

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Budidaya Jamur Tiram Berbasis Digital Marketing di Desa Imbanagara

by Angga Nugraha

Submission date: 10-Aug-2024 07:53AM (UTC+0700)

Submission ID: 2429756263

File name: Inovasi_Sosial_-_VOLUME._1_NO.3_AGUSTUS_2024_hal_9-18.docx (121.68K)

Word count: 2762

Character count: 19116

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Budidaya Jamur Tiram Berbasis Digital Marketing di Desa Imbanagara

Community Empowerment Through Oyster Mushroom Cultivation Based On Digital Marketing in Imbanagara Village

Angga Nugraha ¹, Ergun Alfauzi ^{2*}, Muhamad Yuda Noor Akbari ³, Ii Sujai ⁴,
Irfan Nursetiawan ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Galuh, Indonesia

angga_nugraha00@student.unigal.ac.id¹, ergun_alfauzi@student.unigal.ac.id^{2*},
muhamad_yudia_noor@student.unigal.ac.id³, iisujai@unigal.ac.id⁴,
irfan_nursetiawan@unigal.ac.id⁵

16

Alamat: Jl. R. E. Martadinata No.150, Mekarjaya, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46274

Korespondensi penulis: ergun_alfauzi@student.unigal.ac.id

Article History:

Received: Juli 06, 2024;

Revised: Juli 25, 2024;

Accepted: Agustus 07, 2024;

Published: Agustus 10, 2024

Keywords: empowerment, oyster mushroom cultivation, digital marketing, public

Abstract: Optimization of community empowerment through mushroom cultivation has a major problem, namely the lack of implementation of digital marketing strategies in oyster mushroom cultivation to increase market access, sales efficiency, and production capacity. With the implementation of digital marketing strategies, the Sukahurip II Farmer Group can promote their products more widely, effectively, reach a larger market and increase sales. The methods used include training and assistance in the use of digital platforms such as social media, e-commerce, and online marketing applications. The results of this implementation show that with the support of digital marketing, the community is able to increase income, expand customer networks, and strengthen their position in the market. This study provides practical guidance for the implementation of digital marketing strategies in oyster mushroom cultivation businesses, as well as providing recommendations for the development of similar empowerment models in other sectors.

Abstrak

Pengoptimalan terhadap pemberdayaan masyarakat melalui budidaya jamur memiliki permasalahan secara garis besar yaitu kurangnya penerapan strategi digital marketing dalam budidaya jamur tiram untuk meningkatkan akses pasar, efisiensi penjualan, dan kapasitas produksi. Dengan adanya penerapan strategi digital marketing Kelompok Tani Sukahurip II dapat mempromosikan produk mereka secara lebih luas, efektif, menjangkau pasar yang lebih besar dan meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi pemasaran online. Hasil dari implementasi ini menunjukkan bahwa dengan dukungan digital marketing, komunitas mampu meningkatkan pendapatan, memperluas jaringan pelanggan, dan memperkuat posisi mereka di pasar. Studi ini memberikan panduan praktis untuk penerapan strategi digital marketing dalam usaha budidaya jamur tiram, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan model pemberdayaan serupa di sektor-sektor lainnya.

Kata Kunci: pemberdayaan, budidaya jamur, digital marketing, masyarakat

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan di pedesaan seringkali terhambat oleh terbatasnya akses terhadap teknologi dan inovasi. Di Desa Imbanagara Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis terdapat peluang pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat local berupa budidaya jamur tiram. Jamur tiram adalah jamur yang sering dikonsumsi dan juga memiliki

nutrisi yang tinggi seperti kalori, protein, karbohidrat, lemak, dan vitamin. Selain memiliki nutrisi yang tinggi jamur tiram juga memiliki potensi dalam hal ekonomi.

Seperti kebanyakan desa lainnya, Desa Imbanagara juga menghadapi tantangan baik berupa ekonomi maupun kualitas SDM dalam mengelola budidaya jamur berbasis digital marketing. Sasaran dari pengabdian ini adalah Kelompok Tani Sukahurip II. Kelompok Tani Sukahurip II ini masih memiliki pengetahuan dan keterampilan yang kurang dalam bidang teknologi khususnya di digital marketing Sumarta (2023).

