

Prospek Pengembangan UMKM Beras Organik dalam Mendukung Konsumsi Pangan Sehat dan Agribisnis Berkelanjutan di Indonesia

Prospects for the Development of Organic Rice SMEs in Supporting Healthy Food Consumption and Sustainable Agribusiness in Indonesia

Roosganda Elizabeth

Badan Riset dan Inovasi Nasional. Jakarta. Indonesia

Email: roosimanru@yahoo.com

(Diterima 06-07-2026; Disetujui 30-07-2026)

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi pangan sehat dan ramah lingkungan telah mendorong permintaan terhadap berbagai produk pertanian organik, termasuk beras organik. Kondisi tersebut membuka peluang yang besar bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis beras organik sebagai bagian dari sistem agribisnis berkelanjutan di Indonesia. Artikel ini bertujuan menganalisis prospek pengembangan UMKM beras organik dalam mendukung konsumsi pangan sehat serta memperkuat agribisnis berkelanjutan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui kajian literatur dan analisis berbagai data sekunder yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa peningkatan permintaan terhadap beras organik dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pendapatan, kesadaran kesehatan, gaya hidup, serta persepsi konsumen terhadap keamanan pangan dan kelestarian lingkungan. Di sisi lain, pengembangan UMKM beras organik masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan akses pasar, sertifikasi organik, promosi, distribusi, serta rendahnya literasi konsumen mengenai produk organik. Meskipun demikian, meningkatnya tren konsumsi pangan sehat, dukungan kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi digital, dan terbukanya peluang pasar domestik maupun ekspor menjadi faktor yang memperkuat prospek pengembangan UMKM beras organik di Indonesia. Penguatan kelembagaan petani, kemitraan usaha, akses pembiayaan, serta digitalisasi pemasaran perlu terus didorong guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pengembangan UMKM beras organik tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha dan petani, tetapi juga mendukung terwujudnya sistem agribisnis yang berkelanjutan. Ditulis dalam bahasa Indonesia, 1 spasi, dan tidak lebih dari 250 kata. Abstrak memuat pendahuluan, tujuan penelitian, metode, dan hasil penelitian.

Kata kunci: UMKM, beras organik, konsumsi pangan sehat, agribisnis berkelanjutan, ekonomi hijau.

ABSTRACT

The increasing public awareness of healthy lifestyles, food safety, and environmental sustainability has created significant opportunities for the development of organic rice businesses in Indonesia. Organic rice is increasingly recognized as a healthy food product that offers added value compared to conventionally produced rice. In this context, Small and Medium Enterprises (SMEs) play a strategic role in strengthening the organic rice value chain through processing, packaging, marketing, and distribution activities. This study aims to examine the prospects for developing organic rice SMEs in supporting healthy food consumption and sustainable agribusiness in Indonesia. The study employed a literature review approach by analyzing various scientific publications, government reports, and relevant secondary data related to organic agriculture, SMEs, healthy food consumption, and sustainable agribusiness. The results indicate that the development of organic rice SMEs is supported by increasing consumer demand for healthy food products, growing market opportunities, and rising awareness of environmental sustainability. However, several challenges remain, including high certification costs, limited access to financing, inadequate market networks, low consumer literacy, and constraints in maintaining a consistent supply of organic rice. Therefore, strengthening institutional capacity, expanding market access, improving digital marketing capabilities, facilitating organic certification, and enhancing stakeholder collaboration are essential strategies for supporting the sustainable development of organic rice SMEs. The study concludes that organic rice SMEs have substantial potential to contribute to healthy food systems, increase farmers' and entrepreneurs' incomes, and promote sustainable agribusiness development in Indonesia.

Keywords: Organic rice, SMEs, healthy food consumption, sustainable agribusiness, organic agriculture.

PENDAHULUAN

Perubahan pola konsumsi masyarakat dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan peningkatan perhatian terhadap aspek kesehatan, keamanan pangan, dan keberlanjutan lingkungan. Meningkatnya kesadaran akan dampak konsumsi pangan terhadap kualitas hidup mendorong masyarakat untuk memilih produk pangan yang lebih sehat, aman, dan diproduksi dengan memperhatikan kelestarian lingkungan. Salah satu produk yang mengalami peningkatan perhatian adalah beras organik, yaitu beras yang dihasilkan melalui sistem budidaya yang meminimalkan penggunaan bahan kimia sintetis dan mengutamakan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan keamanan pangan telah mendorong permintaan terhadap produk pangan organik di berbagai negara, termasuk Indonesia. Konsumen semakin mempertimbangkan aspek kesehatan, keamanan pangan, dan keberlanjutan lingkungan dalam keputusan pembelian produk pangan (Michaelidou & Hassan, 2008; Chen & Chai, 2010; World Health Organization, 2023).

Perkembangan konsumsi beras organik tidak hanya berkaitan dengan perubahan preferensi konsumen, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi pelaku usaha di sektor pertanian dan agribisnis. Dalam konteks tersebut, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai penghubung antara proses produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk organik kepada konsumen. Pertanian organik berkembang sebagai alternatif sistem produksi yang lebih ramah lingkungan karena mengurangi penggunaan bahan kimia sintetis dan mendukung keberlanjutan sumber daya alam (Badan Litbang Pertanian, 2005; IFOAM, 2023; FAO, 2024). Keberadaan UMKM beras organik menjadi semakin penting karena mampu menciptakan nilai tambah, memperluas akses pasar bagi petani, serta meningkatkan pendapatan masyarakat perdesaan.

