

# PENERAPAN TEKNOLOGI SEDERHANA DAN DIGITAL MARKETING UNTUK HILIRISASI PRODUK PERTANIAN BAGI KELOMPOK PETANI BAWANG MERAH BREBES DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI

Ade Yanyan Ramdhani<sup>\*1</sup>, Lina Fatimah Lishobrina<sup>2</sup>, Ajeng Tita Negoro<sup>3</sup>,  
Destyana Chandra Priyambodo<sup>4</sup>, Melvi Indana Shafira<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Institut Teknologi Telkom Purwokerto

Email: ade@ittelkom-pwt.ac.id<sup>1</sup>, lina.fatimah@ittelkom-pwt.ac.id<sup>2</sup>, ajeng@ittelkom-pwt.ac.id<sup>3</sup>,  
2211111038@ittelkom-pwt.ac.id<sup>4</sup>, 2211106003@ittelkom-pwt.ac.id<sup>5</sup>

## Abstrak

Kelompok tani Sidomakmur di Desa Sidamulya, Brebes, menghadapi tantangan dalam produksi dan pemasaran bawang merah olahan. Produksi masih menggunakan peralatan sederhana, menyebabkan kualitas produk rendah dan masa simpan yang pendek. Selain itu, pemasaran yang dilakukan masih tradisional, terbatas jangkauan pasar dan belum efektif dalam branding. Tujuan pengabdian ini adalah untuk mengatasi hal ini, pengabdian dilakukan dengan memperkenalkan teknologi produksi seperti vacuum fryer dan spinner untuk meningkatkan kualitas produk dan masa simpan. Pendampingan dalam pemasaran digital juga diberikan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan mengoptimalkan biaya pemasaran. Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa teknologi yang diperkenalkan telah berkontribusi positif dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk bawang merah olahan Sidomakmur. Upaya ini diharapkan dapat mendorong peningkatan ekonomi petani, khususnya saat harga bawang merah turun, dan mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) melalui pengabdian masyarakat.

**Kata Kunci:** Kelompok Tani, Pruksi Bawang Merah, Teknologi Produksi, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Ekonomi Petani.

## Abstract

The Sidomakmur farmer group in Sidamulya Village, Brebes, faces challenges in the production and marketing of processed shallots. Production still uses simple equipment, resulting in low product quality and short shelf life. In addition, the marketing carried out is still traditional, limited market reach and ineffective in branding. The purpose of this community service is to overcome this, the service is carried out by introducing production technology such as vacuum fryers and spinners to improve product quality and shelf life. Assistance in digital marketing is also provided to expand market reach, increase brand awareness, and streamline marketing costs. The implementation method for community service activities is the Participatory Action Research (PAR) approach. The results of this service show that the technology introduced has contributed positively to improving the quality and competitiveness of Sidomakmur processed shallot products. This effort is expected to encourage an increase in the farmer's economy, especially when the price of shallots falls, and support the achievement of Key Performance Indicators (IKU) through community service.

**Keywords:** Farmer Group, Shallot Production, Production Technology, Digital Marketing, Farmer Economic Empowerment.

## PENDAHULUAN

Kabupaten Brebes merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki reputasi sebagai salah satu penghasil bawang merah terbesar di Indonesia. Ketersediaan bawang merah seringkali mengalami fluktuasi musiman karena dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perbedaan musim panen dan cuaca, sementara pada sisi permintaan cenderung tetap stabil sepanjang tahun (Rahmat & Herdi, 2017). Salah satu implikasi dari situasi ini adalah terjadinya penurunan harga secara signifikan yang disebabkan oleh penumpukan komoditas bawang merah yang berlebihan. Saat pasokan bawang merah sedang melimpah, petani bawang merah seringkali terpaksa menjual hasil panennya secara murah bahkan kerap kali menjualnya di bawah harga pokok produksi mereka dikarenakan sulitnya pembeli yang mengakibatkan apabila hasil panennya tidak segera dijual maka akan ada risiko hasil panennya membusuk (Luta et al., 2020). Adapun fluktuasi harga bawang merah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2023.



