serta motivasi yang tinggi telah menciptakan ikatan yang kuat dan memungkinkan kelompok untuk mengatasi berbagai tantangan sehingga mencapai inovasi yang berkelanjutan. Bermula dari keprihatinan tentang hasil panen yang terjual dan merasa sayang jika hasil panennya dibiarkan begitu saja. Sehingga dukungan moral ini menjadi dorongan utama bagi mereka untuk mencari alternatif usaha dan mengembangkan produk keripik wortel, keripik kentang, kerupuk wortel dan kerupuk kentang, serta mendapat bantuan dari sesama anggota kelompok dalam pemasaran awal yang melibatkan orang sekitar.

##### **Kekuatan Pribadi (*I Am*)**

Anggota kelompok Asani Farm menunjukkan kekuatan pribadi berupa optimisme dan kepercayaan diri dalam menghadapi ketidakpastian di tengah krisis. Mereka tetap semangat dan menjalani usaha tanpa rasa takut, bahkan ketika menghadapi risiko tidak laku. Para anggota percaya pada kemampuan mereka untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan tetap optimis, melihat peluang pasar di lingkungan sekitar, seperti daerah wisata. Selain itu, dedikasi yang kuat tampak dalam usaha yang dilakukan hingga larut malam untuk menyempurnakan resep dan meningkatkan kualitas produk. Sejalan dengan hasil penelitian (Muhammad Misbakul Munir, 2021) kreativitas dan kerja sama merupakan kunci utama dalam membangun resiliensi ekonomi. Kemampuan untuk berinovasi dan bekerja sama secara efektif memungkinkan individu dan komunitas untuk menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks dan tidak pasti.

##### **Kemampuan untuk Melakukan (*I Can*)**

Kemampuan kelompok Asani Farm dalam berkomunikasi secara efektif dan membangun hubungan interpersonal yang kuat telah menjadi kunci keberhasilan mereka dalam membangun jaringan pemasaran yang luas dan kolaborasi yang produktif. Melalui partisipasi aktif dalam berbagai program dan jaringan, serta upaya proaktif dalam menjalin kerjasama dengan mitra bisnis potensial, baik di dalam maupun di luar negeri, kelompok ini telah berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai tambah produk mereka. Kemampuan mereka untuk menjalin relasi, termasuk dengan pemasok, pembeli, dan kelompok UMKM lain, sangat membantu dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Selain itu, kelompok ini mengembangkan keterampilan baru melalui pelatihan yang berfokus pada standar nasional, memastikan kualitas produk yang sesuai dengan ekspektasi pasar.

#### **E. Implikasi Resiliensi Kelompok Asani Farm**

Produk Inovasi baru yang dilakukan kelompok Asani Farm memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat dan petani di sekitarnya. Usaha ini tidak hanya memberikan lapangan kerja, tetapi juga mendorong kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Seiring dengan perkembangan usaha, ada harapan untuk melibatkan lebih banyak pekerja dari masyarakat lokal, terutama setelah usaha ini stabil dan dapat sepenuhnya beroperasi tanpa perlu pengawasan langsung dari pemilik usaha. Kontribusi usaha terhadap masyarakat sekitar tidak hanya dalam bentuk lapangan kerja, tetapi juga melalui partisipasi sosial. Meskipun skala bantuan masih terbatas, pemilik usaha aktif berkontribusi dalam kegiatan sosial melalui koordinasi dengan pihak lokal, seperti Pak RW, untuk membantu anak yatim, jompo, atau masyarakat yang membutuhkan.

Langkah-langkah ini menunjukkan keterlibatan aktif usaha dalam pengembangan komunitas lokal. Dukungan eksternal, terutama dari pemerintah, juga memainkan peran penting dalam pengembangan usaha ini. Rumah produksi yang digunakan oleh kelompok Asani Farm dibangun dengan bantuan dari Dinas Pertanian, sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk mendorong budidaya dan pengolahan wortel. Selain itu, pemilik usaha juga kerap mendapatkan undangan untuk mengikuti berbagai pelatihan dari dinas terkait, seperti Dinas Koperasi dan Dinas Pertanian. Pelatihan-pelatihan ini mencakup topik produktivitas, kewirausahaan, manajemen, hingga pemasaran digital yang semuanya membantu meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Nurhalisa & Irham, 2022) yang menyebutkan bahwa dalam mengembangkan UMKM, Dinas Koperasi Kabupaten Langkat menggunakan strategi yang kuat dengan memanfaatkan promosi produk dan memberikan pelatihan kewirausahaan.