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam pengembangan beras organik karena didukung oleh ketersediaan sumber daya lahan, keragaman agroekosistem, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap pangan sehat. Beberapa daerah telah berhasil mengembangkan usaha beras organik yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar domestik tetapi juga memasuki pasar ekspor. Meskipun demikian, perkembangan UMKM beras organik masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sertifikasi, akses pasar, promosi produk, pembiayaan usaha, serta rendahnya tingkat literasi konsumen mengenai manfaat produk organik.

Di sisi lain, tren pembangunan pertanian modern dan globalisasi di berbagai sektor lainnya semakin mengarah pada penerapan prinsip agribisnis berkelanjutan yang menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Secara global, luas lahan pertanian organik dan permintaan produk organik terus meningkat seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu kesehatan dan lingkungan. Tren tersebut membuka peluang pasar yang besar bagi pengembangan produk organik di negara berkembang (Willer et al., 2024). Pengembangan UMKM beras organik sejalan dengan tujuan tersebut karena berpotensi meningkatkan kesejahteraan petani, memperkuat ketahanan pangan, serta mendukung praktik pertanian yang lebih ramah lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mampu menjelaskan peluang dan prospek pengembangan UMKM beras organik sebagai bagian dari strategi penguatan sistem pangan sehat dan agribisnis berkelanjutan di Indonesia.

Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini bertujuan menganalisis prospek pengembangan UMKM beras organik dalam mendukung konsumsi pangan sehat dan agribisnis berkelanjutan di Indonesia melalui kajian literatur dan berbagai sumber data sekunder yang relevan. Pendahuluan ditulis tanpa sub-judul, dan memuat latar belakang, tinjauan pustaka (*review*), dan tujuan penelitian. Tinjauan (*review*) menggunakan pustaka atau hasil penelitian yang relevan dengan ketentuan referensi yang digunakan tidak lebih dari 10 tahun terakhir.

Research Gap teridentifikasi pada berbagai penelitian terdahulu umumnya berfokus pada perilaku konsumen, preferensi pembelian, dan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan beras organik. Sementara itu, kajian yang mengintegrasikan aspek konsumsi pangan sehat dengan peran UMKM dalam pengembangan agribisnis beras organik masih relatif terbatas. Padahal, UMKM memiliki posisi strategis dalam rantai nilai agribisnis sebagai penghubung antara petani, pengolahan produk, distribusi, dan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih komprehensif mengenai prospek pengembangan UMKM beras organik dalam mendukung konsumsi pangan sehat sekaligus memperkuat agribisnis berkelanjutan di Indonesia.

Kebaruan (*novelty*) artikel ini terletak pada upaya mengintegrasikan perspektif konsumsi pangan sehat dengan pengembangan UMKM beras organik dalam kerangka agribisnis berkelanjutan. Berbeda dengan sebagian besar penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada perilaku konsumen

atau permintaan beras organik, artikel ini menempatkan UMKM sebagai aktor utama dalam rantai nilai agribisnis yang berperan dalam menciptakan nilai tambah, memperluas akses pasar, dan mendukung keberlanjutan sistem pangan. Dengan demikian, artikel ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai peluang dan strategi pengembangan UMKM beras organik di Indonesia.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis prospek pengembangan UMKM beras organik dalam mendukung konsumsi pangan sehat dan agribisnis berkelanjutan di Indonesia, serta mengidentifikasi berbagai peluang, tantangan, dan strategi pengembangannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur (*literature review*) yang didukung oleh berbagai data sekunder dari publikasi ilmiah, laporan pemerintah, hasil penelitian terdahulu, dokumen kebijakan, serta sumber statistik yang relevan. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai perkembangan konsumsi beras organik, peran UMKM dalam rantai nilai agribisnis, serta peluang dan tantangan pengembangan usaha beras organik di Indonesia.

Data dan informasi dianalisis secara deskriptif melalui proses identifikasi, klasifikasi, sintesis, dan interpretasi berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan konsumsi pangan sehat, pertanian organik, pengembangan UMKM, dan agribisnis berkelanjutan. Hasil analisis kemudian digunakan untuk merumuskan prospek dan strategi pengembangan UMKM beras organik dalam mendukung sistem pangan yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Prospek Pasar dan Konsumsi Beras Organik di Indonesia

Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin memperhatikan aspek kesehatan dan keberlanjutan lingkungan telah mendorong peningkatan permintaan terhadap berbagai produk pangan organik, termasuk beras organik. Fenomena ini tidak terlepas dari meningkatnya kesadaran konsumen mengenai pentingnya mengonsumsi pangan yang aman, bergizi, dan bebas residu bahan kimia sintetis. Beras organik dipandang sebagai salah satu alternatif pangan yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut karena diproduksi melalui sistem budidaya yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Keputusan konsumen dalam membeli produk organik dipengaruhi oleh faktor kesehatan, keamanan pangan, kepedulian lingkungan, norma sosial, serta persepsi terhadap kualitas produk (Aertsens et al., 2009; Tarkiainen & Sundqvist, 2005; Tsakiridou et al., 2008).

