



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

Implementasi *Digital Marketing Booster* Fermentasi Mandiri Dalam Peningkatan Pendapatan Kelompok Tani Lestari II

Aris Sunandes ¹ | Palupi Puspitorini ^{2*} | Alfian Setya Winurdana ³ | Dyah Pitaloka ⁴

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Balitar, Kota Blitar, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

^{2*} Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Balitar, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

³ Program Studi Ilmu Ternak, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Balitar, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

⁴ Program Studi Agroteknologi, Fakultas Sainteks, Universitas Islam Raden Rahmad Malang, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Correspondence

^{2*} Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Balitar, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.
Email: puspitorini.palupi@gmail.com.

Funding information

Universitas Islam Balitar.

Abstract

The aim of this research is to apply digital marketing of an independent fermentation booster to increase the income of the Sustainable Farmers Group II located in Tegalrejo Village, Selopuro District, Blitar Regency. In general, this group focuses energy and time on developing an independent fermentation booster for their silage. The process of implementing digital marketing with empowerment begins with intensive training in making independent fermentation boosters. Farmers are thoroughly trained in proper fermentation techniques to produce high quality silage. This training not only emphasizes technical skills, but also introduces essential business management concepts. Farmers are taught production planning, quality control, and inventory management to ensure consistency and sustainability in their booster production. They gain skills in brand building, creating engaging content, and leveraging digital analytics to increase the visibility and sales of their self-fermentation boosters with digital marketing. Assistance has been proven to be able to increase income results through making fermentation boosters independently, while the excess from making it becomes added value for resale and is able to provide side income which has results equivalent to the Blitar Regency minimum wage, this is significant in increasing income for farmer groups Lestari II in optimizing their agricultural potential in a sustainable manner.

Keywords

Independent Fermentation Booster; Silage; Business Management; Digital Marketing.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan digital marketing booster fermentasi mandiri dalam peningkatan pendapatan Kelompok Tani Lestari II yang berada di Desa Tegalrejo Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar, secara umum kelompok ini memfokuskan energi dan waktu untuk mengembangkan booster fermentasi mandiri untuk silase mereka. Proses implementasi digital marketing dengan pemberdayaan dimulai dengan pelatihan intensif dalam pembuatan booster fermentasi mandiri. Para petani dilatih secara mendalam dalam teknik fermentasi yang tepat untuk menghasilkan silase yang berkualitas tinggi. Pelatihan ini tidak hanya menekankan keahlian teknis, tetapi juga memperkenalkan konsep-konsep manajemen bisnis yang esensial. Para petani diajari tentang perencanaan produksi, pengendalian kualitas, dan manajemen inventaris untuk memastikan konsistensi dan keberlanjutan dalam produksi booster mereka. Mereka memperoleh keterampilan dalam membangun merek, menciptakan konten yang menarik, dan memanfaatkan analitik digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan booster fermentasi mandiri mereka dengan digital marketing. Pendampingan telah terbukti mampu untuk meningkatkan hasil pendaptannya melalui pembuatan booster fermentasi secara mandiri, sedangkan kelebihan dari pembuatan tersebut menjadi nilai tambah untuk dijual lagi dan mampu memberikan pendapatan sampingan yang memiliki hasil setara dengan upah minimum Kabupaten Blitar, hal ini signifikan dalam meningkatkan pendapatan pada kelompok tani Lestari II dalam mengoptimalkan potensi pertanian mereka secara berkelanjutan.

Kata Kunci

Booster Fermentasi Mandiri; Silase; Manajemen Bisni; Digital Marketing.

