

## **ANALISIS MANAJEMAN RESIKO DALAM STRATEGI PEMASARAN BUAH MELON DI KEBUN PAK MULYADI KOTA BENGKULU**

**Rahmansyah, Aji Ahmad, Wahyu Agung, Kustin Hartini, Khairiah Elwardah**

Email: [rahmansyahbkl@gmail.com](mailto:rahmansyahbkl@gmail.com), [ajiahmadgariansya@gmail.com](mailto:ajiahmadgariansya@gmail.com),  
[wahyuagung@gmail.com](mailto:wahyuagung@gmail.com), [kustin.hartini@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:kustin.hartini@mail.uinfasbengkulu.ac.id),  
[khairiah.elwardah@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:khairiah.elwardah@mail.uinfasbengkulu.ac.id)

(Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko dalam strategi pemasaran buah melon di Kebun Pak Mulyadi, Kota Bengkulu. Risiko produksi, pemasaran, dan keuangan menjadi fokus utama yang mempengaruhi keberhasilan usaha tani melon. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei dan wawancara kepada petani melon. Hasil analisis menunjukkan bahwa risiko produksi paling dominan, diikuti oleh risiko pemasaran dan risiko keuangan. Penerapan manajemen risiko secara efektif berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan penjualan dan pendapatan petani. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kapasitas petani, pemanfaatan teknologi informasi, diversifikasi saluran pemasaran, serta dukungan pemerintah dalam bentuk akses modal dan infrastruktur untuk meningkatkan ketahanan usaha tani melon. Dengan demikian, pengelolaan risiko yang baik dapat meningkatkan daya saing produk dan kesejahteraan petani melon di Kota Bengkulu.

**Kata Kunci:** Manajemen Risiko, Strategi Pemasaran, Buah Melon, Usaha Tani, Hortikultura, Kota Bengkulu.

### **PENDAHULUAN**

Budidaya melon (*Cucumis melo* L.) merupakan salah satu subsektor hortikultura yang memiliki prospek cerah dan memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan sektor pertanian di Indonesia. Komoditas ini tidak hanya diminati oleh konsumen lokal, tetapi juga memiliki potensi ekspor yang cukup besar. Permintaan melon yang terus meningkat di pasar domestik dan internasional menjadikan tanaman ini sebagai salah satu pilihan strategis bagi petani untuk meningkatkan pendapatan mereka. Dalam laporan Kementerian Pertanian (2023), disebutkan bahwa melon merupakan salah satu dari lima komoditas hortikultura yang paling banyak dikembangkan dalam program intensifikasi hortikultura nasional. Namun, meskipun memiliki potensi ekonomi yang signifikan, usaha tani melon menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat keberhasilan produksi dan

pemasaran, seperti perubahan iklim, serangan hama dan penyakit, serta ketidakstabilan harga pasar yang dinamis (Nasution & Lestari, 2023).

Perubahan iklim yang terjadi secara global telah memberikan dampak nyata terhadap aktivitas pertanian, termasuk budidaya melon. Kondisi cuaca yang tidak menentu, curah hujan yang tidak dapat diprediksi, suhu yang ekstrem, dan kelembaban tinggi merupakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi produktivitas dan kualitas buah melon (Sutrisno et al., 2024). Dampak dari perubahan iklim ini menyebabkan peningkatan kerentanan tanaman terhadap serangan penyakit seperti fusarium wilt, serta mempercepat perkembangan hama seperti lalat buah dan kutu daun. Ketika kondisi lingkungan tidak mendukung pertumbuhan optimal, kualitas buah menurun dan hasil panen berkurang drastis. Akibatnya, pendapatan petani pun berisiko terganggu secara signifikan (Harahap & Rizki, 2023). Serangan hama dan penyakit bukan hanya mengurangi hasil panen, tetapi juga memengaruhi estetika dan kesegaran buah yang menjadi faktor utama dalam daya tarik konsumen terhadap melon.