Dalam beberapa tahun terakhir, kecenderungan masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat (*healthy lifestyle*) semakin meningkat. Kecenderungan tersebut memicu peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan keamanan pangan sehingga semakin mendorong permintaan terhadap produk pangan organik di berbagai negara, termasuk Indonesia. Hal ini berdampak pada pola konsumsi para konsumen terhadap pangan dengan semakin mempertimbangkan aspek kesehatan, dan keamanan pangan yang berkelanjutan dalam keputusan pembelian produk pangan (Michaelidou & Hassan, 2008; Chen & Chai, 2010; WHO, 2023). Perubahan gaya hidup tersebut berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam memilih produk pangan yang memiliki manfaat kesehatan lebih tinggi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan (*health consciousness*) merupakan determinan utama dalam pembentukan niat membeli produk organik (Michaelidou & Hassan, 2008; Chung & Kim, 2011). Beras organik tidak lagi dipandang sekadar sebagai komoditas pertanian, tetapi juga sebagai bagian dari investasi kesehatan jangka panjang. Kondisi ini memberikan peluang yang cukup besar bagi pengembangan usaha berbasis beras organik, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam sektor produksi, pengolahan, maupun pemasaran produk pangan organik.

Peluang pasar beras organik juga didukung oleh pertumbuhan kelompok konsumen kelas menengah yang memiliki daya beli relatif lebih baik dibandingkan kelompok masyarakat lainnya. Pengetahuan konsumen mengenai manfaat produk organik juga berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan pembelian (Wijaya, 2014; Wijaya, 2013). Meskipun harga beras organik relatif lebih tinggi dibandingkan beras konvensional, sebagian konsumen tetap bersedia membayar harga premium karena mempertimbangkan manfaat kesehatan, keamanan pangan, serta dampak positif terhadap

lingkungan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa faktor kualitas produk dan persepsi nilai menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian beras organik.

Tabel 1. Sintesis Penelitian Terdahulu

Peneliti	Fokus Penelitian	Temuan Utama
Dewi & Yusalina (2011)	Konsumen Beras Organik	Sikap mempengaruhi pembelian
Sulistiyana et al. (2014)	Konsumsi Rumah Tangga	Pendapatan mempengaruhi konsumsi
Putra et al. (2016)	<i>Theory Planned Behavior</i>	Intensi mempengaruhi pembelian
Elizabeth (2020)	Pangan Sehat	Kesadaran kesehatan meningkat
Artikel ini	UMKM Beras Organik	Integrasi konsumsi sehat dan agribisnis

Sumber: Diolah penulis dari berbagai penelitian terdahulu (2026)

Selain pasar domestik, prospek pengembangan beras organik juga didukung oleh meningkatnya permintaan pasar internasional terhadap produk pangan yang memenuhi standar keberlanjutan dan keamanan pangan. Beberapa daerah di Indonesia telah berhasil menembus pasar ekspor melalui pengembangan beras organik yang memenuhi standar sertifikasi internasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa beras organik memiliki peluang yang cukup besar untuk menjadi komoditas unggulan yang mampu meningkatkan nilai tambah sektor pertanian nasional.

Namun demikian, peningkatan konsumsi beras organik di Indonesia masih menghadapi beberapa kendala, antara lain keterbatasan akses pasar, distribusi produk yang belum merata, minimnya edukasi konsumen, serta harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan beras nonorganik. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai manfaat produk organik sekaligus memperluas akses pemasaran agar produk beras organik dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Secara keseluruhan, perkembangan tren konsumsi pangan sehat, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, serta terbukanya peluang pasar domestik dan internasional menunjukkan bahwa beras organik memiliki prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan sebagai salah satu komoditas unggulan dalam sistem agribisnis berkelanjutan di Indonesia.

2. Peran UMKM Beras Organik dalam Sistem Agribisnis

Pengembangan beras organik tidak hanya berkaitan dengan peningkatan produksi dan konsumsi pangan sehat, tetapi juga berkaitan erat dengan penguatan sistem agribisnis yang melibatkan berbagai pelaku usaha dalam rantai nilai pertanian. Dalam konteks tersebut, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki posisi strategis sebagai penghubung antara kegiatan produksi di tingkat petani dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Keberadaan UMKM beras organik mampu menciptakan nilai tambah melalui berbagai aktivitas pengolahan, pengemasan, distribusi, promosi, dan pemasaran produk kepada konsumen akhir.

Kondisi dan potensi umkm beras organik tercemin seiring pengembangan UMKM beras organik memiliki peran strategis dalam meningkatkan pendapatan petani, memperkuat ekonomi lokal, dan menciptakan lapangan kerja di perdesaan (Elizabeth, 2017a; Tambunan, 2021). Dalam sistem agribisnis, UMKM beras organik berperan sebagai salah satu aktor utama pada subsistem hilir. Setelah proses budidaya dilakukan oleh petani atau kelompok tani, UMKM berfungsi mengolah hasil panen menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi melalui proses sortasi, penggilingan, pengemasan, pelabelan, dan pemasaran. Melalui proses tersebut, produk beras organik yang semula hanya berupa komoditas primer dapat ditransformasikan menjadi produk bernilai tambah yang memiliki daya saing lebih baik di pasar domestik maupun internasional.