Partisipasi dalam pelatihan tersebut menjadi peluang besar bagi pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat. Kelompok Asani Farm secara aktif mengikuti pelatihan yang relevan, seperti pelatihan vokasi dan digital marketing untuk memperkuat kemampuan mereka dalam bersaing di pasar dan potensi ekspor. Meskipun usaha untuk mencari pelatihan tambahan secara mandiri terbatas oleh waktu, dukungan pemerintah melalui undangan pelatihan sangat membantu dalam meningkatkan keterampilan dan wawasan bagi para pelaku UMKM. Dalam jangka panjang, ada harapan untuk bisa memberikan pelatihan sendiri kepada masyarakat, khususnya bagi mereka yang belum memiliki pekerjaan, sebagai bentuk kontribusi lebih lanjut terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan demikian, pengembangan usaha ini tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi bagi petani, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pengembangan komunitas yang lebih luas di wilayah Margamulya.

## 5. Discussion

Kelompok Asani Farm di Desa Margamulya, Kabupaten Bandung, memainkan peran kunci dalam sektor pertanian lokal selama dan setelah pandemi COVID-19. Dengan memproduksi sayuran utama seperti wortel, kentang, dan tomat, mereka menghadapi penurunan harga yang tajam, keterbatasan akses pasar, serta tantangan pemasaran. Untuk mengatasi hal ini, Asani Farm mengadopsi strategi diversifikasi tanaman dan inovasi produk olahan. Pengembangan produk seperti keripik wortel, kerupuk wortel dan kerupuk kentang menjadi langkah penting dalam menjaga keberlanjutan usaha dan daya saing di pasar. Dukungan dari masyarakat dan pemerintah juga memperluas jangkauan pasar Asani Farm, yang kini tidak hanya mencakup pasar lokal, tetapi juga potensi pasar nasional melalui *e-commerce*. Situasi ini mencerminkan fleksibilitas mereka dalam menghadapi tantangan sekaligus memperluas potensi pemasaran mereka di masa dan pasca pandemi.

Refleksi dari pengalaman kelompok Asani Farm selama pandemi menunjukkan kerentanan sektor pertanian lokal terhadap ketidakstabilan pasar dan keterbatasan aksesibilitas. Harga komoditas yang turun tajam akibat rendahnya permintaan memperparah kondisi ekonomi kelompok ini. Dalam situasi ini, keterbatasan modal dan ketidakmampuan harga pasar menutupi biaya produksi menunjukkan ketergantungan yang signifikan pada pasar induk dan perlunya infrastruktur pemasaran yang lebih mandiri. Asani Farm berhasil mengatasi kondisi ini dengan berinovasi dalam pengolahan produk yang memberi nilai tambah. Langkah-langkah adaptasi ini tidak hanya memperbaiki kondisi ekonomi mereka tetapi juga menawarkan model bagi petani lain dalam menghadapi fluktuasi pasar yang mungkin muncul di masa depan. Sehingga dapat dijadikan sebagai contoh bagi kelompok tani lainnya di seluruh Indonesia dalam mengembangkan usaha pertanian yang lebih baik.

Dampak dari inovasi yang diinisiasi Asani Farm juga terlihat pada resiliensi ekonomi dan sosial komunitas mereka pasca pandemi. Diversifikasi dan pengolahan produk memberi nilai tambah pada komoditas pertanian dan memungkinkan petani untuk menghindari ketergantungan pada satu jenis produk saja. Melalui strategi ini, Asani Farm berhasil mempertahankan pendapatan mereka, meskipun ada kendala pemasaran, serta menjaga keberlanjutan ekonomi desa mereka. Dalam jangka panjang, inovasi ini menciptakan peluang baru untuk mengakses pasar yang lebih luas. Langkah tersebut memperkuat resiliensi ekonomi masyarakat desa secara keseluruhan dan menunjukkan bagaimana inovasi dan diversifikasi menjadi kunci dalam resiliensi pertanian pasca pandemi, yang memberi komunitas kemampuan bertahan yang lebih besar. Serta mendorong munculnya wirausahawan dari berbagai kalangan di sektor pertanian.

Studi oleh (Izzah & Jazilah, 2022) di Kecamatan Solokuro, Lamongan, serta penelitian (Makki Arrozi et al., 2023) di Kabupaten Bener Meriah, Aceh, menunjukkan kemampuan adaptasi para petani dalam mempertahankan produksi di tengah tantangan eksternal seperti perubahan iklim, fluktuasi harga, dan pandemi COVID-19. Kedua penelitian ini menyoroti strategi resiliensi tradisional yang diterapkan petani untuk menjaga produktivitas dan keberlanjutan ekonomi melalui modal sosial dan kolaborasi kelompok tani. Namun, temuan kelompok Asani Farm di Desa Margamulya menunjukkan perbedaan penting. Tidak hanya bergantung pada strategi resiliensi konvensional, Asani Farm memperkenalkan inovasi produk dengan memanfaatkan hasil panen yang sulit terjual menjadi produk olahan baru seperti keripik wortel, kerupuk wortel dan kerupuk kentang. Inovasi ini memperluas strategi resiliensi petani yang belum ter jelaskan dalam studi-studi sebelumnya. Inovasi produk memberikan fleksibilitas tambahan bagi Asani Farm untuk tidak hanya bertahan tetapi juga merambah pasar baru di luar komoditas utama. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dapat menjadi elemen kunci dalam resiliensi petani di masa krisis, menjadikan temuan ini sebagai perluasan dari konsep resiliensi yang diungkapkan dalam studi sebelumnya.