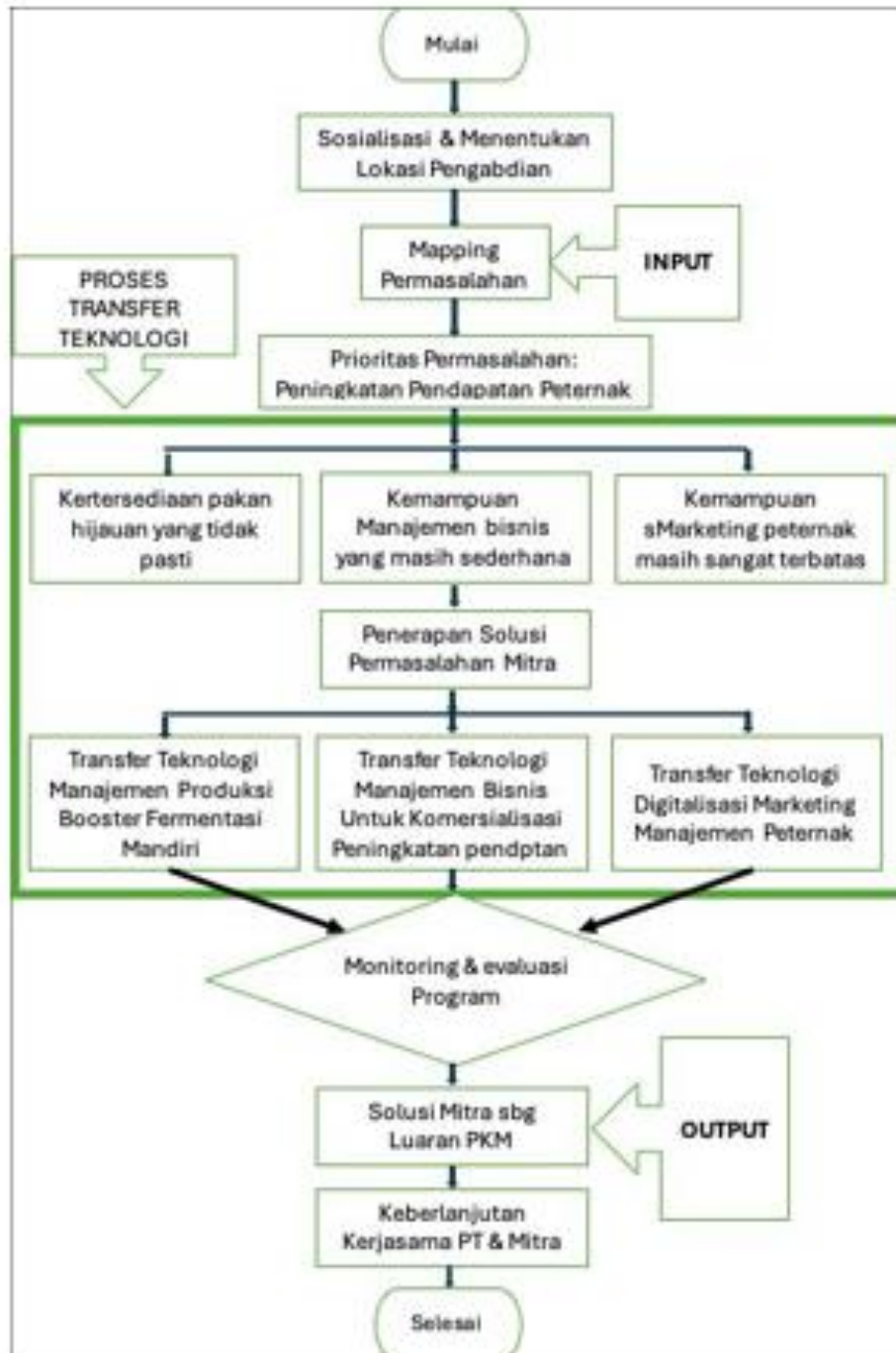
1 | PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang tidak bisa kita hindari dan terus menerus berjalan seiring dengan perkembangan kemampuan manusia untuk menghasilkan suatu produk atau jasa agar memenuhi kebutuhan dan keinginan kepada masyarakat, demikian pula pertumbuhan bisnis yang semakin menuntut pada pola kerja yang serba cepat, akurat dan terintegrasi, teknologi hadir untuk menjawab hal tersebut. Internet sudah tidak bisa kita hindari sepenuhnya, karena memberikan peluang bisnis yang baik dalam meraih konsumen dari berbagai kalangan dengan area cakupan yang lebih luas. Pemanfaatan teknologi hampir di semua bidang harus disikapi dengan lapang dada untuk dapat menerima dan mengambil segi positifnya untuk meningkatkan value pada perusahaan. Dunia pertanian tidak bisa lepas dari hal tersebut, mulai dari teknologi bercocok tanam, hingga rekayasa yang dihasilkan di masa ini. Pesatnya perkembangan teknologi ini juga memberikan dampak pada teknik pemasaran yang dulunya konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*) (Yacub & Mustajab, 2020) selanjutnya di Indonesia pencarian barang secara online di angka lebih dari 90% pada tahun 2019, hal ini menunjukkan bahwa digital marketing semakin hari semakin besar prosentasi pertumbuhannya, peluang ini lah yang harus ditangkap oleh petani di Kelompok Tani Lestari II dalam menjalankan digital marketing. *Sustainable Development Goals (SDGs)* merupakan upaya dalam mensejahterakan masyarakat yang dilakukan dalam skala global dan berkelanjutan dalam memberikan kesejahteraan, perdamaian dan kemakmuran bagi seluruh insan manusia di planet bumi, dengan tetap menjaga kelestariannya. (Irianto & Amirya, 2023) Untuk mendukung agenda tersebut maka terdapat relevansi terhadap peningkatan kapasitas mitra yang berpotensi untuk dikembangkan dengan tujuan meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat dalam hal ini adalah Kelompok Tani Lestari II yang mempunyai fokus kegiatan dan usaha di bidang pengelolaan hewan ternak. Kelompok Tani ini terletak di Dusun Ngandengan Desa Tegalrejo Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar (Sudarwati & Nasution, 2023) Potensi lokal yang ada di Kabupaten Blitar dapat dikatakan relatif beragam dan selalu berlebih. Hal ini didasarkan pada Perda Provinsi Jawa Timur Nomor 5 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Jawa Timur Tahun 2011-2031.