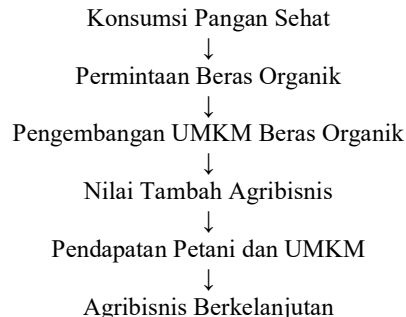
UMKM pertanian menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses pasar, permodalan, teknologi, dan kapasitas manajerial yang memerlukan dukungan kebijakan dan kelembagaan yang kuat (Tambunan, 2021; OECD, 2023). Selain menciptakan nilai tambah, UMKM beras organik juga berkontribusi dalam memperluas akses pasar bagi petani. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi petani organik adalah keterbatasan jaringan pemasaran dan akses terhadap konsumen yang bersedia membayar harga premium. Kehadiran UMKM dapat menjembatani kesenjangan tersebut melalui pengembangan jaringan distribusi yang lebih luas, baik melalui pasar modern, toko khusus produk organik, restoran sehat, maupun platform perdagangan elektronik (e-commerce). Dengan demikian, petani memperoleh kepastian pasar yang lebih baik dan insentif ekonomi untuk mempertahankan praktik budidaya organik.

Perkembangan teknologi informasi juga membuka peluang baru bagi UMKM beras organik untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Pemanfaatan media sosial, marketplace digital, dan berbagai platform pemasaran daring memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah. Digitalisasi pemasaran tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membantu membangun kepercayaan konsumen melalui penyampaian informasi mengenai proses produksi, sertifikasi organik, kualitas produk, dan manfaat kesehatan yang ditawarkan.

Peran UMKM beras organik juga penting dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal. Pengembangan usaha berbasis beras organik mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan rumah tangga petani, serta menggerakkan aktivitas ekonomi di wilayah perdesaan. Efek pengganda (multiplier effect) yang dihasilkan tidak hanya dirasakan oleh petani sebagai produsen utama, tetapi juga oleh pelaku usaha pengolahan, distributor, penyedia jasa transportasi, serta berbagai sektor pendukung lainnya yang terlibat dalam rantai pasok produk organik.

Dari perspektif keberlanjutan, pengembangan UMKM beras organik sejalan dengan prinsip agribisnis berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penggunaan input produksi yang lebih ramah lingkungan, pengurangan ketergantungan terhadap bahan kimia sintetis, serta peningkatan nilai tambah produk pertanian merupakan kontribusi nyata yang dapat diberikan oleh UMKM beras organik dalam mendukung pembangunan pertanian yang berkelanjutan. Dalam mewujudkan agribisnis berkelanjutan, sistem agribisnis berkelanjutan menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam rantai nilai pertanian sehingga mampu mendukung ketahanan pangan jangka panjang (FAO, 2023; United Nations, 2023).

Dengan demikian, keberadaan UMKM beras organik tidak hanya berfungsi sebagai pelaku usaha yang berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai penggerak transformasi sistem pangan yang lebih sehat, inklusif, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pengembangan agribisnis beras organik di Indonesia.



Gambar 1. Kerangka Pengembangan UMKM Beras Organik

Sumber: Dikembangkan penulis berdasarkan hasil kajian literatur (2026)

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan UMKM Beras Organik

Prospek pengembangan UMKM beras organik di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut menentukan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta mempertahankan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Pemahaman yang komprehensif terhadap faktor-faktor tersebut menjadi penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM beras organik yang lebih efektif.

3.1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam usaha dan secara langsung memengaruhi kinerja serta perkembangan UMKM beras organik. Salah satu faktor yang paling menentukan adalah kualitas produk. Konsumen beras organik umumnya memiliki tingkat perhatian yang tinggi terhadap mutu produk, sehingga konsistensi kualitas menjadi aspek penting dalam mempertahankan

kepercayaan pasar. Produk yang memiliki kualitas baik, kemasan menarik, serta jaminan keamanan pangan cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen.

Selain kualitas produk, kapasitas sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM beras organik. Kemampuan pelaku usaha dalam mengelola produksi, pemasaran, keuangan, dan inovasi usaha sangat menentukan keberhasilan bisnis. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan manajerial sering kali menjadi kendala yang menghambat pertumbuhan UMKM, terutama dalam menghadapi perubahan pasar yang semakin dinamis.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kemampuan inovasi usaha. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan produk, perbaikan kemasan, diversifikasi produk organik, maupun pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. UMKM yang mampu beradaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang dibandingkan usaha yang kurang inovatif.

Permodalan juga menjadi faktor internal yang berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Ketersediaan modal memungkinkan UMKM meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jaringan pemasaran, memperbaiki kualitas produk, serta memenuhi berbagai persyaratan sertifikasi yang diperlukan untuk memperluas akses pasar.

3.2. Faktor Eksternal

Selain faktor internal, perkembangan UMKM beras organik juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal yang berasal dari lingkungan usaha. Salah satu faktor utama adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan keamanan pangan. Perubahan pola konsumsi menuju gaya hidup sehat telah mendorong peningkatan permintaan terhadap produk pangan organik, termasuk beras organik. Kondisi ini menciptakan peluang pasar yang semakin luas bagi pelaku UMKM.

Tingkat pendapatan masyarakat juga memengaruhi perkembangan pasar beras organik. Produk organik umumnya dipasarkan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan produk konvensional karena biaya produksi dan sertifikasi yang relatif lebih besar. Oleh karena itu, peningkatan daya beli masyarakat berpotensi meningkatkan permintaan terhadap produk beras organik.