Era globalisasi telah membawa banyak perubahan dan perkembangan khususnya dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi telah membawa perubahan hampir di seluruh sektor diantaranya sektor industry pendidikan, kesehatan, dan sektor lainnya. Perkembangan teknologi sangat memberikan dampak atau pengaruh terhadap sektor ekonomi. Hal ini ditandai dengan kemudahan akan akses informasi dan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Perkembangan ini menuntut masyarakat untuk dapat beradaptasi dan mengikuti perkembangan yang ada Acivrida (2023).

Sektor pertanian juga tidak luput dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dengan semakin terbuka luasnya peluang dalam meningkatkan efisiensi dan produktifitas. Akan tetapi petani di desa tidak dapat memanfaatkan potensi teknologi dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan masyarakat, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014. Sesuai dengan undang undang tersebut, suatu desa diberikan hak berupa kewenangan untuk dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat Nippi, A.T. (2019).

1
Dimensi pemberdayaan masyarakat mengandung tiga makna pengertian yaitu *enabling*, *empowering*, dan *protecting*, dalam merealisasikan pemberdayaan masyarakat melaksanakan tiga hal Effendy (2020) yaitu:

- a. *Enabling*
- b. *Empowering*,
- c. *Protecting*

1
Enabling, diartikan sebagai terciptanya iklim yang mampu mendorong berkembangnya potensi masyarakat. Tujuannya agar masyarakat yang bersangkutan mampu mandiri dan berwawasan yang berkesinambungan. *Empowering*, mengandung pengertian bahwa potensi yang dimiliki oleh masyarakat lebih diperkuat lagi. Pendekatan yang ditempuh adalah dengan cara meningkatkan skill dan kemampuan manajerial. *Protecting*, merupakan kegiatan pemberdayaan yang bersifat protektif, potensi masyarakat yang lemah dalam segala hal perlu adanya perlindungan secara seimbang agar persaingan yang terbentuk berjalan secara sehat.

Pemerintah juga berperan untuk dapat meningkatkan potensi yang dimiliki masyarakat dan juga kesejahteraan bagi masyarakat di desa tersebut. Sektor pertanian menjadi sangat penting di wilayah Desa Imbanagara Kabupaten Ciamis. Pengelolaan sektor pertanian yang bertujuan untuk dapat menjadikan kelompok tani yang mandiri, kreatif, dan juga dapat memberikan dampak bagi desa tersebut. Maka cara pengoptimalisasiannya di Desa Imbanagara dilakukan dengan cara mengalokasikan dana untuk kelompok tani yaitu Kelompok Tani Sukahurip II.

Pemberdayaan masyarakat harus berorientasi pada pembangunan kapasitas lokal dan memperkuat jaringan sosial Michael Edward (2022). Dari pernyataan tersebut maka dilakukan penerapan strategi digital marketing dalam budidaya jamur tiram dengan mitra Kelompok Tani Sukahurip II yang berlokasi di Aula Kelompok Tani Sukahurip II di Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis dengan proses pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi pemasaran online.

Kelompok Tani Sukahurip II memiliki potensi yang baik dalam membudidayakan jamur tiram. Namun seperti kebanyakan kelompok tani lainnya Kelompok Tani Sukahurip II tidak terlepas dari adanya tantangan dan permasalahan yang dihadapi. Permasalahan yang paling krusial bagi kelompok tani ini adalah permasalahan terkait digital marketing dan kualitas SDM yang kurang dalam pemanfaatan teknologi.