Selain risiko dari aspek produksi, aspek pemasaran juga menjadi tantangan besar yang dihadapi oleh petani melon. Salah satu tantangan utama dalam pemasaran hasil pertanian adalah fluktuasi harga yang tajam. Harga melon dapat berubah dalam waktu singkat karena pengaruh pasokan musiman, perubahan permintaan konsumen, serta persaingan pasar, baik dari petani lokal maupun produk impor (Pratama & Wulandari, 2024). Dalam situasi ini, petani perlu memiliki strategi pemasaran yang tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga mempertimbangkan aspek risiko yang bisa berdampak pada kelangsungan usahanya.

Kebun Pak Mulyadi di Kota Bengkulu merupakan salah satu contoh nyata dari pelaku usaha tani melon yang aktif memasarkan hasil panennya secara langsung ke konsumen maupun melalui perantara. Namun demikian, informasi mengenai bagaimana pengelolaan risiko dalam pemasaran dilakukan masih terbatas. Pengelolaan risiko atau manajemen risiko dalam pemasaran menjadi hal yang sangat krusial untuk menjaga stabilitas usaha tani. Manajemen risiko dalam konteks pertanian mencakup identifikasi potensi ancaman, evaluasi dampak yang mungkin terjadi, dan penetapan langkah-langkah mitigasi untuk mencegah atau mengurangi kerugian (Rahmadani & Kurniawan, 2023). Dengan demikian, penerapan manajemen risiko dapat membantu petani seperti Pak Mulyadi dalam menyusun

strategi pemasaran yang lebih responsif terhadap dinamika pasar dan kondisi lingkungan.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pengelolaan risiko dalam budidaya melon harus mencakup berbagai aspek, mulai dari teknis produksi, distribusi, hingga aspek pemasaran. Misalnya, Yekti (2014) menyebutkan bahwa teknik seperti pergiliran tanaman dan pemilihan waktu tanam yang tepat sangat penting untuk mengurangi dampak dari perubahan iklim dan serangan organisme pengganggu tanaman. Selain itu, aspek distribusi juga tidak boleh diabaikan karena keterlambatan pengiriman, kerusakan saat pengangkutan, dan kerugian akibat produk yang tidak terjual dapat menjadi beban besar bagi petani (Kusuma et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan analisis menyeluruh terhadap saluran distribusi dan risiko logistik agar pemasaran melon dapat berjalan lebih efektif.

Tidak hanya itu, faktor eksternal seperti persaingan pasar yang semakin ketat juga menjadi sumber risiko tersendiri. Produk melon dari daerah lain maupun dari luar negeri dapat masuk dan bersaing di pasar lokal, sehingga menuntut petani untuk mampu berinovasi dalam strategi pemasaran. Inovasi ini dapat berupa peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, inovasi kemasan, serta pendekatan promosi digital melalui media sosial (Santoso & Nurhalimah, 2024). Manajemen risiko dalam pemasaran melon dengan demikian tidak hanya terbatas pada menghindari kerugian, tetapi juga mencakup strategi adaptasi dan pengembangan agar produk tetap kompetitif.

Dalam konteks inilah, Kebun Pak Mulyadi menjadi objek yang tepat untuk mengkaji penerapan manajemen risiko dalam strategi pemasaran buah melon di Kota Bengkulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi risiko-risiko yang dihadapi, menganalisis cara pengelolaan risiko dilakukan, serta mengevaluasi sejauh mana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan keberhasilan pemasaran. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi konkret yang aplikatif, tidak hanya untuk Pak Mulyadi, tetapi juga untuk petani melon lainnya di daerah tersebut (Widodo et al., 2024).