Gambar 1. Grafik harga bawang merah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2023

Kelompok tani sidomakmur merupakan salah satu kelompok petani bawang merah yang berada di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes yang beranggotakan 40 petani bawang merah. Selain menjual bawang merah segar sebagai komoditas utama, kelompok tani sidomakmur pun melakukan diversifikasi dan hilirisasi produk olahan bawang merah sebagai upaya dalam menanggulangi kerugian apabila harga bawang merah sedang anjlok. Hilirisasi produk bawang merah ini memiliki beberapa tujuan diantaranya peningkatan nilai tambah produk, stabilisasi harga, pengurangan risiko, meningkatkan peluang terbukanya pasar baru serta meningkatkan kesejahteraan petani (Paramita et al., 2018). Adapun beberapa produk olahan bawang merah yang saat ini diproduksi adalah bawang goreng dan pasta bawang. Proses produksi olahan bawang merah tersebut dilakukan oleh anggota kelompok tani dan juga ibu-ibu yang merupakan istri dari anggota kelompok tani di tempat terpadu yang dimiliki oleh kelompok tani dengan sistem penggunaan tempat produksi Bersama (Lubis et al., 2022). Namun, saat ini produksi produk olahan bawang merah ini masih dilakukan dengan peralatan sederhana sehingga berdampak pada kualitas produk yang dihasilkan seperti ketahanan produk yang tidak terlalu lama sehingga kualitas produk mudah menurun saat disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama. Selain itu, kualitas produk yang dihasilkan pun tidak sebaik apabila proses produksi dilakukan menggunakan mesin yang lebih canggih seperti vacuum fryer dan spinner. Selanjutnya, penggunaan mesin vacuum fryer dan spinner pun berpotensi meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, meningkatkan masa simpan produk, mengurangi biaya produksi, serta meningkatkan kualitas produk olahan yang dihasilkan, serta memungkinkan petani untuk menghasilkan produk-produk lain seperti bawang merah crispy utuh maupun aneka olahan keripik dari hasil komoditas pertanian (Rida & Retno, 2022).



Gambar 2. Proses produksi olahan bawang oleh kelompok tani Sidomakmur

Teknik produksi yang terkait dengan aspek manajemen kualitas, seperti pengendalian kualitas dan pemeliharaan mesin, dapat berdampak signifikan terhadap kualitas produk, penerapan teknik pengendalian kualitas yang baik dapat meningkatkan kualitas produk dan mengurangi jumlah produk cacat (Hasibuan et al., 2022). Disamping itu, teknik produksi yang baik sangat penting untuk mencapai kualitas produk yang baik, teknik produksi yang tepat dapat meningkatkan akurasi produksi, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain proses produksi yang dilakukan secara tradisional serta minimnya implementasi teknologi, proses pemasaran yang

dilakukan kelompok tani sidomakmur yang masih sangat tradisional serta minim inovasi pemasaran modern (Rizal Boy Oktavian & Majid, 2022). Di era saat ini, metode pemasaran konvensional sering kali tidak efektif karena hanya mampu menjangkau pasar di tingkat lokal atau regional. Keterbatasan ini membuatnya menjadi tantangan untuk memasuki pasar internasional, yang pada gilirannya dapat membatasi potensi pertumbuhan dan profitabilitas suatu bisnis (Atina et al., 2022). Pemasaran digital merupakan elemen krusial dalam kelangsungan bisnis di era modern. Pemasaran digital merupakan alat yang memberikan kesempatan yang sama bagi semua bisnis untuk bersaing di pasar global, tanpa memandang ukuran atau anggaran (Murti et al., 2021). Dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional, pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk mengalokasikan sumber daya mereka dengan lebih bijaksana dan mencapai konversi pelanggan yang lebih tinggi. Strategi pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan, sambil memfasilitasi interaksi langsung dengan audiens target, yang sangat penting untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Naimah et al., 2020). Kemampuan untuk mengukur hasil secara real-time memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan strategi mereka dengan cepat, berdasarkan data yang diperoleh (Nanda Annisa et al., 2020). Selain itu, pemasaran digital meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat kehadiran online bisnis, yang penting untuk bertahan dalam persaingan pasar. Automasi dalam pemasaran digital juga meningkatkan efisiensi dan menghemat sumber daya. Dalam dunia yang semakin digital, pemasaran digital tidak hanya relevan tetapi juga esensial untuk pertumbuhan dan kelangsungan bisnis jangka panjang (Nugrahaningsih et al., 2021).