Dukungan kebijakan pemerintah menjadi faktor eksternal yang sangat penting dalam pengembangan UMKM beras organik. Berbagai program seperti bantuan sarana produksi, fasilitasi sertifikasi organik, pelatihan kewirausahaan, penguatan kelembagaan petani, serta dukungan pemasaran dapat mempercepat pertumbuhan usaha dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

Akses pasar dan jaringan distribusi juga berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan UMKM beras organik. Semakin luas jaringan pemasaran yang dimiliki, semakin besar peluang pelaku usaha untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar. Dalam era digital, akses pasar tidak lagi terbatas pada wilayah tertentu karena pemasaran dapat dilakukan melalui berbagai platform daring yang menjangkau konsumen secara lebih luas.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi usaha. Pemanfaatan teknologi digital dalam promosi, pemasaran, transaksi, dan manajemen usaha dapat meningkatkan produktivitas sekaligus memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen. Digitalisasi juga memungkinkan UMKM memperoleh informasi pasar secara lebih cepat sehingga dapat merespons perubahan kebutuhan konsumen dengan lebih baik.

Secara keseluruhan, keberhasilan pengembangan UMKM beras organik ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengoptimalkan faktor-faktor internal yang dimiliki serta memanfaatkan berbagai peluang yang tersedia di lingkungan eksternal. Sinergi antara kedua faktor tersebut menjadi fondasi penting dalam mewujudkan UMKM beras organik yang kompetitif dan berkelanjutan.

4. Tantangan Pengembangan UMKM Beras Organik

Meskipun memiliki prospek yang menjanjikan, pengembangan UMKM beras organik di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang berpotensi menghambat pertumbuhan usaha dan perluasan pasar. Tantangan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek produksi, tetapi juga mencakup pemasaran, sertifikasi, pembiayaan, dan perubahan perilaku konsumen. Oleh karena itu, identifikasi terhadap berbagai kendala yang dihadapi menjadi penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat.

4.1. Tingginya Biaya Produksi dan Sertifikasi Organik

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan UMKM beras organik adalah tingginya biaya produksi dibandingkan dengan budidaya padi konvensional. Proses budidaya organik membutuhkan penerapan standar tertentu yang mengutamakan penggunaan pupuk organik, pengendalian hayati, serta pengelolaan lahan yang berkelanjutan. Selain itu, untuk memperoleh pengakuan pasar, produk organik harus melalui proses sertifikasi yang memerlukan biaya dan prosedur administratif yang relatif kompleks.

Bagi sebagian besar UMKM dan petani skala kecil, biaya sertifikasi masih menjadi hambatan yang cukup besar. Keterbatasan sumber daya keuangan menyebabkan banyak pelaku usaha kesulitan memperoleh sertifikat organik yang diakui secara nasional maupun internasional. Akibatnya, produk yang sebenarnya dihasilkan melalui praktik organik sering kali belum memperoleh nilai tambah yang optimal di pasar.

4.2. Keterbatasan Akses Pasar dan Distribusi

Akses pasar masih menjadi tantangan yang dihadapi oleh banyak UMKM beras organik. Sebagian besar pemasaran masih terkonsentrasi pada wilayah perkotaan dan kelompok konsumen tertentu yang memiliki tingkat pendapatan relatif tinggi. Sementara itu, distribusi produk ke wilayah yang lebih luas masih menghadapi kendala logistik, biaya transportasi, dan keterbatasan jaringan pemasaran.

Kondisi tersebut menyebabkan volume penjualan produk organik belum berkembang secara optimal. Selain itu, masih terbatasnya jumlah toko khusus produk organik dan pusat distribusi yang memasarkan produk secara berkelanjutan turut memengaruhi perkembangan pasar beras organik di berbagai daerah.

4.3. Rendahnya Literasi dan Kesadaran Konsumen

Meskipun kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat terus meningkat, tingkat pemahaman mengenai manfaat produk organik masih beragam. Sebagian konsumen belum memahami perbedaan antara produk organik dan produk konvensional, baik dari aspek proses produksi, manfaat kesehatan, maupun dampak lingkungan.

Rendahnya literasi konsumen sering kali menyebabkan keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh faktor harga dibandingkan kualitas produk. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM beras organik karena harga produk organik relatif lebih tinggi dibandingkan beras nonorganik. Akibatnya, pasar beras organik masih didominasi oleh kelompok konsumen tertentu yang memiliki daya beli lebih tinggi.

4.4. Keterbatasan Modal dan Pembiayaan Usaha

Permodalan merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha. Namun, banyak UMKM beras organik masih menghadapi keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan yang terjangkau. Keterbatasan modal berdampak pada kemampuan usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kualitas kemasan, mengembangkan pemasaran, maupun memenuhi standar sertifikasi yang diperlukan.

Di sisi lain, sebagian lembaga keuangan masih memandang usaha pertanian sebagai sektor yang memiliki risiko tinggi sehingga akses pembiayaan bagi pelaku UMKM pertanian relatif lebih terbatas dibandingkan sektor usaha lainnya. Kondisi ini menyebabkan pertumbuhan usaha sering kali berjalan lebih lambat dari potensi yang sebenarnya dimiliki.

4.5. Kontinuitas Produksi dan Ketersediaan Bahan Baku

Keberlanjutan usaha beras organik sangat bergantung pada kontinuitas pasokan bahan baku yang berkualitas. Dalam praktiknya, produksi beras organik masih menghadapi berbagai kendala seperti perubahan iklim, serangan organisme pengganggu tanaman, keterbatasan lahan tersertifikasi, serta proses konversi lahan yang membutuhkan waktu relatif panjang.