Berdasarkan temuan ini, beberapa rekomendasi untuk memperkuat resiliensi petani dalam jangka panjang adalah pengembangan pemasaran yang lebih mandiri serta pelatihan keterampilan pengolahan produk bagi kelompok petani. Pemerintah dapat mendukung kelompok petani seperti Asani Farm dengan menyediakan pelatihan dalam pemasaran digital dan *e-commerce*, yang dapat memperluas akses pasar hingga tingkat nasional atau internasional. Selain itu, penerapan teknologi modern, seperti *vacuum frying* dan alat pengering, dapat didorong untuk menjaga konsistensi kualitas produk dan meningkatkan daya saing di pasar. Kebijakan yang mendorong diversifikasi tanaman dan pengembangan produk olahan juga akan memberikan resiliensi ekonomi yang lebih kuat bagi komunitas petani. Dengan dukungan pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat, potensi kelompok tani seperti Asani Farm dapat terus dikembangkan untuk menjadi motor penggerak pembangunan pertanian yang berkelanjutan di Indonesia.

## 6. Conclusion

Temuan utama dari studi ini menunjukkan bagaimana kelompok Asani Farm di Desa Margamulya, Kabupaten Bandung, mampu mempertahankan keberlanjutan usaha melalui strategi resiliensi yang adaptif selama pandemi COVID-19 dan pasca pandemi. Kelompok Asani Farm tidak hanya mampu mengatasi tekanan ekonomi dari penurunan harga komoditas dan kesulitan akses pasar dengan diversifikasi tanaman, tetapi juga dengan inovasi produk berupa keripik wortel, kerupuk wortel dan kentang yang membuka peluang pasar baru. Inovasi ini terbukti membantu kelompok tersebut melampaui masa krisis serta memperkuat daya saing mereka dalam memasuki pasar lokal dan bahkan nasional melalui *e-commerce*. Kesimpulan ini menjawab tujuan utama studi terkait mengidentifikasi dan menganalisis berbagai strategi resiliensi yang telah digunakan oleh kelompok Asani Farm, serta inovasi produk yang mereka kembangkan untuk menghadapi tantangan yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19.

Secara konseptual, studi ini memperkaya kajian tentang resiliensi petani, yang biasanya hanya memusatkan perhatian pada faktor sosial dan kolaboratif, dengan mengusulkan inovasi produk sebagai strategi baru yang efektif dalam mempertahankan resiliensi ekonomi petani di masa dan pasca COVID-19. Penelitian ini menunjukkan bahwa resiliensi tidak hanya bertumpu pada adaptasi terhadap perubahan ekonomi selama pandemi, tetapi juga pada kemampuan petani untuk berinovasi secara berkelanjutan. Studi ini turut berkontribusi dalam metode analisis kualitatif pada resiliensi petani dengan memberikan perspektif baru bahwa inovasi produk tidak hanya mendorong resiliensi ekonomi, tetapi juga memperkuat posisi kelompok tani di pasar yang lebih kompetitif. Penelitian ini juga mendemonstrasikan pentingnya penambahan nilai produk dalam model resiliensi, menjadikannya landasan yang relevan bagi strategi pemulihan ekonomi di masa dan pasca pandemi.

Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi rujukan untuk penelitian lebih lanjut. Studi ini terbatas pada satu komunitas petani dalam satu wilayah yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pola resiliensi di daerah lain, terutama dalam konteks pasca pandemi. Selain itu, peran kebijakan pemerintah dalam mendukung inovasi dan resiliensi komunitas petani selama masa pemulihan pasca pandemi belum dibahas secara komprehensif. Rekomendasi bagi studi selanjutnya mencakup eksplorasi lebih luas pada komunitas petani di wilayah lain serta analisis lebih mendalam terkait peran teknologi pemasaran digital dan dukungan kebijakan pemerintah dalam peningkatan daya saing produk lokal. Penelitian ini juga menyoroti perlunya pengembangan keterampilan pengolahan produk yang berkelanjutan bagi kelompok petani guna memperkuat resiliensi mereka di masa dan pasca COVID-19.