Dari kondisi yang terjadi pada kelompok petani bawang merah Sidomakmur di Desa Sidamulya, ditemukan dua permasalahan utama yang terjadi khususnya pada proses produksi dan pemasaran olahan bawang merah. Berdasarkan analisis situasi mitra di atas, permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani Sidomakmur yaitu minimnya implementasi teknologi produksi yang menyebabkan inefisiensi dan kurang efektifnya proses pengolahan bawang merah, sehingga kualitas produk yang dihasilkan tidak sebaik produk kompetitor yang telah menggunakan teknologi modern. Produk yang dihasilkan memiliki masa simpan yang relatif pendek dan biaya produksi yang tinggi, yang pada akhirnya mempengaruhi margin pendapatan yang dapat diperoleh petani. Selain itu, metode pemasaran yang masih tradisional membatasi jangkauan pasar, menyebabkan proses branding kurang efektif, serta menimbulkan biaya pemasaran yang lebih mahal. Kelompok tani ini juga menghadapi keterbatasan dalam data konsumen dan belum memiliki identitas visual maupun citra branding yang kuat, sehingga upaya branding di pasaran tidak dapat dilakukan secara optimal, termasuk kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi.

Oleh karena itu, pengabdian pada kelompok tani Sidomakmur di lingkungan Desa Sidamulya Brebes dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan permasalahan tersebut, dan menjadi bentuk usaha dalam mengembangkan produksi serta pemasaran produk olahan bawang merah, guna menghasilkan produk unggulan yang memiliki standart tinggi, efektif dan efisien dari segi produksi, serta meningkatkan daya saing dan melakukan perluasan pasar. Dengan harapan dapat mendorong produk olahan bawang merah ini dapat berkembang kearah yang lebih baik dan meningkatkan kualitas ekonomi petani bawang merah khususnya ketika harga bawang merah sedang anjlok.

## METODE

Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) (Afandi, 2020). Adapun secara detail, tahap-tahap pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut. (1) Analisis kondisi mitra, pada tahap ini, pengusul melakukan analisis terkait kondisi mitra secara komprehensif untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi. Pada tahap ini, pengusul melakukan observasi secara langsung untuk menggambarkan kondisi eksisting dari mitra. Selain itu, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) juga dilakukan untuk mengetahui kebutuhan, potensi pengembangan, hingga kondisi internal dan eksternal mitra. Luaran dari kegiatan analisis kondisi mitra ini berupa data pendukung kondisi penjualan, finansial, produksi, hingga manajemen organisasi mitra yang dijadikan dasar dalam perumusan prioritas permasalahan dan solusi potensial yang diusulkan melalui kegiatan PKM ini. (2) Persiapan pelaksanaan kegiatan, setelah mengetahui permasalahan dan kebutuhan mitra, serta solusi dan program yang diusulkan untuk menyelesaikan masalah tersebut, pengusul melakukan persiapan pelaksanaan kegiatan PKM. Pada tahap ini, pengusul menyusun rencana jadwal kegiatan secara rinci, menyiapkan sumber daya yang dibutuhkan, baik dalam bentuk tenaga kerja, material, hingga finansial. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan koordinasi aktif dengan mitra untuk penyesuaian jadwal dan sumber daya yang dapat disiapkan oleh mitra, seperti tempat, partisipan atau peserta sebagai penerima manfaat dari kegiatan

ini. (3) Implementasi teknologi dan pelaksanaan program, implementasi teknologi dan pelaksanaan program adalah tahap utama dalam kegiatan pengabdian yang diusulkan. Pada tahap ini, terdapat dua kegiatan utama yang menjadi fokus pelaksanaan yang bertujuan untuk menyelesaikan prioritas permasalahan di bidang branding dan pemasaran serta permasalahan di bidang produksi; Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan di bidang produksi dan pemasaran bagi Kelompok Tani Sidomakmur terdiri dari beberapa langkah utama.