Rencana pengembangan kawasan di Kabupaten Blitar, terdiri dari Kawasan hortikultura, perkebunan, peternakan dan perikanan. Dengan luas kawasan pertanian sebesar 31.725 hektar termasuk didalamnya peternakan, perkebunan, hortikultura dan tanaman pangan tumbuh dengan baik dan berkembang serta memegang peran penting dalam proses pertumbuhan ekonomi Kabupaten Blitar. Kontribusi sektor pertanian sebesar 30% setiap tahun, tidak hanya pertanian, akan tetapi juga sektor perikanan dan kehutanan. Prosentasi tersebut selalu berkontribusi tidak kurang dari tiga puluh persen pada PDRB Kabupaten Blitar. Sebagian penduduk Desa Tegalrejo bekerja sebagai petani atau peternak yang tergabung dan dikelola dalam suatu organisasi berbentuk kelompok tani. Kelompok Tani Lestari II merupakan bagian dari organisasi di Desa Tegalrejo yang menaungi penduduk dengan profesi sebagai peternak. Salah satu komoditi peternak di Desa Tegalrejo adalah peternak ruminansia (Sapi, Kambing, Domba dan Kerbau) dengan jumlah ternak Sapi potong Sebanyak 980 ekor, Sapi perah 320 ekor, kambing 2072 ekor, domba 1009 ekor dan kerbau 31 ekor (BPS, 2023). Jenis ternak tersebut memerlukan hijauan makanan ternak (HMT) untuk proses produksi. Hijauan Makanan ternak akan melimpah pada musim penghujan dan akan menurun ketika musim kemarau. Melimpahnya hijauan pada musim kemarau perlu diolah menjadi silase, namun pada pengolahannya dibutuhkan starter mikroba untuk mempercepat dan mengurangi tingkat kebusukan hijauan pakan ternak, namun starter mikroba memerlukan tambahan biaya yang lebih sehingga menurunkan minat peternak untuk mengolah hijauan pakan mereka menjadi silase (Winurdana *et al.*, 2023) Kurangnya minat untuk mengolah pakan hijauan menjadi silase dikarenakan juga kurangnya pengetahuan peternak sehingga kegagalan dalam mengolah menjadi silase menjadi rumput yang berbau busuk dan akan berdampak pada musim kemarau yang menyebabkan kurangnya pakan pada ternak ruminansia. Selain tidak diolahnya hijauan pakan ternak menjadi silase, peternak akan mencari hijauan pakan setiap hari dan memerlukan banyak waktu dan tenaga, sehingga pemeliharaan ternak ruminansia kurang efisien dilakukan. Hijauan yang tidak terolah menjadi silase akan dibiarkan oleh peternak sehingga berumur terlalu tua dan akan menurunkan kandungan nutrisi pada hijauan pakan ternak. (Widyasworo, 2020). Digital Marketing Manajemen merupakan pengenalan pemasaran modern (*Price, Brand, Packaging, Relationship*) dimana peternak dikenalkan pada pemasaran modern yang konsepnya akan lebih disederhanakan sehingga bisa diterapkan langsung dan sesuai dengan kondisi peternak di lapangan. Penerapan digital marketing pada produk penghasil nilai tambah berupa produk booster starter fermentasi sebagai produk baru yang dibuat bisa memberikan kegiatan ekonomi baru kepada peternak sebagai hasil tambahan. Hasil ini adalah merupakan skill baru yang diperoleh selama transfer teknologi. Penerapan marketing mix berbasis online yaitu (*community building, original event programming, convinience, connectivity*). Penerapan marketing mix online ini akan disesuaikan dengan keberadaan dan kemampuan peternak yang akan dilakukan monitoring dan evaluasi secara terus menerus, sehingga kemampuan peternak akan semakin lebih baik dan luas dalam bidang pemasaran dengan jangkauan lebih luas bagi produknya.