Ketidakstabilan pasokan dapat memengaruhi kemampuan UMKM dalam memenuhi permintaan pasar secara berkelanjutan. Apabila kondisi ini tidak dikelola dengan baik, kepercayaan konsumen dan mitra usaha dapat menurun sehingga berdampak pada daya saing produk di pasar.

4.6. Persaingan Pasar dan Produk Substitusi

Tantangan lain yang dihadapi UMKM beras organik adalah semakin ketatnya persaingan pasar. Selain bersaing dengan produk beras konvensional yang memiliki harga lebih murah, pelaku usaha juga menghadapi persaingan dengan berbagai produk pangan sehat lainnya yang mulai berkembang di pasar. Kondisi tersebut menuntut UMKM untuk terus meningkatkan kualitas produk, memperkuat merek, dan melakukan inovasi pemasaran agar mampu mempertahankan loyalitas konsumen.

Secara keseluruhan, berbagai tantangan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM beras organik memerlukan dukungan yang terintegrasi dari berbagai pihak. Upaya peningkatan kapasitas pelaku usaha, perluasan akses pasar, dukungan pembiayaan, serta penguatan kebijakan pemerintah menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan usaha yang lebih kondusif dan berkelanjutan.

Tabel 2. Tantangan dan Dampak Pengembangan UMKM Beras Organik

Tantangan	Dampak
Sertifikasi mahal	Membatasi akses pasar
Modal terbatas	Produksi tidak berkembang
Distribusi lemah	Pasar terbatas
Literasi rendah	Permintaan rendah
Produksi belum kontinu	Pasokan tidak stabil

Sumber: Hasil analisis penulis berdasarkan kajian literatur (2026)

5. Strategi Penguatan UMKM Beras Organik untuk Mendukung Agribisnis Berkelanjutan

Pengembangan UMKM beras organik memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi agar mampu meningkatkan daya saing usaha sekaligus mendukung terwujudnya sistem agribisnis yang berkelanjutan. Berbagai tantangan yang masih dihadapi pelaku usaha menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM beras organik tidak hanya bergantung pada kemampuan individu pelaku usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh dukungan kelembagaan, kebijakan pemerintah, akses pasar, dan sinergi antar pemangku kepentingan.

5.1. Penguatan Kelembagaan Petani dan UMKM

Kelembagaan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha. Penguatan kelompok tani, gabungan kelompok tani, koperasi, dan asosiasi pelaku usaha organik perlu terus didorong untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat posisi tawar petani, serta mempermudah akses terhadap berbagai program pemerintah.

Melalui kelembagaan yang kuat, pelaku usaha dapat memperoleh berbagai manfaat seperti akses informasi pasar, pendampingan teknis, pengadaan sarana produksi secara kolektif, serta kemudahan dalam proses sertifikasi organik. Selain itu, kelembagaan yang baik juga dapat meningkatkan koordinasi dalam menjaga kontinuitas pasokan bahan baku dan kualitas produk yang dihasilkan.

5.2. Peningkatan Akses Sertifikasi dan Jaminan Mutu

Sertifikasi organik merupakan instrumen penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menyederhanakan prosedur sertifikasi serta meningkatkan akses UMKM terhadap layanan sertifikasi yang terjangkau.

Pemerintah dan lembaga terkait dapat memberikan dukungan melalui subsidi biaya sertifikasi, pendampingan teknis, pelatihan standar produksi organik, serta penguatan sistem pengawasan mutu. Dengan semakin banyaknya produk yang tersertifikasi, daya saing beras organik Indonesia di pasar domestik maupun internasional akan semakin meningkat.

5.3. Digitalisasi Pemasaran dan Pengembangan Pasar

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pemanfaatan media sosial, marketplace, website usaha, dan platform perdagangan elektronik dapat membantu pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Transformasi digital membuka peluang bagi UMKM beras organik untuk memperluas akses pasar melalui pemanfaatan platform e-commerce, media sosial, dan pemasaran digital yang lebih efektif (Asian Development Bank, 2022; OECD, 2023).

Digitalisasi juga memungkinkan UMKM membangun identitas merek (branding) yang lebih kuat melalui penyampaian informasi mengenai proses produksi, manfaat kesehatan, sertifikasi, dan keunggulan produk organik. Strategi pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperluas pangsa pasar produk beras organik.

Selain pemasaran digital, pengembangan pasar juga perlu dilakukan melalui kemitraan dengan ritel modern, hotel, restoran, rumah sakit, sekolah, dan berbagai institusi yang memiliki perhatian terhadap penyediaan pangan sehat. Adopsi e-commerce terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi transaksi, serta daya saing UMKM di berbagai negara berkembang (Rahayu & Day, 2022). Diversifikasi saluran pemasaran tersebut dapat meningkatkan stabilitas permintaan dan memperkuat keberlanjutan usaha.

5.4. Penguatan Akses Pembiayaan dan Investasi

Ketersediaan modal merupakan 3526rgani penting dalam pengembangan UMKM beras organik. Oleh karena itu, perlu dilakukan perluasan akses pembiayaan melalui berbagai skema kredit usaha, pembiayaan berbasis kelompok, maupun dukungan investasi yang berorientasi pada pengembangan usaha berkelanjutan.