## 7. Author Contribution Statement

Kontribusi para penulis dalam artikel ini: Ismet Firdaus berkontribusi sebagai penyusun konsep dan konseptor artikel; Amelia Putri Oktafiani berkontribusi sebagai penganalisis dan penerjemah data;

Nisrinah Mumtaz sebagai penyusun naskah; Reyhan Herlambang dan Robby Surya Januar berkontribusi dalam mengumpulkan data dan merevisi artikel secara kritis. Semua penulis setuju untuk bertanggung jawab atas semua aspek dari karya ini.

## 8. References

- Beckman, J., & Countryman, A. M. (2021). The Importance of Agriculture in the Economy: Impacts from COVID-19. *American Journal of Agricultural Economics*, 103(5), 1595–1611. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/ajae.12212>
- Daghfous, N., Petrof, J., & Pons, F. (1999). Value and Adoption of Innovations: A Cross Cultural Study. *The Journal Consumer Marketing*, 16(4), 314–331.
- Desmita. (2015). *Psikologi Perkembangan*. PT.Remaja Rosdakarya.
- FAO. (2020). The impact of COVID-19 on food and agriculture in Asia and the Pacific and FAO's response. *Thirty-fifth Session of the Asia Pacific Regional Conference*. <https://www.fao.org/about/meetings/aprc35/en/>
- Firdaus, I. (2021). Wali Pemasarakatan Di Lembaga Pemasarakatan [Lapas] Narkotika lia Cipinang Ditinjau Dari Perspektif Pekerjaan Sosial Koreksional. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 9(2), 164–172. <https://doi.org/10.15408/empati.v9i2.17719>
- Grotberg, E. H. (1995). *A Guide to Promoting Resilience in Children: Strengthening the Human Spirit* (Early chil). Bernard van Leer Foundation. <https://books.google.co.id/books?id=YhkIAQAIAAJ>
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Izzah, I. Y. U., & Jazilah, H. (2022). Resiliensi Petani dalam Menjaga Produksi Pertanian: Studi di Kecamatan Solokuro, Lamongan. *Society*, 10(1), 126–140. <https://doi.org/10.33019/society.v10i1.335>
- Kandioh, F., Lumolos, J., & Kaunang, M. (2016). Eksistensi Kelompok- Kelompok Sosial Dalam Melestarikan Nilai-Nilai Budaya Di Desa Kamangta Kecamatan Tombulu Kabupaten Minahasa. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 21(1).
- Kharima, N., & Zaky, A. (2023). PENCEGAHAN KEKERASAN BERBASIS GENDER OLEH KONSELOR SPIRITUAL DI LK3 UIN JAKARTA. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 12(3), 65–75. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/empati/article/view/35532/pdf>
- Khoiryasdien, A. D., & Ardina, M. (2020). Studi Deskriptif Kualitatif: Fenomena Nomophobia Mahasiswa di Yogyakarta. *In Prosiding University Research Colloquium*, 285–289.
- Ledesma, J. (2014). Kerangka konseptual dan model penelitian tentang ketahanan dalam kepemimpinan. *Sage Open*, 4(3), 1–8.
- Makki Arrozi, A., Andriani, R., & Rahly, F. (2023). Resiliensi Komunitas Petani Kopi Arabika Gayo Di Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh Pada Masa Pandemi Covid-19. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 21(2), 161–170.
- Masten, A. S. (2013). Perspektif global tentang ketahanan pada anak-anak dan remaja. *Child Development*, 85(1), 6–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/cdev.12205>
- Meleong, L. J. (1989). *Metologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Misbakul Munir. (2021). Resiliensi Ekonomi Rumah Tangga Muslim Yogyakarta Masa Adaptasi Pandemi Covid-19. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i1.856>
- Nurhalisa, S., & Irham, M. (2022). Strategi Dinas Koperasi dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Langkat. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(1), 109–114. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>
- Reivich, K., & Shatté, A. (2002). *The Resilience Factor: 7 Essential Skills for Overcoming Life's Inevitable Obstacles*. Broadway Books.
- Rogers, E., & Shoemakers, F. (1987). *Comunication of Inovation, Terjemahan Abdillah Hanafi Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Usana Offset Printing.
- Uhl-Bien, M., Riggio, R. E., Lowe, K. B., & Carsten, M. K. (2014). Followership Theory: A Review and Research Agenda. *The Leadership Quarterly*, 25(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.11.007>
- Wijaya, C. (2017). *Perilaku Organisasi*. LPPPI.

Yusara, N. P., & Masykur, A. M. (2017). GAMBARAN PERILAKU SOSIALITA COSMO LADIES SEMARANG (Sebuah Studi Kualitatif Deskriptif). *Jurnal EMPATI*, 5(4).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/empati.2016.15405>