2 | METODE

Metode pelaksanaan Pemberdayaan berbasis Masyarakat: *Digital Marketing Booster* fermentasi mandiri pada kelompok tani Lestari II berdasarkan analisis situasi, permasalahan dan solusi yang ditawarkan digambarkan dalam diagram alir sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Proses perencanaan dimulai dengan cara yaitu sosialisasi dan menentukan lokasi dengan melakukan survey, menghimpun data dan menentukan prioritas permasalahan yang terjadi pada mitra yaitu Kelompok Tani Lestari II di Kabupaten Blitar menentukan prioritas permasalahan yaitu peningkatan pendapatan peternak dengan sub

permasalahan 1). ketersediaan pakan yang tidak pasti, 2) kemampuan manajemen bisnis yang sederhana, 3) kemampuan marketing peternak masih sangat terbatas, penerapan solusi permasalahan mitra, transfer teknologi manajemen booster fermentasi mandiri agar menjamin ketersediaan pakan pada mitra, transfer teknologi manajemen bisnis untuk komersialisasi peningkatan pendapatan mitra, transfer teknologi digitalisasi marketing manajemen peternak pada mitra (meliputi pelatihan marketing, digital marketing dan pembuatan konten kreatif, monitor pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, evaluasi internal perguruan tinggi Dikti dan eksternal Dikti, monitoring dilaksanakan minimal 1 bulan sekali, kemudian hasil evaluasi digunakan untuk proses perbaikan berkelanjutan (Kurniastuti & Puspitorini, 2023) Berupa pendampingan program dan evaluasi agar program berjalan sesuai dengan tujuan. Pendampingan ini juga digunakan untuk mengantisipasi dampak dari hal di luar program yang membutuhkan keputusan dari akademisi sebagai tenaga ahli.

