



## PEMBERDAYAAN PETANI DAN EDUKASI HUKUM DAGANG DALAM PEMASARAN PRODUK AGRIBISNIS BERKELANJUTAN

Triyan Bayu Pratama<sup>\*1</sup>, Nando Dwi Kurniawan<sup>2</sup>, Agung Abdul Rahman Wiyono<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Panca Marga, Probolinggo, Indonesia

\*Corresponding Author: [triyau.bayu@upm.ac.id](mailto:triyau.bayu@upm.ac.id)

<p><b>Info Article</b></p> <p>Received : 12 September 2025</p> <p>Revised : 10 Oktober 2025</p> <p>Accepted : 07 November 2025</p> <p>Publication : 30 November 2025</p> <p><b>Keywords:</b> Farmer Empowerment, Trade Law, Product Marketing, Sustainable Agribusiness</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Pemberdayaan Petani, Hukum Dagang, Pemasaran Produk, Agribisnis Berkelanjutan</p> <p><b>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</b></p> 	<p><b>Abstract:</b> <i>Empowering farmers in Ketapang Village, Kademangan District, Probolinggo City, has become one of the areas with considerable agribusiness potential, both in terms of natural resources and labor. A lack of legal understanding weakens farmers' bargaining position when dealing with other business actors, while limited digital literacy hinders access to wider markets. This community service activity aims to empower farmers through education on trade law and training in sustainable agribusiness product marketing. The method used is Participatory Rural Appraisal (PRA), which actively involves farmers in problem identification, training, mentoring, and evaluation. The results of the activity show a significant increase in farmers' understanding of trade law, farm management skills, and digital and sustainable marketing strategies. Thus, this activity contributes to the creation of a fair, competitive, and sustainable agricultural system, in line with the Sustainable Development Goals (SDGs).</i></p> <p><b>Abstrak:</b> Pemberdayaan petani di Desa Ketapang, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi agribisnis cukup besar, baik dari segi sumber daya alam maupun tenaga kerja. Minimnya pemahaman hukum menyebabkan posisi tawar petani lemah dalam menghadapi pelaku usaha lain, sedangkan keterbatasan literasi digital menghambat akses pasar yang lebih luas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan petani melalui edukasi hukum dagang dan pelatihan pemasaran produk agribisnis berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah <i>Participatory Rural Appraisal</i> (PRA) dengan melibatkan petani secara aktif dalam identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman petani mengenai hukum dagang, kemampuan manajemen usaha tani, serta strategi pemasaran berbasis digital dan berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi pada terciptanya sistem pertanian yang adil, berdaya saing, dan berkelanjutan, sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs).</p>
---	--

## INTRODUCTION

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan, serta menjadi salah satu penopang utama perekonomian nasional. Namun, petani sebagai pelaku utama dalam sektor agribisnis sering kali menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi produksi, distribusi, maupun pemasaran hasil pertanian. Rendahnya pemahaman petani terhadap aspek hukum dagang dan kontraktual menyebabkan posisi mereka sering kali lemah dalam menghadapi pelaku usaha lain, seperti tengkulak, pengepul, atau perusahaan mitra. Desa Ketapang, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi agribisnis cukup besar, baik dari segi sumber daya alam maupun tenaga kerja. Meskipun demikian, sebagian besar petani di wilayah ini masih menghadapi keterbatasan dalam hal akses informasi, pemahaman hukum dagang, dan penerapan konsep pemasaran modern yang mendukung keberlanjutan usaha tani mereka. Banyak petani milenial belum mengetahui pentingnya sertifikasi lahan atau proses legalisasi tanah sebagai dasar keamanan usaha tani (Sugito et al., 2025).

Rendahnya pengetahuan hukum membuat petani rentan terhadap praktik perdagangan yang tidak adil, seperti perjanjian jual beli yang merugikan, ketidaktahuan terhadap hak dan kewajiban dalam kontrak kemitraan, serta kurangnya perlindungan hukum terhadap produk dan merek lokal. Hal ini berdampak pada rendahnya nilai tambah produk pertanian dan lemahnya daya tawar petani dalam rantai pasok agribisnis. Salah satu strategi untuk meningkatkan hasil pertanian adalah intensifikasi, yang melibatkan pemanfaatan sebagian besar lahan yang telah digunakan untuk bercocok tanam untuk mendapatkan hasil yang lebih baik (Nadila & Kurniati, 2025).