Selain kontribusi praktisnya, penelitian ini juga memberikan nilai tambah dalam kajian akademik tentang manajemen risiko dalam pertanian hortikultura. Kajian semacam ini masih relatif terbatas, padahal sektor hortikultura sangat rentan terhadap berbagai bentuk ketidakpastian, baik dari sisi alam maupun ekonomi. Oleh

karena itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengelolaan risiko dalam strategi pemasaran sangat diperlukan sebagai dasar penyusunan kebijakan pemerintah yang mendukung keberlanjutan pertanian. Dalam jangka panjang, peningkatan efisiensi pemasaran melalui manajemen risiko yang tepat akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan petani, ketersediaan produk berkualitas bagi konsumen, dan ketahanan pangan nasional (Astuti & Handayani, 2023).

Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dirancang untuk menjawab beberapa rumusan masalah utama, yaitu: (1) Apa saja risiko yang dihadapi dalam strategi pemasaran buah melon di Kebun Pak Mulyadi Kota Bengkulu? (2) Bagaimana manajemen risiko diterapkan dalam menghadapi risiko-risiko tersebut dalam strategi pemasaran? (3) Sejauh mana efektivitas manajemen risiko dalam meningkatkan keberhasilan pemasaran buah melon di Kebun Pak Mulyadi? (4) Apa rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan pengelolaan risiko dalam strategi pemasaran buah melon di kebun tersebut?

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengidentifikasi risiko-risiko dalam strategi pemasaran melon di Kebun Pak Mulyadi; (2) Untuk menganalisis bagaimana manajemen risiko diterapkan dalam mengatasi risiko tersebut; (3) Untuk mengevaluasi efektivitas penerapan manajemen risiko; dan (4) Untuk memberikan rekomendasi perbaikan pengelolaan risiko agar strategi pemasaran menjadi lebih optimal dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan utama untuk menganalisis penerapan manajemen risiko dalam strategi pemasaran buah melon di Kebun Pak Mulyadi, Kota Bengkulu, secara sistematis, objektif, dan terukur. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk menguji hubungan antar variabel secara statistik dan menghasilkan data numerik yang dapat dianalisis menggunakan metode statistik inferensial dan deskriptif (Sugiyono, 2023).

### **1) Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kebun Pak Mulyadi yang berlokasi di Kota Bengkulu, selama pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berbasis Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan bahwa Kebun Pak Mulyadi merupakan salah satu sentra produksi

melon yang cukup aktif dalam pengelolaan pertanian dan pemasaran, sehingga relevan dengan tujuan penelitian ini.

## 2) Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam produksi dan pemasaran buah melon, meliputi petani, pengelola kebun, distributor, dan pedagang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2023). Jumlah sampel ditentukan sebanyak 50 responden, dengan rincian petani sebanyak 20 orang, distributor 15 orang, dan pedagang 15 orang.

## 3) Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui dua metode utama. Pertama, kuesioner tertutup yang berisi sejumlah pernyataan mengenai identifikasi risiko, langkah-langkah manajemen risiko, dan persepsi terhadap efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Kuesioner ini dirancang menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Kedua, wawancara terstruktur dilakukan sebagai pelengkap untuk mendalami informasi yang tidak terjangkau melalui kuesioner, seperti dinamika pasar lokal dan tantangan spesifik yang dihadapi petani melon.

## 4) Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 29.0. Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur indikator yang dimaksud, sedangkan reliabilitas diuji untuk mengetahui konsistensi internal antar item (Ghozali, 2023).

## 5) Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui dua pendekatan. Pertama, statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan persepsi mereka terhadap risiko. Kedua, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh manajemen risiko terhadap efektivitas strategi pemasaran melon. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat

diketahui sejauh mana penerapan manajemen risiko berkontribusi terhadap keberhasilan pemasaran di lapangan (Hasibuan, 2023).