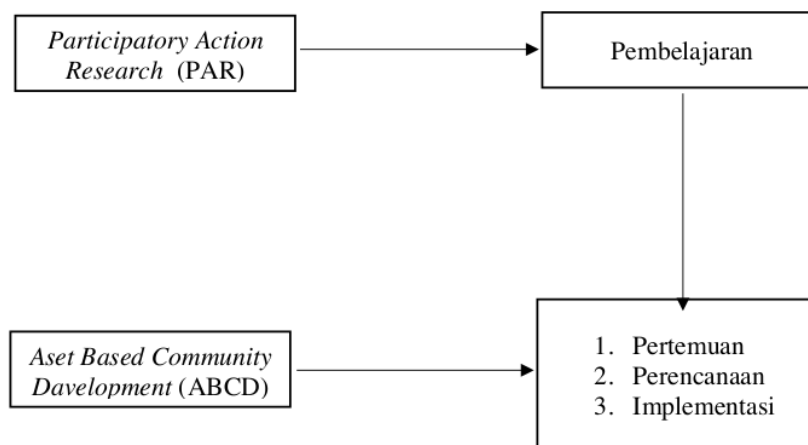
2. METODE

Participatory Action Research (PAR) digunakan sebagai pendekatan dalam pengabdian ini. Pendekatan ini lebih berfokus pada pembelajaran untuk dapat mengatasi masalah dan juga untuk dapat memenuhi kebutuhan praktis masyarakat. Kemudian metode ini juga lebih cenderung melihat kepada proses dari masyarakat itu sendiri. Dalam hal ini masyarakat perlu fasilitasi dan juga didampingi agar dapat mengetahui cara dalam berinovasi juga memasarkan hasil tani nya secara digital Afandi (2020).

Aset Based Community Davelopment (ABCD) pendekatan ini lebih berfokus pada pemanfaatan potensi masyarakat lokal yang sudah tersedia, tujuannya adalah untuk dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat dengan berfokus kepada permasalahan yang dihadapi dan juga kebutuhan dari masyarakat itu sendiri Alfandi et al (2023). Cara yang dilakukan di pendekatan ini yaitu: Pertama, pendekatan dengan cara mengadakan pertemuan langsung dengan Kelompok Tani Sukahurip II dan berkomunikasi terkait permasalahan yang tengah dihadapi. Kedua, melakukan perencanaan program bersama dengan Kelompok Tani Sukahurip II, merancang program digital marketing dengan memanfaatkan teknologi yang

cakupannya yaitu pembuatan Website, Instagram, Facebook, dan Tiktok dengan tujuan untuk dapat memasarkan hasil panen Kelompok Tani Sukahurip II. Ketiga, pengimplementasian pemanfaatan digital marketing kepada Kelompok Tani Sukahurip II melalui kegiatan sosialisasi dan juga memulai kampanye promosi dengan memanfaatkan media yang telah dibuat.

Pengabdian ini dilaksanakan mulai dari tanggal 6 Juni 2024 – 12 Juli 2024. Secara garis besar, kegiatan ini diawali dengan observasi yang dilakukan pada tanggal 6 Juli 2024 dengan tujuan untuk menganalisis keadaan, permasalahan serta potensi ekonomi lokal di Desa Imbanagara khususnya Kelompok Tani Sukahurip II mengenai potensi digital marketing.



Gambar 1. Tabel Tahapan Pengabdian

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kelompok tani jamur tiram sangat penting untuk meningkatkan ketahanan pangan, pemberdayaan ekonomi, pengembangan olahan makanan, pengelolaan usaha yang baik, pengembangan keterampilan dan penerapan strategi digital marketing dalam budidaya jamur tiram terutama kepada Kelompok Tani Sukahurip II.

Penggunaan *digital marketing* pada pemasaran produk jamur tiram hasil dari Kelompok Tani Sukahurip II akan membantu dalam peningkatan penjualan serta pemasaran produk tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan pemahaman, penjelasan mengenai manfaat *digital marketing* supaya dapat memaksimalkan potensi yang ada pada Kelompok Tani Sukahurip II.

Peningkatan kualitas SDM dari Kelompok Tani Sukahurip II juga menjadi sangat penting karena dengan adanya SDM yang berkualitas sehingga dapat memanfaatkan media *digital marketing* dengan baik.

Kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan pelatihan secara langsung terkait *digital marketing* pada tanggal 12 Juli 2024 di rumah salah satu anggota Kelompok Tani Sukahurip II Desa Imbanagara.

Tabel 1. Materi Pelaksanaan Pelatihan

Materi	Pembahasan	Tujuan
Perkenalan <i>digital marketing</i>	Definisi <i>digital marketing</i> , manfaat, tujuan serta strategi <i>digital marketing</i>	Meningkatkan pengetahuan peserta mengenai <i>digital marketing</i>
Perkenalan Sosial Media yang telah dibuat	Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk	Meningkatkan pengetahuan tentang sosial media marketing
Konten marketing	Perkenalan contoh konten yang telah dibuat oleh tim praktikum (pembuatan konten yang menarik, foto produk, website, dll)	Peserta dapat melanjutkan membuat isi konten yang akan dipasarkan