Tantangan lain yang dihadapi petani adalah keterbatasan kemampuan dalam pemasaran produk agribisnis secara berkelanjutan. Tantangan utama adalah terbatasnya pemahaman dan kemampuan petani dalam adopsi teknologi digital dalam manajemen koperasi menjadi kendala besar dalam memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas (Safi, 2025). Di era digital dan globalisasi, strategi pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan memahami pasar, membangun branding, serta menerapkan prinsip keberlanjutan (sustainability) dalam proses produksi dan distribusi.

Kurangnya literasi digital dan pemasaran menyebabkan banyak produk pertanian lokal sulit menembus pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Melihat kondisi tersebut, diperlukan upaya nyata dalam bentuk pemberdayaan petani melalui

edukasi hukum dagang dan pemasaran produk agribisnis berkelanjutan. Edukasi ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan kesadaran hukum petani, memperkuat posisi tawar dalam kegiatan perdagangan, serta mendorong terciptanya sistem pemasaran yang adil, transparan, dan berorientasi pada keberlanjutan lingkungan serta kesejahteraan ekonomi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada pembentukan petani yang cerdas hukum, mandiri, dan berdaya saing dalam sistem agribisnis modern. Berbagai aspek pertanian dapat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah, mulai dari pengaturan produksi hingga distribusi (Cahyani et al., 2025).

Pemanfaatan teknologi digital, seperti platform e-commerce dan media sosial dapat memberikan peluang untuk meningkatkan efisiensi rantai pasok, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing produk. Teknologi digital memungkinkan petani dan produsen kopi untuk memantau dan mengelola proses produksi secara lebih efektif. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga diyakini mampu menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran, dan menurunkan angka kemiskinan (Nadila et al., 2025).

## **METHOD**

Metode kegiatan ini disusun secara partisipatif dengan menempatkan petani sebagai subjek utama dalam setiap tahapnya. Seluruh rangkaian mulai dari persiapan, pelaksanaan, pendampingan, hingga evaluasi dirancang untuk memastikan kegiatan berjalan terarah, terukur, dan sesuai kebutuhan petani. Pendekatan ini memungkinkan proses pemberdayaan berlangsung lebih efektif dan berkelanjutan melalui penguatan pengetahuan hukum dagang, manajemen agribisnis, serta pemasaran berkelanjutan.

### **1. Pendekatan Kegiatan**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif (*Participatory Rural Appraisal*), di mana petani menjadi subjek utama dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan petani untuk berperan aktif dalam proses identifikasi masalah, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi hasil, sehingga keberlanjutan program dapat terjaga.

### **2. Tahapan Pelaksanaan**

#### **a. Tahap Persiapan**

- 1). Koordinasi dan perizinan dengan pihak desa, kelompok tani, dan instansi terkait.
  - 2). Identifikasi kebutuhan petani melalui wawancara dan diskusi kelompok terarah.
  - 3). Perancangan modul pelatihan meliputi:
    - Edukasi hukum dagang dan perlindungan petani.
    - Pemasaran produk agribisnis berkelanjutan.
    - Pemberdayaan manajemen usaha tani
- b. Tahap Pelaksanaan Kegiatan
- 1). Sosialisasi dan Edukasi Hukum Dagang
    - Penyuluhan tentang dasar hukum perdagangan hasil pertanian, kontrak jual beli, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) produk lokal, dan perlindungan dari praktik dagang merugikan.
    - Simulasi sederhana tentang pembuatan perjanjian dagang dan pengelolaan risiko hukum.
  - 2). Pelatihan Pemberdayaan dan Manajemen Agribisnis
    - Pelatihan pengelolaan usaha tani berbasis kelompok (koperasi atau komunitas).
    - Pengenalan konsep agribisnis berkelanjutan (ramah lingkungan dan berbasis nilai tambah).
  - 3). Pelatihan Pemasaran Produk Agribisnis Berkelanjutan
    - Penguatan kapasitas dalam pemasaran digital (e-commerce dan media sosial).
    - Pelatihan branding dan pengemasan produk hasil pertanian lokal.
    - Pengenalan strategi pemasaran hijau (*green marketing*).
  - 4). Pendampingan
    - Pendampingan intensif selama 1–2 bulan untuk memastikan penerapan hasil pelatihan.
    - Konsultasi berkala terkait masalah hukum, pemasaran, dan manajemen usaha.
3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut
- a. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani.

- b. Monitoring keberlanjutan dengan pembentukan kelompok kerja petani binaan (kelompok sadar hukum dan agribisnis berkelanjutan).
- c. Rencana tindak lanjut berupa kerja sama dengan lembaga pemerintah atau swasta untuk memperluas jaringan pemasaran dan dukungan hukum.