3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Kegiatan program ini dilakukan dengan cara menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang bertujuan meningkatkan pendapatan peternak dengan cara pembuatan booster fermentasi mandiri yang akan dipakai internal peternak dan dipasarkan dalam jangkauan yang lebih luas yang digambarkan seperti skema berikut.



Gambar 3. Kegiatan pada program PKM yang meliputi 3 fokus yaitu peningkatan pendapatan, pembuatan booster fermentasi untuk silase dan peningkatan pemasaran dengan digital marketing

Solusi dan hasil pengabdian kepada masyarakat yang merupakan kesepakatan dari pemecahan masalah mitra yaitu Kelompok Tani Lestari II adalah peningkatan pendapatan kelompok dengan cara pemberdayaan dan pembuatan booster fermentasi sehingga kelompok mampu membuat sendiri boosternya dan bahkan bisa menjual booster fermentasi tersebut dengan kemampuan manajerial dan digital marketing yang telah dihasilkan dan pelatihan dan transfer teknologi (Kurniawan *et al.*, 2020).

3.1.1 Bidang Produksi



Gambar 2. Permasalahan produksi dan solusi pemecahan masalah produksi dengan penerapan teknologi inovasi *feed fermented*

Kegiatan bidang produksi untuk menyelesaikan permasalahan pada bisnis ini meliputi kegiatan pelatihan pembuatan booster fermentasi untuk pembuatan silase pakan ternak yang awet (Winurdana *et al.*, 2023). Peningkatan pendapatan dengan menggunakan booster mandiri mengurangi biaya pengawetan pakan, dari biaya awal Rp.35.000,- menjadi Rp.5.000,- per liter, sehingga ada penghematan biaya sebesar Rp.30.000,-. Penghematan ini bisa digunakan oleh peternak mengurangi ongkos produksi sehingga biaya produksi menjadi lebih rendah dan mampu meningkatkan laba yang diperoleh. Pembuatan booster mandiri ini mengurangi tingkat kebusukan pakan fermentasi. Booster mandiri dapat diperbaharui atau dikembangkan produksinya sendiri oleh petani (Winurdana *et al.*, 2023) sehingga menjamin keberlangsungan usaha pembuatan booster sebagai upaya meningkatkan pendapatan petani. Kegiatan pelatihan akan dilanjutkan dengan kegiatan praktik produksi dimana kesepakatan yang telah dicapai oleh pihak mitra yaitu masyarakat yang tergabung pada Kelompok Tani Lestari II dengan tim yaitu bahwa mitra telah menyetujui dengan adanya alat-alat produksi yang akan disediakan oleh Tim pada masa sebelum produksi atau pra produksi, agar proses produksi berjalan dengan baik dan lancar, mahasiswa juga memberikan peran yaitu membantu dalam penyiapan lahan untuk proses produksi. tim sebagai narasumber dalam melakukan transfer teknologi dan pelatihan serta pendampingan proses, senantiasa memberikan pendampingan dan memantau agar pra proses produksi berjalan sesuai dengan rencana, pekerjaan yang juga dilakukan oleh tim dan juga mahasiswa adalah membuat catatan harian, dokumen kegiatan, dokumen pendanaan, kegiatan yang didokumentasikan baik berupa foto dan video kegiatan, disamping itu juga dilakukan pendampingan untuk manajerial skill bagi kelompok tani agar mampu melakukan usaha dan analisis usahanya sehingga menjadi petani dan usahawan handal. Proses ini dilakukan secara kontinyu dan berkesinambungan. Mahasiswa akan turut mendampingi kelompok sekaligus belajar dalam proses produksi secara menyeluruh dan mempercepat proses digital marketing di kelompok (Sunandes *et al.*, 2022).