Melalui metodologi ini, penelitian diharapkan memberikan gambaran empiris yang akurat dan relevan bagi pengembangan strategi pemasaran pertanian yang adaptif terhadap risiko, khususnya pada komoditas hortikultura seperti melon.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Profil Responden**

Penelitian ini melibatkan 50 responden yang terdiri atas petani, distributor, dan pedagang buah melon di Kebun Pak Mulyadi, Kota Bengkulu. Mayoritas petani berusia antara 30 hingga 50 tahun dan telah memiliki pengalaman bertani melon rata-rata selama 10 tahun. Dari sisi pendidikan, sebagian besar responden lulusan SMA dan diploma, yang menunjukkan bahwa para pelaku memiliki pemahaman dasar mengenai manajemen pertanian, termasuk dalam hal pengelolaan risiko dan strategi pemasaran (Prasetyo & Lestari, 2020).

### **2. Identifikasi Risiko dalam Strategi Pemasaran Buah Melon**

#### **a. Risiko Produksi**

Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa serangan hama dan penyakit tanaman merupakan faktor utama yang mengancam produksi melon. Selain itu, perubahan cuaca yang tidak menentu seperti hujan di luar musim menjadi penyebab ketidakstabilan panen. Risiko ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menempatkan faktor alam sebagai ancaman dominan dalam produksi hortikultura (Widodo et al., 2023; Rahman et al., 2022).

#### **b. Risiko Distribusi**

Masalah distribusi juga menjadi perhatian. Sekitar 60% responden mengalami keterlambatan pengiriman dan kerusakan produk saat pengangkutan. Faktor utama penyebabnya adalah kondisi jalan yang buruk dan keterbatasan sarana transportasi. Menurut Maulana dan Syamsudin (2021), ketidakseimbangan antara produksi dan sarana distribusi sering kali menyebabkan inefisiensi pemasaran hasil pertanian.

### **3. Penerapan Manajemen Risiko dalam Strategi Pemasaran**

#### **a. Identifikasi Risiko**

Petani dan pelaku pasar melakukan pengamatan rutin terhadap kondisi tanaman, cuaca, serta harga pasar. Hal ini dilakukan melalui kelompok tani yang aktif dalam pertukaran informasi, sesuai dengan prinsip manajemen risiko yang menekankan pengenalan dini terhadap potensi ancaman (Mulyani et al., 2021).

### **b. Analisis Risiko**

Hasil survei menunjukkan bahwa risiko produksi mendapat skor tertinggi dalam hal probabilitas dan dampaknya terhadap keberlangsungan usaha. Dengan demikian, risiko ini menjadi prioritas utama untuk dianalisis dan dimitigasi.

### **c. Pengendalian Risiko**

Langkah-langkah pengendalian yang diterapkan mencakup:

- Penggunaan pestisida ramah lingkungan.
- Penyesuaian jadwal tanam sesuai musim.
- Diversifikasi saluran distribusi (pasar lokal, digital, koperasi).
- Perbaikan kemasan dan kendaraan pengangkut produk.

Strategi ini membuktikan bahwa pengelolaan risiko di tingkat lapangan telah berjalan, meski masih menghadapi tantangan tertentu, khususnya dalam hal distribusi dan permodalan (Setiawan & Dewi, 2022).

## **4. Efektivitas Manajemen Risiko dalam Keberhasilan Pemasaran**

### **a. Pengaruh Manajemen Risiko terhadap Penjualan**

Analisis regresi linier sederhana menunjukkan koefisien positif yang signifikan ( $\beta = 0,65$ ,  $p < 0,05$ ), menandakan bahwa semakin optimal penerapan manajemen risiko, semakin tinggi keberhasilan pemasaran. Temuan ini menguatkan pendapat bahwa manajemen risiko merupakan penentu langsung dalam meningkatkan performa pemasaran produk pertanian (Sari et al., 2023).

### **b. Dampak terhadap Keuntungan Petani**

Petani yang secara konsisten menerapkan strategi pengelolaan risiko mengalami peningkatan keuntungan hingga 20% dibandingkan petani lain. Temuan ini sejalan dengan riset Yekti (2014) dan diperkuat oleh studi terbaru yang menekankan bahwa mitigasi risiko mendukung kesinambungan pendapatan pertanian (Lestari et al., 2021).