#### 4. Metode Evaluasi

- a. Evaluasi awal (pre-test) untuk mengukur pemahaman awal petani.
- b. Evaluasi akhir (post-test) untuk menilai efektivitas pelatihan.
- c. Indikator keberhasilan:
  - Peningkatan pengetahuan hukum dagang  $\geq 60\%$ .
  - Terbentuknya minimal 1 kelompok petani sadar hukum dan pemasaran.
  - Adanya produk hasil pertanian dengan sistem pemasaran berkelanjutan.

### RESULTS AND DISCUSSION

Dengan adanya sosialisasi pemberdayaan petani dan peran edukasi hukum dagang dalam perlindungan petani serta pengaruh pemasaran produk agribisnis berkelanjutan di Desa Ketapang, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo nantinya diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi para petani untuk dapat diberikan perlindungan dalam hukum dagang serta dapat melakukan proses pemasaran yang efektif dan efisien.



## **Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Pemberdayaan Petani dan Edukasi Hukum Dagang**

### 1. Sosialisasi dan Edukasi Hukum Dagang

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha pertanian (petani, kelompok tani, koperasi, atau UMKM) terhadap aspek hukum dalam dunia perdagangan. Dalam rangka untuk menciptakan desa yang tertib, berkeadilan, dan memiliki kepastian hukum yang kuat, program di bidang hukum difokuskan pada penguatan regulasi serta edukasi bagi masyarakat (Yuwono et al., 2025).

#### a. Penyuluhan tentang dasar hukum perdagangan hasil pertanian, kontrak jual beli, HKI produk lokal, dan perlindungan dari praktik dagang merugikan.

Kegiatan ini memberikan wawasan tentang aturan hukum yang mengatur kegiatan jual beli hasil pertanian, seperti perjanjian dagang, hak dan kewajiban para pihak, serta perlindungan terhadap penipuan atau praktik curang. Pembahasan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) penting untuk melindungi produk lokal, seperti merek, kemasan, dan inovasi pertanian. Tujuannya agar pelaku usaha memahami cara melindungi produk dan usahanya secara hukum.

Dengan adanya sosialisasi dan edukasi hukum dagang bermanfaat untuk perlindungan hukum yang memadai, risiko tiruan atau pembajakan oleh pihak lain sangat tinggi sehingga dapat merugikan citra dan nilai ekonomi produk lokal (Atiyatunnajah et al., 2025).

#### b. Simulasi sederhana tentang pembuatan perjanjian dagang dan pengelolaan risiko hukum.

Peserta dilatih membuat contoh kontrak dagang sederhana, misalnya antara petani dan pembeli atau antara anggota koperasi. Kegiatan ini juga mengajarkan cara mengantisipasi risiko hukum, seperti keterlambatan pembayaran, perubahan harga, atau sengketa dagang. Simulasi ini membantu peserta memahami penerapan teori hukum secara praktis.

Pengelolaan risiko hukum dapat menjadi wadah bagi petani untuk memahami penerapan hukum yang sesuai. Konsep hukum yang kuat dapat menjadikan petani lebih baik dalam menjalankan sistem usaha tani yang lebih baik. Kerjasama yang adil dan solidaritas ekonomi dapat terwujud dalam komunitas petani, menciptakan sistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Devi, 2025).

## 2. Pelatihan Pemberdayaan dan Manajemen Agribisnis

Fokus kegiatan ini adalah memperkuat kemampuan manajerial dan organisasi pelaku usaha pertanian agar lebih efisien dan berdaya saing.

### a. Pelatihan pengelolaan usaha tani berbasis kelompok (koperasi atau komunitas).

Peserta belajar bagaimana mengelola usaha tani secara kolektif, mulai dari pembentukan kelompok, pembagian tugas, pengelolaan keuangan, hingga pemasaran bersama. Pendekatan berbasis koperasi membantu meningkatkan efisiensi, daya tawar, dan keuntungan bersama.

### b. Pengenalan konsep agribisnis berkelanjutan (ramah lingkungan dan berbasis nilai tambah).

Peserta diperkenalkan dengan prinsip pertanian berkelanjutan seperti penggunaan pupuk organik, pengelolaan limbah, dan efisiensi sumber daya. Ditekankan pula pentingnya nilai tambah produk, misalnya dengan pengolahan hasil panen menjadi produk olahan bernilai jual lebih tinggi.

Pelatihan manajemen agribisnis dapat membantu pelaku usaha dalam membuat laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi keuangan agar lebih terperinci. Adanya kerjasama dengan koperasi juga membuka peluang untuk memasarkan produk. Kerjasama kemitraan yang bersinergi dan berkelanjutan diharapkan dapat membawa dampak positif terhadap kesejahteraan petani (Ernita & Rahman, 2024).