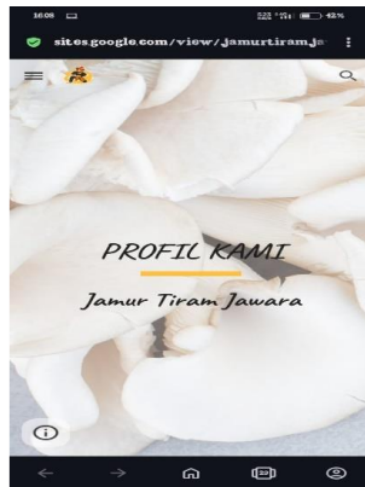
Sumber : Hasil Pengabdian, 2024.

Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara luring dengan dihadiri anggota Kelompok Tani Sukahurip II. Kegiatan pelatihan ini mengundang narasumber yang memberikan pelatihan yaitu pengenalan mengenai *digital marketing* , *sosial media marketing* dan konten marketing. Pada kegiatan pelatihan yang dilaksanakan, respon yang diberikan oleh anggota Kelompok Tani Sukahurip II sangat baik. Meskipun diawal kelompok ini masih sedikit kesulitan dalam penyerapan informasi yang disampaikan, namun meskipun demikian anggota kelompok Tani Sukahurip II memperlihatkan kaingin tahuan dan juga kemauan untuk dapat belajar terkait pemanfaatan *digital marketing*.

Pendampingan *digital marketing* dilanjutkan dengan pengenalan sosial media yang akan digunakan sebagai media promosi sekaligus penjualan produk jamur tiram. Beberapa pendampingan yang dilakukan yaitu pembuatan akun sosial media (Website, Instagram, Facebook, Tiktok) dan pembuatan konten seperti foto produk (jamur tiram) dan juga manfaatnya. Pembuatan konten yang menarik bagi konsumen menjadi satu strategi pemasaran produk yang cukup efektif. Dengan adanya konten yang menarik serta informatif yang disebarakan melalui media sosial maka nantinya akan meningkatkan kualitas penjualan jamur tiram kelompok tani sukahurip 2 kepada konsumen yang lebih luas. Ditambahkan oleh Widyartati (2017), pemilihan strategi yang tepat dalam menjalankan upaya pemasaran digital dapat meningkatkan laba pada terkait.

¹⁵ Kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat Nasution (2020). ¹² Pemasaran digital melalui sosial media merupakan sebuah platform internet yang

memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual Chakti (2022).
2 Strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan, sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antar berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya.



Gambar 2. Platform Website Jamur Tiram Jawara

Sumber : <https://sites.google.com/view/jamurtiramjawara-id>

Sumber : Dok Pribadi, 2024.

2 Keserasian seperti ini memang perlu dijaga, namun tidak tertutup kemungkinan untuk berubah dan diperbaiki bilamana lingkungan pemasaran yang dihadapi mengalami perubahan. Dengan demikian, strategi pemasaran harus bersifat dinamis, fleksibel, dan memiliki kelayakan untuk dilaksanakan Adisaputro (2019). Dari pernyataan tersebut bahwa penggunaan digital marketing sangat berpengaruh dalam meningkatkan strategi pemasaran yang dinamis, fleksibel, dan efektif. Dalam kegiatan pelatihan pengenalan digital marketing ini Kelompok Tani Sukahurip II dapat merealisasikan penggunaan digital dalam pemasaran melalui Website, Instagram, Facebook, dan Tiktok sehingga para Kelompok Tani Sukahurip II memiliki keunggulan dalam pemasaran berbasis digital yang dapat menguntungkan pemasaran produksi jamur tiram tersebut.

4. DISKUSI

Pengabdian masyarakat menggambarkan peran penting kegiatan dalam merangsang perubahan sosial yang signifikan. Budidaya jamur tiram yang dikelola oleh mitra pengabdian ini memiliki potensi guna meningkatkan kemajuan ekonomi lokal. Sebagian pelaku usaha selalu memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya Fadhli (2021). Kemampuan dalam menggunakan media sosial sebagai digital marketing menjadi peluang dan tantangan bagi mitra pengabdian ini. Dalam pemanfaatan digital marketing masih belum dilakukan secara optimal dan masih kurangnya literasi digital. Sumber Daya Manusia (SDM) dalam mitra pengabdian ini awalnya hanya menggunakan platform WhatsApp (WA) dalam hal penjualan dan promosi.