## **5. Hambatan dan Tantangan dalam Penerapan Manajemen Risiko**

Beberapa hambatan yang ditemukan dalam penerapan strategi ini antara lain:

- Keterbatasan modal untuk membeli sarana pengendalian risiko.

- Akses informasi pasar dan teknologi pertanian yang masih terbatas.
- Infrastruktur transportasi yang kurang mendukung distribusi.

Hambatan-hambatan ini menandakan perlunya intervensi kebijakan dari berbagai pihak untuk mendukung efektivitas manajemen risiko di tingkat petani (Wahyuni & Hidayat, 2020).

## **6. Rekomendasi Peningkatan Pengelolaan Risiko**

Berbagai rekomendasi yang dapat diterapkan untuk memperkuat strategi pengelolaan risiko antara lain:

- Pelatihan teknis berkala tentang manajemen risiko dan pemasaran.
- Penguatan kelompok tani agar dapat mengakses kredit dan informasi pasar.
- Peningkatan kerjasama dengan pihak swasta dan pemerintah.
- Diversifikasi produk seperti jus atau keripik melon, serta eksplorasi saluran distribusi digital (Aminah et al., 2022).

## **7. Analisis Risiko Berdasarkan Kategori Usaha**

### **a. Risiko Produksi**

Risiko ini dinilai paling krusial oleh 85% responden. Ancaman berupa curah hujan ekstrem dan serangan hama (kutu daun, busuk akar) menyebabkan kerugian besar. Strategi mitigasi seperti rotasi tanaman dan penggunaan pestisida nabati telah dilakukan, meskipun biaya tetap menjadi kendala. Widodo et al. (2018) menyatakan bahwa risiko produksi adalah titik awal yang paling penting dalam manajemen pertanian hortikultura.

### **b. Risiko Pemasaran**

Fluktuasi harga dan ketidakpastian permintaan mendominasi risiko pemasaran. Harga melon sangat dipengaruhi oleh musim panen dari daerah lain. Sebanyak 70% responden pernah mengalami kerugian karena harga jatuh. Alternatif yang diusulkan adalah diversifikasi saluran penjualan dan pemanfaatan platform digital. Hal ini diperkuat oleh Prasetyo dan Lestari (2020) yang menyebut pemasaran langsung konsumen dapat mengurangi volatilitas harga.

### **c. Risiko Keuangan**

Risiko keuangan mencakup sulitnya mendapatkan modal dan keterbatasan akses kredit. Sekitar 65% responden kesulitan membiayai input dan distribusi. Masalah ini diperparah oleh minimnya dukungan dari lembaga keuangan. Sari dan

Handayani (2019) menyebut bahwa akses modal menjadi salah satu hambatan utama usaha tani hortikultura di daerah berkembang.

## **8. Strategi Pengelolaan Risiko yang Efektif**

### **a. Peningkatan Kapasitas Petani**

Pelatihan intensif tentang teknologi ramah lingkungan, pemasaran digital, dan mitigasi risiko sangat dibutuhkan agar petani dapat lebih adaptif terhadap tantangan (Hasanah & Fikri, 2023).

### **b. Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani**

Kelompok tani yang aktif mampu memperkuat daya tawar, mempercepat penyebaran informasi, dan memperluas akses pembiayaan kolektif.

### **c. Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) membantu petani dalam mengakses data harga pasar, cuaca, dan metode pengendalian hama secara real-time. Pemanfaatan media digital juga membuka peluang pemasaran yang lebih luas (Nurhaliza et al., 2021).

### **d. Diversifikasi Produk dan Saluran**

Pengembangan produk olahan dan penjualan melalui pasar modern maupun daring menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan dan mengurangi risiko kerugian (Anshori & Dwi, 2022).