Gambar 3. Hasil inovasi booster F yang digunakan sebagai pengawet rumput pakan

3.1.2 Bidang Manajerial dan SDM

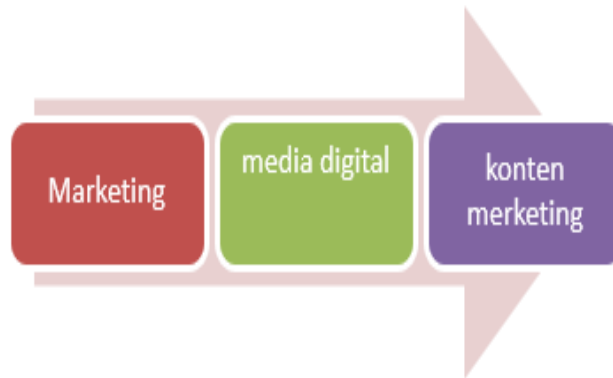
Solusi permasalahan mitra yaitu dengan meningkatkan pendapatan Kelompok Tani dan Ternak Lestari II dengan cara: peningkatan pendapatan yang bersumber dari usaha sampingan yang memberikan profit bagi kelompok, oleh karena itu mereka harus dibekali dengan manajemen usaha; penanganan usaha yang baik dengan pembekalan manajemen yang sistematis, terstruktur dan memberikan tugas dan fungsi yang jelas pada masing-masing bagian dalam organisasi yang ada dalam kelompok tersebut.; memberikan ketrampilan tentang pencatatan dan dokumentasi yang baik sebagai dasar untuk membentuk manajerial skill yang baik; tidak lupa pula memberikan komunikasi dan mendorong untuk tidak segan-segan melakukan kolaborasi dengan pihak lain demi peningkatan mutu dan kualitas kelompok (Simarmata *et al.*, 2023).



Gambar 4. Penyelesaian masalah manajemen usaha dengan peningkatan skill manajemen usaha

3.1.3 Bidang Pemasaran

Bidang Manajemen Pemasaran adalah masih belum menerapkan *digital marketing* untuk meningkatkan pendapatannya karena tidak ada tambahan produk selain produk ternak mereka sendiri yang dijual di pasar atau pada tengkulak yang datang pada peternak (Puspitorini *et al.*, 2023).



Gambar 5. Solusi Pemasaran Booster Fermentasi dengan digital marketing

Untuk memperluas jangkauan pemasaran pada usaha peternakan Kelompok Tani Lestari II yang kondisi saat ini masih menggunakan cara pemasaran konvensional maka akan diberikan inovasi dengan penerapan *Digital Marketing* yaitu konten kreatif dan media sosial *marketplace* yang disesuaikan dengan kemampuan peternak (Sunandes *et al.*, 2022).

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa implementasi digital marketing berperan signifikan dalam meningkatkan pendapatan petani. Penggunaan strategi digital marketing memperluas akses petani ke pasar yang sebelumnya tidak terjangkau oleh metode pemasaran tradisional. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Yacub & Mustajab (2020), yang mengemukakan bahwa pemasaran digital memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha kecil dan menengah dengan meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar. Lebih lanjut, pengenalan manajemen bisnis dalam pelatihan yang diselenggarakan turut berkontribusi terhadap kesuksesan program ini. Penelitian oleh Irianto & Amirya (2023) menekankan pentingnya pemahaman yang baik mengenai manajemen bisnis, termasuk perencanaan produksi dan pengendalian kualitas, untuk memastikan keberlanjutan usaha di sektor pertanian. Strategi ini terbukti tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi, tetapi juga memperbaiki kualitas produk yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Lestari II. Penggunaan teknologi fermentasi mandiri sebagai bagian dari strategi peningkatan pendapatan menunjukkan hasil yang positif. Penghematan biaya produksi hingga 85%, sebagaimana dicatat dalam penelitian ini, menjadi bukti bahwa teknologi fermentasi mandiri mampu menawarkan solusi yang ekonomis dan efisien bagi para petani. Penelitian Winurdana *et al.* (2023) mendukung hasil ini, menunjukkan bahwa teknologi fermentasi dapat mengurangi tingkat kebusukan pakan, sehingga meningkatkan ketersediaan pakan berkualitas selama musim kemarau. Selain itu, penelitian Widyasworo (2020) menyoroti pentingnya pelatihan dan pendampingan intensif dalam memastikan keberhasilan adopsi teknologi baru oleh petani. Hal ini relevan dengan temuan dalam studi ini, di mana transfer teknologi dan pelatihan dalam pembuatan booster fermentasi mandiri menjadi faktor kunci keberhasilan program. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, petani tidak hanya mampu memproduksi silase berkualitas tinggi, tetapi juga mengoptimalkan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran produk mereka.