## 3. Pelatihan Pemasaran Produk Agribisnis Berkelanjutan

Tujuannya adalah meningkatkan kemampuan petani atau pelaku UMKM untuk memasarkan produk secara modern, kreatif, dan berkelanjutan.

### a. Penguatan kapasitas dalam pemasaran digital (*e-commerce* dan media sosial).

Peserta dilatih memanfaatkan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan website untuk menjual produk pertanian. Materi mencakup cara membuat akun toko online, promosi digital, serta manajemen pelanggan.

### b. Metode kegiatan ini disusun secara partisipatif dengan menempatkan petani sebagai subjek utama dalam setiap tahapnya. Seluruh rangkaian mulai dari persiapan, pelaksanaan, pendampingan, hingga evaluasi dirancang untuk memastikan kegiatan berjalan terarah, terukur, dan sesuai kebutuhan petani. Pendekatan ini memungkinkan proses pemberdayaan berlangsung lebih efektif dan berkelanjutan

melalui penguatan pengetahuan hukum dagang, manajemen agribisnis, serta pemasaran berkelanjutan.

Peserta diajarkan cara membangun identitas merek (*branding*) agar produk mudah dikenali dan dipercaya konsumen. Pengemasan (*packaging*) yang menarik dan higienis juga ditekankan untuk meningkatkan nilai jual dan citra produk.

c. Pengenalan strategi pemasaran hijau (*green marketing*).

Peserta diperkenalkan konsep pemasaran ramah lingkungan, yaitu strategi menjual produk dengan menonjolkan nilai-nilai keberlanjutan, seperti produk organik, ramah lingkungan, atau berbasis lokal. Strategi ini membantu produk lebih diterima pasar modern dan konsumen yang peduli akan lingkungan.

Dalam budidaya pertanian, pemakaian pupuk dan pestisida organik lebih baik daripada menggunakan bahan anorganik. Gerakan pertanian berkelanjutan ingin menghilangkan ketergantungan para petani dari penggunaan bahan-bahan kimia dalam produksi pertanian yang mereka lakukan, sehingga produk yang dihasilkan dapat maksimal secara kualitas, hal ini tentu dapat menjadi nilai unggul bagi para petani (Saksono et al., 2022). Untuk meningkatkan strategi pemasaran hasil pertanian dapat bekerja sama dengan koperasi yang ada di daerah tersebut. Koperasi mengoptimalkan potensi pasar dengan memberikan petani akses ke pasar yang lebih luas, sekaligus meningkatkan daya saing produk lokal (Putra et al., 2025).

### 3. Pendampingan

Kegiatan ini memastikan hasil pelatihan benar-benar diterapkan dan berkelanjutan.

a. Pendampingan intensif selama 1–2 bulan untuk memastikan penerapan hasil pelatihan. Tim pendamping memonitor secara langsung bagaimana peserta menerapkan ilmu yang telah diperoleh, baik dalam aspek hukum, manajemen, maupun pemasaran. Pendampingan dilakukan melalui kunjungan lapangan, observasi, dan evaluasi hasil.

b. Konsultasi berkala terkait masalah hukum, pemasaran, dan manajemen usaha. Peserta diberikan akses konsultasi dengan ahli (hukum, bisnis, pemasaran) untuk membantu menyelesaikan kendala nyata di lapangan. Konsultasi ini menjaga keberlanjutan dan efektivitas program pelatihan jangka panjang.

Pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs) merupakan tujuan pembangunan yang dimandatkan secara universal untuk bertindak

dalam mengakhiri kemiskinan, melindungi alam planet bumi sekaligus memperbaiki kehidupan dan prospek bagi setiap orang dimanapun berada (Koesrianti et al., 2025).

## CONCLUSION

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pemberdayaan petani melalui edukasi hukum dagang dan peningkatan kapasitas pemasaran agribisnis berkelanjutan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kesejahteraan dan kemandirian petani. Melalui program edukasi hukum dagang, petani menjadi lebih memahami hak dan kewajiban mereka dalam kegiatan jual beli hasil pertanian, serta memiliki kemampuan untuk melindungi diri dari praktik perdagangan yang merugikan.

Penerapan strategi pemasaran produk agribisnis yang berkelanjutan mampu meningkatkan nilai tambah hasil pertanian, memperluas akses pasar, dan menciptakan hubungan yang lebih adil antara petani dan konsumen. Sinergi antara pengetahuan hukum dan pengelolaan pemasaran ini memperkuat posisi tawar petani sekaligus mendorong terciptanya sistem agribisnis yang beretika, efisien, dan berkelanjutan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan petani tentang aspek hukum dan ekonomi dalam perdagangan hasil pertanian, tetapi juga menjadi langkah konkret menuju kemandirian ekonomi desa berbasis agribisnis yang berkelanjutan.