Lembaga keuangan perlu didorong untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sektor pertanian organik melalui penyediaan produk pembiayaan yang sesuai dengan karakteristik usaha pertanian. Dukungan modal akan memungkinkan pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki fasilitas pengolahan, meningkatkan kualitas kemasan, serta memperluas jaringan pemasaran.

5.5. Hilirisasi dan Diversifikasi Produk Organik

Pengembangan UMKM beras organik tidak seharusnya hanya berfokus pada penjualan beras sebagai produk primer. Upaya hilirisasi perlu dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah melalui pengembangan berbagai produk turunan berbasis beras organik, seperti beras premium kemasan, beras merah organik, beras hitam organik, tepung beras organik, makanan ringan berbasis beras organik, maupun produk pangan fungsional lainnya.

Diversifikasi produk dapat memperluas segmen pasar, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, serta mengurangi ketergantungan terhadap satu jenis produk. Strategi ini juga mendukung penguatan daya saing UMKM dalam menghadapi perubahan preferensi konsumen yang semakin dinamis.

5.6. Penguatan Sinergi Kebijakan dan Kemitraan

Keberhasilan pengembangan UMKM beras organik memerlukan dukungan berbagai pihak yang terlibat dalam rantai nilai agribisnis. Pemerintah, perguruan tinggi, organik penelitian, sektor swasta, organik keuangan, dan organisasi organik perlu membangun sinergi yang lebih kuat dalam mendukung pengembangan usaha organik.

Kolaborasi tersebut dapat diwujudkan melalui program pelatihan, pendampingan usaha, penelitian dan inovasi teknologi, promosi produk, fasilitasi ekspor, serta pengembangan jaringan kemitraan yang saling menguntungkan. Dengan adanya sinergi yang baik, berbagai kendala yang dihadapi UMKM dapat diatasi secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, strategi penguatan UMKM beras organik perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas usaha, perluasan akses pasar, penguatan kelembagaan, serta dukungan kebijakan yang berpihak kepada pelaku usaha. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk beras organik, memperkuat kesejahteraan petani dan pelaku UMKM, serta mendukung terwujudnya agribisnis berkelanjutan di Indonesia.

Tabel 3. Strategi Penguatan UMKM Beras Organik

Permasalahan	Strategi
Sertifikasi mahal	Subsidi sertifikasi
Pasar terbatas	Digital marketing
Modal terbatas	Kredit UMKM
SDM rendah	Pelatihan
Nilai tambah rendah	Hilirisasi produk

Sumber: Hasil sintesis penulis berdasarkan berbagai referensi (2026)

Peluang dan prospek pengembangan pengembangan UMKM beras organik di Indonesia masih sangat terbuka karena didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola konsumsi sehat, pertumbuhan kelas menengah, perkembangan teknologi digital, serta dukungan kebijakan pemerintah terhadap pertanian berkelanjutan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2016; FAO, 2024; Willer et al., 2024).

KESIMPULAN

Pengembangan UMKM beras organik di Indonesia memiliki prospek yang menjanjikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi pangan sehat, keamanan pangan, dan kelestarian lingkungan. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan aspek kesehatan telah mendorong peningkatan permintaan terhadap produk pangan organik, termasuk beras organik. Kondisi tersebut membuka peluang yang luas bagi UMKM untuk mengembangkan usaha berbasis produk organik yang bernilai tambah tinggi dan berdaya saing.

UMKM beras organik memiliki peran strategis dalam sistem agribisnis melalui kegiatan pengolahan, pengemasan, distribusi, promosi, dan pemasaran produk. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah produk pertanian, tetapi juga memperkuat hubungan antara petani dan pasar sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan masyarakat perdesaan. Selain itu, pengembangan UMKM beras organik sejalan dengan prinsip agribisnis berkelanjutan yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Meskipun demikian, pengembangan UMKM beras organik masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain tingginya biaya sertifikasi, keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi konsumen, keterbatasan modal usaha, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan berbagai strategi penguatan yang mencakup peningkatan kapasitas pelaku usaha, penguatan kelembagaan petani dan UMKM, perluasan akses pembiayaan, pengembangan pemasaran digital, serta peningkatan kemudahan akses sertifikasi organik.

Implikasi kebijakan dari hasil kajian ini menunjukkan pentingnya dukungan pemerintah dalam menciptakan ekosistem usaha yang kondusif bagi pengembangan UMKM beras organik. Dukungan tersebut dapat diwujudkan melalui penyediaan program pendampingan usaha, fasilitasi sertifikasi, penguatan akses pasar, pengembangan infrastruktur distribusi, serta peningkatan sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, lembaga penelitian, sektor swasta, dan pelaku usaha. Dengan dukungan yang terintegrasi, UMKM beras organik berpotensi menjadi salah satu pilar penting dalam mewujudkan sistem pangan sehat, meningkatkan daya saing agribisnis nasional, dan mendukung pembangunan pertanian berkelanjutan di Indonesia. Oleh karena itu, pengembangan UMKM beras organik perlu didukung melalui penguatan kapasitas usaha, pemanfaatan teknologi digital, perluasan akses pasar, dan peningkatan literasi konsumen guna mendorong terwujudnya sistem agribisnis yang sehat, berdaya saing, dan berkelanjutan (ADB, 2022; OECD, 2023; FAO, 2024).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan artikel ini, khususnya kepada Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), perguruan tinggi, lembaga penelitian, serta berbagai pihak yang telah menyediakan data, informasi, dan referensi yang mendukung penyelesaian kajian ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada para peneliti dan akademisi yang hasil penelitiannya menjadi sumber penting dalam pengembangan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aertsens, J, Verbeke, W. and Huylenbroeck, G, V. 2009. Personal determinants of organic food consumption: A review. *British Food Journal*. 10:1140-1167.
- Asian Development Bank. (2022). Digital Transformation of SMEs in Asia and the Pacific. Manila: ADB
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2005. Prospek Pertanian Organik Di Indonesia.
- Chen, T.B and Chai, L. T. 2010. Attitude towards the environment and green product: consumer perspective, *Management Science and Engineering*, 4(2):27-39