Dalam bidang produksi, peningkatan kualitas dan kuantitas olahan bawang merah dilakukan melalui implementasi teknologi vacuum fryer untuk proses penggorengan dan spinner untuk penirisan minyak. Penggunaan teknologi ini diharapkan dapat mengurangi waktu produksi, meningkatkan kualitas serta masa simpan produk, dan meningkatkan kapasitas produksi yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan omset mitra. Setelah teknologi produksi diimplementasikan, akan dilakukan pendampingan dan pelatihan intensif kepada mitra mengenai penggunaan, perawatan mesin, hingga perencanaan produksi. Dalam bidang branding dan pemasaran, tiga sub aktivitas utama dilakukan (Hakim et al., 2023). Pertama, perancangan identitas visual dan brand guidance yang meliputi logo, warna, tipografi, dan aturan desain untuk menciptakan karakteristik khas mitra yang membedakan mereka dari kompetitor. Kedua, pembuatan dan pengaktifan media pemasaran digital melalui redesain Instagram, serta pembuatan website dan e-commerce untuk mendukung perluasan pasar dan meningkatkan brand awareness. Pelatihan untuk memanfaatkan media digital ini meliputi pembuatan konten, pengambilan foto produk, unggah konten, pelayanan pelanggan secara online, serta pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO). Penyusunan panduan dilakukan untuk memastikan keberlanjutan program dengan menyediakan identitas visual, modul media digital, SOP penggunaan mesin vacuum fryer dan spinner, serta panduan perawatan mesin. Monitoring dan evaluasi program dilaksanakan bersama LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto untuk memastikan tercapainya luaran yang diharapkan. Keberhasilan program diukur berdasarkan beberapa indikator, antara lain kepemilikan identitas visual dan brand guidelines, media pemasaran digital yang dapat digunakan, kemampuan memanfaatkan media digital, perluasan jangkauan pasar, pengoperasian teknologi produksi, pengurangan waktu produksi, peningkatan kualitas dan kuantitas produk, peningkatan omset, serta adanya SOP dan instruksi kerja yang jelas bagi mitra.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada kelompok tani Sidomakmur di Desa Sidamulya, Brebes, dilaksanakan dalam bentuk pelatihan digital marketing dan pelatihan optimalisasi produksi bawang merah olahan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan memperluas jangkauan pemasaran produk. Berikut hasil dan pembahasan dari kegiatan yang telah dilakukan:



Gambar 3. Panitia dan Peserta Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing bertujuan untuk membekali anggota kelompok tani dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam pemasaran modern. Kegiatan ini meliputi:

**Penggunaan Media Sosial:** Anggota diajarkan cara membuat akun bisnis di platform seperti Instagram dan Facebook, serta bagaimana memanfaatkan platform tersebut untuk memperkenalkan produk bawang merah olahan ke khalayak yang lebih luas. Mereka dilatih untuk membuat konten yang menarik, berinteraksi dengan pelanggan, dan menggunakan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas produk (Mansir & Fatimah, 2021).

**Website dan e-Commerce:** Selain media sosial, kelompok tani dibekali keterampilan dasar dalam mengelola website. Dengan adanya website, produk bawang merah olahan dapat diakses oleh calon pelanggan dari berbagai daerah, bahkan potensial menjangkau pasar internasional. Pembuatan website

ini juga memfasilitasi transaksi langsung, yang memudahkan pelanggan untuk membeli produk secara online (Wahyuni et al., 2021).