## REFERENCES

- Atiyatunnajah, M., Nilnarohmah, & Marselia, V. (2025). PENYULUHAN HAK CIPTA DALAM MENGOPTIMALKAN EKSKLUSIVITAS DESAIN PACKAGING DESIGN AT SANGGAR ROJOLELE, DELANGGU, KLATEN. *Jurnal Pengabdian Seni*, 6(1), 22–31.
- Cahyani, P. T., Shaleh, C., Rasyid, F. A., Materials, H. R., & Ekonomi, K. P. (2025). KONTRIBUSI POLITIK EKONOMI PERTANIAN DALAM PENYEDIAAN BAHAN BAKU HALAL DI INDONESIA. *Al-Muzdahir: Journal of Islamic Economics*, 07(01), 111–125.
- Devi, S. (2025). IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NO. 19 TAHUN 2013 PASAL 19 AYAT 1 TENTANG PERLINDUNGAN DAN PEMBERDAYAAN PETANI (STUDI KASUS DI DESA NEGERI TUA KECAMATAN MARGA TIGA, KABUPATEN LAMPUNG TIMUR).
- Ernita, A., & Rahman, D. (2024). PEMBANGUNAN PERTANIAN DAN KEMITRAAN AGRIBISNIS BERKELANJUTAN DALAM UPAYA

- MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETANI. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1), 1231–1242.
- Koesrianti, K., Soeparna, I. I., Camelia, A. I., & Barrera, R. R. (2025). EDUKASI POTENSI GULA AREN PADA WA SINGARAJA BALI SEBAGAI PRODUK UNGGULAN DESA YANG BERDAYA SAING. *Humanism Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 1–16.
- Nadila, Ghofur, R. A., & Fasa, M. I. (2025). PERAN REFORMA AGRARIA DALAM MEWUJUDKAN EKONOMI BERKELANJUTAN: BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis*, 9(1), 389–407.
- Nadila, & Kurniati, E. (2025). PERAN INTENSIFIKASI DAN EKTENSIFIKASI DALAM PENGEMBANGAN KOMODITAS KAKAO DI WILAYAH PESAWARAN DAN TANGGAMUS. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JUEPA)*, 2(2), 73–85.
- Putra, R. A., Martina, Kurniasih, D., Hutahaean, C. R., & Vera, K. D. (2025). PERAN KEMITRAAN AGRIBISNIS KOPERASI EPTILU DALAM Mendukung PEMBERDAYAAN PETANI DI KABUPATEN GARUT JAWA BARAT. *Jurnal AGRIFO*, 10(1), 120–134.
- Safi, A. (2025). MODEL KELEMBAGAAN UNTUK MENINGKATKAN NILAI TAMBAH PRODUK KOPI DI KABUPATEN KARO: INSTITUTIONAL MODEL TO INCREASE THE ADDED VALUE OF COFFEE PRODUCTS IN KARO REGENCY. *JoTEC (Journal of Tropical Estate Crops)*, 2(2), 48–70. <https://doi.org/10.31289/jotec.v2i2.14371>
- Saksono, I. T., Program, M., Ilmu, S., Ilmu, F., Ilmu, S., Tirtayasa, S. A., Utami, W. K., Pemerintahan, D. I., Ilmu, F., Ilmu, S., Agung, U. S., Petani, A., & Indonesia, S. P. (2022). PERAN SERIKAT PETANI INDONESIA DALAM MEWUJUDKAN KEDAULATAN PANGAN DI PROVINSI BANTEN. *Indonesian Journal of Social and Political Sciences*, 3(2), 31–45.
- Sugito, Ida, Z., Dewi, D. S., Harahap, E. H., Mahuli, J. I., Pangeran, & Lubis, R. H. (2025). PEMBERDAYAAN PETANI MILENIAL MELALUI EDUKASI HUKUM AGRARIA, INOVASI TEKNOLOGI PERTANIAN, DAN MANAJEMEN AGRIBISNIS BERBASIS PLATFORM DIGITAL. *Journal Liaison Academia and Society (J-LAS)*, 5(2), 22–33.

Yuwono, I., Rahmanti, V. N., Putri, N. P., Rakhmawati, E., Yuwanti, D., Nasution, I. H., Sari, H., Manajemen, P. S., Bisnis, F., & Nusantara, U. D. (2025). STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA SUNGAI PINANG MELALUI PEMBENTUKAN DESA BINAAN DI KABUPATEN MUSI RAWAS, SUMATERA SELATAN. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(September), 1196–1220.