Maka diperlukan upaya-upaya yang mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan bagi pelaku usaha, khususnya pemasaran melalui media digital. Dalam konteks ini, pengabdian masyarakat bertujuan memfasilitasi adopsi teknologi dengan memberikan pelatihan dan dukungan yang dibutuhkan Mirani (2022). Pelatihan ini dilakukan dengan memberikan wawasan tentang digital marketing serta cara memanfaatkannya. Digital marketing menjadi salah satu strategi promosi yang dilakukan secara daring melalui media digital, dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok maupun Website. Media sosial saat ini ⁵ menjadi platform yang paling sering digunakan kalangan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi menjadi berkembang dengan pesat Ashlihah (2021). Oleh karena itu media sosial mempunyai manfaat bagi pemilik usaha, yaitu mempermudah memperkenalkan produk hasil usaha yang dimiliki.

Dengan kemampuan pemanfaatan media marketing diharapkan meningkatkan kesejahteraan pada mitra pengabdian ini. Karena dengan kekuatan media marketing dari pembuatan konten yang disajikan di media sosial akan menjadi daya tarik bagi konsumen.

5. KESIMPULAN

Pemberdayaan Kelompok Tani Sukahurip II dilaksanakan sebagai bentuk dari pelaksanaan “tri dharma perguruan tinggi” yang salah satunya melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk dapat menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat khususnya untuk Kelompok Tani Sukahurip II.

Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat ini kami mendapatkan hasil diantaranya:

- a. Telah dilaksanakannya kegiatan pemberdayaan sekaligus pelatihan teknologi khususnya pemanfaatan digital marketing untuk dapat memperluas jangkauan pasar dari hasil panen Kelompok Tani Sukahurip II.
- b. Telah berhasil membuat beberapa platform digital atau sosial media seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan Website. Media ini digunakan sebagai tempat pemasaran sekaligus dapat memberikan informasi tentang hasil panen Kelompok Tani Sukahurip II dan harganya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Sebagai pelaksana pengabdian kepada masyarakat Kelompok Tani Sukahurip II, kami mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan pemberdayaan Universitas Galuh, Fisip Universitas Galuh, dan program studi ilmu pemerintahan. Selain itu, kepada para dosen yang telah memberikan pelatihan kepada Kelompok Tani Sukahurip II untuk memastikan bahwa pengabdian ini berjalan dengan baik. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang berpartisipasi dalam kegiatan ini, termasuk Kelompok Tani Sukahurip II di desa Imbanagara, Kabupaten Ciamis, dan dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan motivasi dan dukungan terus menerus selama kegiatan pengabdian.

DAFTAR REFERENSI

- Alamsyah, A. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pemberdayaan Masyarakat. Jakarta: Penerbit Media Karya.
- Amin, M. S., & Sari, N. (2022). Teknik Budidaya Jamur Tirami: Panduan Praktis untuk Petani Pemula. Yogyakarta: AgroTekno Press.
- Arifin, Z. (2020). "Penerapan Digital Marketing dalam Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan." Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 15(2), 120-135.
- Hadi, S. (2023). Strategi Pemasaran Digital untuk Usaha Mikro dan Kecil. Bandung: Edukasi Pustaka.
- Hasanah, R. (2021). "Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tirami di Indonesia." Jurnal Agribisnis dan Kewirausahaan, 10(3), 45-59.
- Irfan, M., & Pratiwi, R. (2022). Budidaya Jamur Tirami: Teknik dan Strategi Pemasaran Modern. Surabaya: Penerbit AgriPress.
- Jumadi, O., Rahmah Wahyuddin, N., & Anny Suryaningsih Taufieq, N. (2023). Pemberdayaan Kelompok Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) Melalui Penerapan Teknologi dan Inovasi dalam Peningkatan Produksi, Diversifikasi Produk, Branding

Produk, dan Pemanfaatan Limbah. MALLOMO: Journal of Community Service, 4(1), 203–217. <https://jurnal.umsrappang.ac.id/mallomo/index>

Kurniawan, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Budidaya Jamur dan Teknologi Informasi. Malang: CV. Pustaka Sejahtera.