**Analisis Data dan Strategi Pemasaran:** Melalui pelatihan ini, anggota kelompok tani belajar bagaimana memantau performa konten digital menggunakan alat analitik seperti Google Analytics. Mereka dilatih untuk menginterpretasi data seperti jumlah pengunjung, durasi kunjungan, dan konversi, sehingga dapat merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif (Listyowati, 2022).

**Hasil:** Setelah pelatihan, anggota kelompok tani mulai menunjukkan peningkatan dalam pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital dan mampu menerapkannya secara bertahap. Beberapa produk berhasil terjual melalui platform online, dan kelompok tani mulai mendapatkan pelanggan baru dari luar daerah Brebes. Pelatihan ini berhasil memperluas pasar produk, serta meningkatkan kesadaran merek bawang merah olahan Sidomakmur.



Gambar 4. Sesi Diskusi pada Pelatihan Optimalisasi Produksi

Pelatihan optimalisasi produksi dilakukan dengan memperkenalkan mesin vacuum frying dan spinner peniris minyak, yang merupakan teknologi baru bagi kelompok tani Sidomakmur. Kegiatan ini meliputi:

**Pengoperasian Mesin Vacuum Frying:** Vacuum frying digunakan untuk menggoreng bawang merah secara optimal tanpa mengurangi kandungan gizi atau kualitas rasa. Teknologi ini dapat mengurangi kadar minyak dalam produk, sehingga menghasilkan produk bawang goreng yang lebih renyah dan tahan lama (Alfiana et al., 2023). Selain itu, anggota kelompok tani diajarkan tentang prosedur perawatan mesin agar peralatan dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu yang lama.

**Spinner Peniris Minyak:** Alat ini digunakan setelah proses penggorengan untuk meniriskan minyak berlebih. Spinner ini membantu mengurangi kadar minyak dalam produk, yang tidak hanya membuatnya lebih sehat, tetapi juga meningkatkan masa simpan produk (Mega & Sugiyarti, 2021). Anggota kelompok tani dilatih dalam penggunaannya dan mempelajari cara-cara untuk memaksimalkan efisiensi waktu dalam proses produksi.

**Efisiensi dan Kualitas Produk:** Pelatihan ini juga mencakup aspek manajemen kualitas dalam produksi, seperti standar kebersihan dan pengendalian kualitas. Anggota diajarkan pentingnya menjaga kualitas produk agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas, serta memahami teknik pengendalian kualitas untuk meminimalkan produk cacat (Susanto & Cahyono, 2021).

**Hasil:** Setelah pelatihan, anggota kelompok tani mampu memproduksi bawang merah olahan dengan kualitas yang lebih baik dan masa simpan yang lebih panjang. Penggunaan mesin vacuum frying dan spinner juga membantu mengurangi biaya produksi jangka panjang, sekaligus meningkatkan produktivitas dan kapasitas produksi kelompok tani. Hasil ini menunjukkan bahwa teknologi yang diperkenalkan telah berkontribusi positif dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk bawang merah olahan Sidomakmur.