Penelitian ini menegaskan bahwa manajemen risiko merupakan faktor fundamental dalam strategi pemasaran buah melon di Kebun Pak Mulyadi. Risiko produksi, pemasaran, dan distribusi memerlukan pendekatan yang menyeluruh dan terintegrasi. Dengan penerapan strategi manajemen risiko yang sistematis, petani mampu meningkatkan keuntungan dan ketahanan usahanya. Studi ini juga sejalan dengan temuan Prasetyo dan Lestari (2020) serta Yekti (2014) bahwa keberhasilan pemasaran hortikultura sangat bergantung pada efektivitas pengelolaan risiko dari hulu ke hilir. Namun, keterbatasan modal, informasi pasar, dan infrastruktur tetap menjadi kendala signifikan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan kolaboratif antara petani, pemerintah, akademisi, dan sektor swasta untuk membangun sistem pertanian yang tangguh dan berkelanjutan (Putri et al., 2023).

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan meliputi:

- Fasilitasi kredit mikro berbunga rendah dengan syarat mudah untuk usaha tani.
- Pembangunan infrastruktur distribusi, seperti jalan dan *cold storage*.
- Pelatihan teknis rutin tentang manajemen risiko dan pemasaran digital.
- Pengembangan platform digital pemasaran yang menghubungkan petani langsung dengan konsumen besar.

Kebijakan-kebijakan tersebut diharapkan dapat memperkuat posisi petani dalam rantai nilai, menekan kerugian akibat risiko, dan meningkatkan daya saing melon lokal di pasar regional dan nasional (Wulandari et al., 2024).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Manajemen Risiko dalam Strategi Pemasaran Buah Melon di Kebun Pak Mulyadi Kota Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan risiko menjadi komponen penting dalam mendukung keberhasilan usaha tani hortikultura. Risiko utama yang dihadapi petani di kebun tersebut adalah risiko produksi, terutama akibat perubahan cuaca yang tidak menentu, serangan hama, dan kendala budidaya. Selain itu, risiko pemasaran seperti fluktuasi harga dan terbatasnya saluran distribusi juga menjadi tantangan yang berkontribusi terhadap ketidakstabilan pendapatan. Risiko keuangan yang mencakup keterbatasan modal dan sulitnya akses perbankan semakin memperumit kondisi para petani. Meskipun demikian, manajemen risiko mulai diterapkan melalui langkah identifikasi dan analisis risiko secara berkala, penggunaan pestisida ramah lingkungan, pengaturan jadwal tanam, serta diversifikasi saluran distribusi. Sayangnya, keterbatasan modal dan infrastruktur masih menjadi penghambat utama dalam pelaksanaannya. Hasil analisis juga menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara penerapan manajemen risiko dengan keberhasilan pemasaran buah melon. Petani yang menerapkan strategi ini secara konsisten mengalami peningkatan penjualan dan pendapatan, menandakan bahwa manajemen risiko adalah elemen kunci dalam memperkuat daya saing produk di pasar. Namun, berbagai hambatan seperti kurangnya akses informasi, teknologi, dan distribusi yang belum optimal masih menjadi tantangan besar. Oleh karena itu, strategi peningkatan pengelolaan risiko sangat diperlukan, seperti pelatihan bagi petani, penguatan kelompok tani, pemanfaatan teknologi digital, serta diversifikasi produk dan saluran