Lestari, D., & Wijaya, S. (2023). "Integrasi Digital Marketing dalam Program Pemberdayaan Masyarakat untuk Budidaya Jamur Tiram." Jurnal Teknologi dan Inovasi, 9(4), 78-91

Made, N., Pramuki, W. A., Putu, N., Kusumawati, A., Ayu, P. C., Hutnaleontina, P. N., & Yuliantari, Y. (2021). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL PADA UMKM “BAKUL CRAF” DI BANJAR PADANG TEGAL TENGAH UBUD-GIANYAR.

Maharani, I. P., Mufarrokh, L., Suryaningsih, R. T., Hanum, Y. M., Prasetyo, Y., & Nurhayati, E. (2024). Pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 5(3), 478–488. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22029>

Maulidan, A. H., & Ajizah, N. (2024). PENDAMPINGAN MELALUI DIGITALISASI MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PRAKTIK PEMASARAN PRODUK JAMUR TIRAM DAN IKAN NILA PADA CV KINARYA SUMBER MANDIRI. In PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 5, Issue 1). https://www.instagram.com/rumah_jamur_ksm?igsh=ZGU1ZmhhaHdmbTcx

Mega Charisma, A., Kriswibowo, R., & Farida, E. A. (2023). Branding “Koran (Kopi Durian)” Di Desa Wonosalam Sebagai Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Berbasis Digital Marketing. Community Development Journal, 4, 9143–9149.

Prabowo, T. (2022). Digital Marketing untuk Petani: Panduan Lengkap dan Praktis. Jakarta: Penerbit Kreatif.

Retno Pratiwi, L., & Mulyono, D. (2023). Jurnal Comm-Edu Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Kupat Tahu Khas Padalarang. Jurnal Comm-Edu, 6(2).

Rosyid, A. F., & Ahsani, N. Al. (2024). Pengembangan ngaji hadis melalui software mausuah al-hadith al-sharif untuk mencegah pemahaman radikal. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 4(4), 761–775. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i4.21278>

Salsabilah, C., & Hardiansyah, A. (2024). Strategi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Madu Lebah Klanceng (Trigona) Di Ogan Komering Ulu.

Santi, I. H., & Guntarayana, I. (2022). Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pemanfaatan Digital Marketing Pemasaran Hasil Pertanian Berbasis Online Pada Kelompok Tani Sapto Gati Desa Pojok Garum Kabupaten Blitar. Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1, 72–80. <https://journal.sinergicendikia.com/index.php/emp>

Santoso, B. (2021). Analisis Keberhasilan Digital Marketing dalam Budidaya Jamur Tiram. Makassar: Penerbit Ilmu Sosial

10
Saputra, R., Ardiani, L. N., & Setiadi, A. (2020). Digital Marketing sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Batang.

Suryanatha, I. B., Ningrum, W. S., Ahriyati, Hapsari, I., & Ryamizardin, D. (2024). Inovasi produk rotan serta peningkatan skill digital marketing berbasis e-commerce dan media sosial dalam menunjang local pride. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 4(4), 816–825. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i4.21119>

8
Zaifuddin, Z. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Online Marketing: Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa Berbasis Digital. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 10(1), 31. <https://doi.org/10.37064/jpm.v10i1.10044>

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Budidaya Jamur Tiram Berbasis Digital Marketing di Desa Imbanagara

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	kesmas.ulm.ac.id Internet Source	3%
2	repository.stimykpn.ac.id Internet Source	2%
3	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	2%
4	riset.unisma.ac.id Internet Source	1%
5	Jason Tandoko, Vionisia Efelin Utama, Diondre Theodore, Abigail Wulung, Elia Ardyan. "Strategi Inovasi Pemasaran Produk pada UMKM Pisana di Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan", Prapanca : Jurnal Abdimas, 2024 Publication	1%
6	journal.umg.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1%

8	jppipa.unram.ac.id Internet Source	1 %
9	ejournal.arimbi.or.id Internet Source	1 %
10	journal.ubm.ac.id Internet Source	1 %
11	journal.ppmi.web.id Internet Source	1 %
12	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	1 %
13	sidik.serangkota.go.id Internet Source	1 %
14	journal.ikipsiliwangi.ac.id Internet Source	1 %
15	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1 %
16	journal.lppspsemarang.org Internet Source	1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1 %