## SIMPULAN

Kegiatan pelatihan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dalam pemasaran serta penggunaan alat produksi modern seperti vacuum frying dan spinner memiliki dampak positif terhadap kelompok tani Sidomakmur. Keterampilan pemasaran digital yang dimiliki oleh anggota kelompok tani memungkinkan produk mereka menjangkau pasar yang lebih luas, sementara teknologi produksi yang baru meningkatkan kualitas dan masa simpan produk. Dengan begitu, produk bawang merah olahan Sidomakmur memiliki potensi untuk berkembang lebih baik di masa mendatang, meningkatkan kesejahteraan ekonomi petani, dan menambah daya saing produk di pasaran.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Fakultas Rekayasa Industri dan Desain serta seluruh civitas akademika Institut Teknologi Telkom Purwokerto atas kerjasama luar biasa dalam mendukung acara sosialisasi dan digital marketing bertajuk “Penerapan Teknologi Sederhana Dan Digital Marketing Untuk Hilirisasi Produk Pertanian Bagi Kelompok Petani Bawang Merah Brebes Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani”. Dukungan dan kolaborasi yang diberikan telah memperkuat upaya kami dalam mendorong hilirisasi produk bawang merah di pedesaan melalui digitalisasi. Selain itu, kontribusi ini juga telah memperkaya pengetahuan serta wawasan para pelaku usaha lokal. Kami berharap kerjasama ini terus berlanjut dan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan bisnis dan ekonomi lokal. Tak lupa, terima kasih juga kami sampaikan kepada hibah DRTPM Dikti yang telah mendanai kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2020). Participatory Action Research (PAR) Metodologi Alternatif Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Transformatif. *Workshop Pengabdian Berbasis Riset Di LP2M UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, 53(9), 1689–1699.
- Alfiana, A., Mulatsih, L. S., Kakaly, S., Rais, R., Husnita, L., & Asfahani, A. (2023). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MEWUJUDKAN DESA EDUKASI DIGITAL DI ERA TEKNOLOGI. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7113–7120.
- Atina, V. Z., Setiawan, F., Mahmudi, A. Y., Shevalinzi, W. B. A., & Nurdin, A. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Pada Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Abdi Masya*, 1(4), 164–171. <https://doi.org/10.52561/abma.v1i4.161>
- Hakim, A. R., Nanti, D. D., & Latief HM, M. R. A. (2023). Pelatihan Branding Produk Kemplang Sebagai Ciri Khas Desa Meranjat III Ogan Ilir. *CARE: Journal Pengabdian Multi Disiplin*, 1(2), 88–96. <https://doi.org/10.31004/care.v1i2.16736>
- Hasibuan, A., Hernawati, T., & Siagian, C. Y. B. R. (2022). Perancangan Klaster Industri Berbasis Value Chain pada Sentra Ikm (Industri Kecil dan Menengah) Tenun Songket Lindung Bulan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. *Matrik: Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri Produksi*, 22(2), 157–166.
- Listyowati, T. Y. D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Wanita Tani “Putri Kencana” Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Omah Kelor Melalui Word Of Mouth. *The Commercium*, 6(1).
- Lubis, N., Wasito, M., Marlina, L., Girsang, R., & Wahyudi, H. (2022). Respon Pemberian Ekoenzim dan Pupuk Organik Cair Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.). *Agrium*, 25(2), 107–115.
- Luta, D. A., Sitepu, S. M. B., & Harahap, A. S. (2020). Pemanfaatan Kompos Dalam Pembudidayaan Bawang Merah Pada Pekarangan Rumah Di Desa Tomuan Holbung Kecamatan Bandar Pasir Mandoge. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 100–104.
- Mansir, F., & Fatimah, S. (2021). Penggunaan Aplikasi Pembukuan Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Pada UMKM Bangunjiwo Bantul. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 256–262.
- Mega, I. R., & Sugiyarti, S. (2021). Peningkatan Kecakapan Hidup Melalui Program Pelatihan Kreativitas Untuk Melatih Kemandirian Ekonomi. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 29. <https://doi.org/10.24269/adi.v5i1.3096>
- Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 33–41.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Nanda Annisa, Bambang Dwi Hartono, & Syarun, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk Melalui Instagram Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Darling Habit. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Publik*, 1(1), 20–31. <https://doi.org/10.22236/jmbp.v1i1.5706>
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M.,

- Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital pada BUMDES Blulukon Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8–14.
- Paramita, M., Muhlisin, S., & Palawa, I. (2018). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.30997/qh.v4i1.1186>
- Rahmat, R., & Herdi, Y. (2017). Sukses Budidaya Bawang Merah Di Pekarangan Dan Perkebunan. GAP. Yogyakarta.
- Rida, A., & Retno, K. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Bidang Pendidikan, Kewirausahaan, dan Lingkungan di Kampung Parumasan Kota Serang. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 71–84.
- Rizal Boy Oktavian, & Majid, N. (2022). Implementasi Digital Content Marketing dalam Membangun Brand Awareness Gardiano pada UD Al Athyyah. *Zadama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 166–174. <https://doi.org/10.56248/zadama.v1i2.37>
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).
- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021*, 1(1).