Peningkatan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk fermentasi mandiri memberikan dampak yang signifikan, baik secara ekonomi maupun sosial, bagi komunitas petani. Penelitian Sudarwati & Nasution (2023) menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan dari usaha pertanian secara langsung berkontribusi pada kesejahteraan sosial petani dan keluarganya. Dalam kasus Kelompok Tani Lestari II, peningkatan pendapatan yang setara dengan upah minimum Kabupaten Blitar mengindikasikan bahwa program ini berhasil memberikan nilai tambah yang berarti bagi para anggotanya. Penerapan digital marketing yang berhasil dalam meningkatkan penjualan produk juga membuka peluang baru bagi petani untuk mengembangkan usaha mereka ke pasar yang lebih luas. Sunandes *et al.* (2022) mencatat bahwa digitalisasi pemasaran memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk bersaing di pasar yang lebih luas, yang sebelumnya sulit dijangkau dengan metode pemasaran konvensional. Keberhasilan implementasi digital marketing dan teknologi fermentasi mandiri dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Kurniastuti & Puspitorini (2023) menekankan bahwa penerapan teknologi dalam sektor pertanian perlu didukung dengan pelatihan yang memadai dan pendampingan

berkelanjutan untuk memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diadopsi dan dimanfaatkan secara optimal oleh petani. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa dengan strategi pemberdayaan yang tepat, petani tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga mengembangkan keterampilan baru yang akan mendukung keberlanjutan usaha pertanian mereka di masa depan.

4 | KESIMPULAN

Pada kegiatan pemberdayaan berbasis masyarakat dalam peningkatan pendapatan dengan menggunakan booster mandiri mengurangi biaya pengawetan pakan, dari biaya awal Rp.35.000,- menjadi Rp.5.000,- per liter, sehingga ada penghematan biaya sebesar Rp.30.000,-. Penghematan ini bisa digunakan oleh peternak mengurangi ongkos produksi sehingga biaya produksi menjadi lebih rendah dan mampu meningkatkan laba yang diperoleh. Pembuatan booster mandiri ini mengurangi tingkat kebusukan pakan fermentasi. Booster mandiri dapat diperbaharui atau dikembangkan produksinya sendiri oleh petani, sehingga menjamin keberlangsungan usaha pembuatan booster sebagai upaya meningkatkan pendapatan petani. Penambahan skil/kemampuan peternak yang dapat membuat booster fermentasi sendiri. Peningkatan kemampuan menjual hasil produk booster maupun hasil ternak melalui digital marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, juga apresiasi kepada Universitas Islam Balitar sebagai afiliasi yang dengan penuh fasilitas dan jejaring yang solid dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, juga kepada kelompok Tani Lestari II yang telah melaksanakan kegiatan dengan penuh antusias, juga kepada pihak lain yang memberikan dukungan baik fasilitas fisik maupun dukungan moril terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui program Bima.