- Chung, Joe Eun and Hee Yeon Kim. 2011. Consumer Purchase Intention for Organic Personal Care Product, *Journal of Consumer Marketing*, 28(1):40-47.
- Dewi, Febriantina dan Yusalina. 2011. Aplikasi Theory of Planned Behavior pada Analisis Perilaku Konsumen Beras Organik di Kota Bogor. *Prosiding Seminar Penelitian Unggulan Departemen Agribisnis*. Bogor: IPB, Desember, 7-14, 2011
- Elizabeth. R. 2020. Akselerasi Inovasi Teknologi Spesifik Lokasi Strategi Peningkatan Produksi Di Masa Pandemi Covid-19. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol 1, No 2 (2020): Jan. 2020. Akreditasi Nomor 34/E/KPT/2018 at SINTA 4 (S4) rank. Accreditation is valid from December 10, 2018 to December 10, 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v5i2.2411>
- Elizabeth. R. 2017a. Akselerasi Pemberdayaan Dan Peningkatan Kompetensi Dalam Sistem Produksi Untuk Mengatasi Permasalahan Ekonomi Di Indonesia. Volume 2. Issue 1. June 2017. ISSN Cetak: 2528-5556. ISSN Online: 2528-6226.
- FAO. (2023). The State of Food and Agriculture 2023. Rome: Food and Agriculture Organization.
- FAO. (2024). Sustainable Agrifood Systems Transformation. Rome: Food and Agriculture Organization.
- Gracia, A., dan Magistris, T. 2007. Organic food product purchase behaviour: a pilot study for urban consumers in the South of Italy, *Spanish Journal of Agricultural Research*, 5(4):439-451.
- IFOAM. (2023). Organic Agriculture and Sustainable Development Goals. Bonn: IFOAM Organics International.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. 2016. Outlook Ekonomi Indonesia 2017: Melanjutkan Reformasi: Menjaga Ketahanan dan Memacu Pertumbuhan Ekonomi. Jakarta, 10 November 2016.
- Krystallis, A. & Chrysoschoidis, G. 2005. Consumer's willingness to pay for organic food: factor that affect it and variation per organic product type. *British Food Journal*, 107(5):320 - 343.
- Lodoros, G.N., Dennis, J., 2008, Consumers intent: in the organic food market, *Journal of Food Products Marketing*, 14(2).
- Michaelidou, N., and Hassan, L. 2008. The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern, and Ethical Identity on Attitudes and Intention toward Organic Product, *British Food Journal*, 101(2):165-178.
- OECD. (2023). SMEs, Entrepreneurship and Digital Transformation. Paris: OECD Publishing.
- Putra I K T E, I P G Sukaatmadja, N Ny K Yasa. 2016. Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik Di Kota Denpasar Berdasar *Theory Of Planned Behavior*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Univ. Udayana 5.8 (2016):2609-2638. ISSN:2337-3067
- Rahayu, R., & Day, J. (2022). E-commerce adoption by SMEs in developing countries. *Information Development*, 38(1), 95–109.
- Sulistiyana P, J H Mulyo, Jamhari. 2014. Konsumsi Beras Organik Tingkat Rumah Tangga. *Agro Ekonomi* Vol. 24/Juni 2014.
- Susilawati S H., H P Saliem. E. Ariningsih. R. Elizabeth. C R Addawiyah. 2018. Strategi Antisipatif Pengelolaan Surplus Produksi Padi Dan Jagung. LHP. PSEKP. Sek Jen. Kementan.
- Tambunan, T. (2021). Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia: Recent Development and Challenges. *Journal of Development Studies*, 57(10), 1617–1633.
- Tarkiainen, A., dan Sundqvist, S. 2005. Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11):808-822.
- Tsakiridou, E, Boutsouki, C, Zotos, Y., & Mattas, K., 2008. Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 36(2):158-175.
- United Nations. (2023). Sustainable Food Systems and Healthy Diets. New York: United Nations.
- Utami. D P. 2011. Analisis Pilihan Konsumen Dalam Mengonsumsi Beras Organik Di Kabupaten Sragen. *MEDIAGRO* 41 VOL. 7. NO. 1, 2011: HAL 41 – 58.

- Wijaya, Tony. 2014. Nilai dan Pengetahuan sebagai Prediktor Intensi Membeli Makanan Organik. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16:69-82.
- Wijaya, Tony. 2013. Antecedent Perilaku beli Produk Ramah Lingkungan : Studi Perilaku Konsumen Makanan Organik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(3):149-161.
- Willer, H., Trávníček, J., Meier, C., & Schlatter, B. (2024). The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2024. Frick: FiBL & IFOAM.
- World Health Organization. (2023). Healthy Diet Fact Sheet. Geneva: WHO.