pemasaran. Keberhasilan strategi ini akan sangat bergantung pada sinergi antara petani, pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha. Selain itu, keterlibatan pihak swasta dalam mendukung infrastruktur dan kemitraan usaha tani juga sangat krusial. Dukungan dari pemerintah dalam bentuk program kredit, pelatihan, pengembangan infrastruktur, serta sistem informasi pasar yang efektif akan membantu petani menghadapi tantangan dan mengurangi ketergantungan terhadap kondisi eksternal. Keseluruhan temuan ini menunjukkan bahwa dengan penerapan manajemen risiko yang terintegrasi dan kolaboratif, usaha tani melon di perkotaan seperti Kota Bengkulu dapat tumbuh secara berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan para petani sebagai pelaku utama dalam sektor pertanian hortikultura.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2023). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Ed. revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, R., & Handayani, S. (2023). Strategi pemasaran hasil hortikultura berbasis risiko iklim. *Jurnal Agribisnis Terapan*, 7(1), 23–34. <https://doi.org/10.24843/jat.2023.v7.i1.p3>
- Ghozali, I. (2023). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 29*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, T., & Rizki, A. (2023). Pengaruh perubahan iklim terhadap produktivitas tanaman melon. *Jurnal Agroklimatologi Tropis*, 12(2), 109–117. <https://doi.org/10.24198/jat.v12i2.2023.109>
- Hasibuan, M. S. P. (2023). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kementerian Pertanian. (2023). *Laporan tahunan program hortikultura nasional*. Jakarta: Direktorat Jenderal Hortikultura.
- Kusuma, D. R., Wibowo, T., & Putri, A. (2023). Analisis risiko logistik dalam distribusi hasil hortikultura. *Jurnal Manajemen Agribisnis Indonesia*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jmai.v10i1.2023.045>
- Maulana, R., & Syamsudin, M. (2021). Efektivitas distribusi produk pertanian hortikultura di daerah tertinggal. *Jurnal Logistik dan Agroindustri*, 5(2), 67–74.
- Nasution, M., & Lestari, D. (2023). Tantangan budidaya melon dalam menghadapi dinamika pasar global. *Jurnal Hortikultura Tropis*, 8(1), 21–30. <https://doi.org/10.25077/jht.2023.v8.i1.21>
- Prasetyo, A., & Lestari, F. (2020). Tingkat pendidikan dan pemahaman manajemen usaha tani pada petani hortikultura. *Jurnal Pendidikan dan Pertanian*, 2(1), 44–51.
- Pratama, D., & Wulandari, S. (2024). Analisis fluktuasi harga dan dampaknya terhadap pendapatan petani melon. *Jurnal Ekonomi Pertanian Indonesia*, 9(1), 13–25. <https://doi.org/10.31289/jepi.v9i1.2024.013>
- Rahmadani, F., & Kurniawan, H. (2023). Manajemen risiko dalam agribisnis hortikultura: Studi kasus petani melon. *Jurnal Agribisnis dan Manajemen Risiko*, 11(2), 71–82. <https://doi.org/10.21043/jamr.v11i2.2023>

- Rahman, A., Zulfikar, M., & Syafril, E. (2022). Pengaruh cuaca ekstrem terhadap keberhasilan panen melon. *Jurnal Ilmu Tanaman Tropika*, 10(3), 127–134.
- Santoso, R., & Nurhalimah, D. (2024). Strategi inovatif dalam pemasaran digital hasil pertanian. *Jurnal Inovasi Digital Pertanian*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.52520/jidp.v5i1.2024.001>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, B., Wijaya, R., & Nugroho, P. (2024). Dampak perubahan iklim terhadap kualitas hasil panen melon. *Jurnal Pertanian Tropis*, 16(1), 77–85. <https://doi.org/10.14710/jpt.v16i1.2024.077>
- Widodo, H., Puspitasari, L., & Hartati, S. (2023). Identifikasi risiko dalam produksi dan pemasaran hortikultura di tingkat petani. *Jurnal Agrikultura Indonesia*, 14(2), 89–101. <https://doi.org/10.25037/jai.v14i2.2023.089>
- Widodo, H., Puspitasari, L., & Hartati, S. (2024). Evaluasi strategi pemasaran petani melon di Bengkulu. *Jurnal Agrikultur dan Ekonomi Pertanian*, 6(1), 60–73. <https://doi.org/10.25029/jaep.v6i1.2024.060>
- Yekti, R. S. (2014). Strategi mitigasi iklim dalam budidaya melon di lahan terbuka. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 5(1), 45–52.