REFERENSI

- Amirya, M., & Irianto, G. (2023). Tantangan Implementasi Sustainable Development Goals (SGDs) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 9(1), 187-198. DOI: <https://doi.org/10.24252/jiap.v9i1.38916>.
- Astuti, M. P. A., Rahmawati, R. Y., & Winurdana, A. S. (2023). ESTIMASI NILAI HERITABILITAS DAN NILAI PEMULIAAN BOBOT SAPIH KAMBING SAPERA DI CV. BHUMI NARARYA FARM, KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA. *AVES: Jurnal Ilmu Peternakan*, 17(2), 1-6.
- Bizikova, L., Nkonya, E., Minah, M., Hanisch, M., Turaga, R. M. R., Speranza, C. I., ... & Timmers, B. (2020). A scoping review of the contributions of farmers' organizations to smallholder agriculture. *Nature Food*, 1(10), 620-630.
- Jamal, S. W., & Suparno, S. (2022). A Solution Management in Handling Economic Inequality Among Agrarian Communities. *BHUMI: Jurnal Agraria dan Pertanahan*, 8(1), 68-83. DOI: <https://doi.org/10.31292/bhumi.v8i1.528>.
- Kurniawan, F., Winurdana, A. S., & Sudani, E. T. (2020). EFISIENSI PEMBERIAN ONGGOK TERFERMENTASI *Trichoderma viride* PADA AYAM KAMPUNG SUPER (*Gallus domesticus* sp) TERHADAP EFISIENSI PAKAN & IOFC. *AVES: Jurnal Ilmu Peternakan*, 14(2), 36-45.
- Puspitorini, P. (2023). Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik di P4S Kelurahan Karang Sari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. *Joong-ki*, 2(1), 111-116.
- Puspitorini, P., & Sunandes, A. (2023). Peningkatan Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Menuju A Real Nursery Business. *IPTEKS*, 9(2), 156-163.
- Puspitorini, P., Purwatiningsih, R., & Sunandes, A. (2024). Peningkatan Kapasitas Bisnis Sampah Rumah Tangga Pada Kelompok Bank Sampah Tunas Sejahtera Kota Blitar. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 240-246. DOI: <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.328>.

- Reidsma, P., Bakker, M. M., Kanellopoulos, A., Alam, S. J., Paas, W., Kros, J., & de Vries, W. (2015). Sustainable agricultural development in a rural area in the Netherlands? Assessing impacts of climate and socio-economic change at farm and landscape level. *Agricultural Systems*, 141, 160-173. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2015.10.009>.
- Sudarwati, L., & Nasution, N. F. (2024). Upaya Pemerintah dan Teknologi Pertanian dalam Meningkatkan Pembangunan dan Kesejahteraan Petani di Indonesia. *Jurnal Kajian Agraria Dan Kedaulatan Pangan (JKAKP)*, 3(1), 1-8.
- Sunandes, A., Zamrodah, Y., Puspitorini, P., & Putri, R. L. (2022). Pengembangan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Komersialisasi Usaha Batik Kembang Turi. *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 16(2), 140-145. DOI: <https://doi.org/10.35457/viabel.v16i2.2503>.
- Warsaw, P., Archambault, S., He, A., & Miller, S. (2021). The economic, social, and environmental impacts of farmers markets: Recent evidence from the US. *Sustainability*, 13(6), 3423. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13063423>.
- Winurdana, A. S., & Widyasworo, A. (2022). Pengabdian kelompok ternak sapi melalui formulasi pakan di gapoktan rukun tani desa sutojayan kabupaten blitar. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Nusantara (JPPNu)*, 4(2), 114-119. DOI: <https://doi.org/10.28926/jppnu.v4i2.135>.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis pengaruh pemasaran digital (digital marketing) terhadap brand awareness pada e-commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198.

How to cite this article: Sunandes, A., Puspitorini, P., Winurdana, A. S., & Pitaloka, D. (2024). Implementasi Digital Marketing Booster Fermentasi Mandiri Dalam Peningkatan Pendapatan Kelompok Tani Lestari II. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 259-266. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.336>.