

ABSTRAK

Produsen makanan lokal menciptakan nilai yang melampaui produksi pangan dan kinerja ekonomi. Mereka berkontribusi pada kepercayaan antara produsen dan konsumen, kesejahteraan komunitas, dan identitas regional. Namun, bentuk nilai sosial ini seringkali sulit diukur dan dikomunikasikan karena sistem evaluasi tradisional terutama berfokus pada indikator keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana nilai sosial regional yang diciptakan oleh produsen makanan kecil di Belanda dapat diidentifikasi, diukur, dan dikomunikasikan. Studi ini berfokus pada tiga dimensi nilai sosial: kepercayaan, kebanggaan komunitas, dan identitas regional. Selain itu, studi ini berupaya mengidentifikasi indikator praktis yang dapat mendukung pengembangan *Total Value Tool*.

Pendekatan metode campuran digunakan, menggabungkan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan tiga inisiatif makanan lokal: Voedselbos Glanerbeek, De Voedselbos Winkel, dan Herenboeren Lingezege-Grootstal. Data kuantitatif dikumpulkan melalui survei daring yang diisi oleh 16 konsumen produk makanan lokal. Data wawancara dianalisis menggunakan analisis tematik, sementara respons survei dianalisis menggunakan statistik deskriptif.

Temuan menunjukkan bahwa nilai sosial tercipta melalui transparansi, penceritaan, partisipasi, inklusi sosial, dan keterlibatan komunitas. Konsumen sangat mengaitkan makanan lokal dengan kepercayaan, kontribusi komunitas, keaslian, dan identitas regional. Berdasarkan temuan ini, indikator praktis diidentifikasi, termasuk partisipasi relawan, peringkat kepercayaan konsumen, acara komunitas, kemitraan lokal, dan aktivitas yang berkaitan dengan budaya dan identitas regional.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem pangan lokal menghasilkan bentuk nilai sosial penting yang tidak tercakup dalam pengukuran keuangan tradisional. *Total Value Tool* yang diusulkan menyediakan kerangka praktis untuk membuat kontribusi ini lebih terlihat dan dapat dikomunikasikan, memungkinkan produsen makanan kecil untuk lebih baik menunjukkan dampak yang lebih luas terhadap komunitas dan pembangunan regional.

Kata kunci: nilai sosial, sistem pangan lokal, rantai pasok makanan pendek, identitas regional