

Pemberdayaan Petani Bibit Cabe Berbasis Strategi Pemasaran Online Di Desa Telun Berasap Kabupaten Kerinci

Kurniati Karim^{1*}, Hamsiah², Adek Irma Rosi³, Danang Andriyanto⁴, Raviz Adi⁵, Rion Sandri⁶

¹²³ Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

⁴⁵⁶ Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

*Corresponding Author:

Email Addree: atiekkarim299@gmail.com

Received: 1 August 2023 Revised: 02 September 2023 Accepted: 20 September 2023

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i3.740>

Abstrak

Kelompok petani cabe loker masih memiliki keterbatasan dalam melakukan proses produksi dan pemasaran, yang masih dilakukan secara manual dengan dititipkan pada toko-toko yang menjual pupuk serta bibit tanaman. Sementara, berdasarkan teori, pemasaran memegang peranan penting bagi perusahaan(1), dimana semua kegiatan menerapkan inovasi baik dalam pemasaran maupun keuangan, namun kelompok tani ini belum mampu mengembangkan usahanya, akibatnya kesejahteraan keluarga belum memadai yang disebabkan hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan tenaga dan modal yang dikeluarkan. Penyebabnya adalah karena belum adanya sentuhan teknologi sederhana dalam kegiatan mereka dalam pengelolaan produk yang masih seadanya dan pemasaran yang dilakukan masih menitipkan ke toko-toko, serta dari kunjungan ke tempat pembuatannya. Informasi mengenai produk tersebut belum tersebar, serta belum adanya merk, sehingga apabila dibawa keluar dari Kabupaten Kerinci maka daerah lain dapat mengakui cabe daerah produksi mereka.

Dari fenomena tersebut, maka tujuan PMP ini adalah memberi edukasi kepada kelompok tani mengenai proses produksi yang sesuai standar (prosedur kerja, proses kerja yang aman dan bersih/steril), serta cara menghitung harga bibit dan melakukan strategi pemasaran berbasis online. Sehingga ditetapkan bersama antara Tim PMP yang terdiri dari 3 kepakaran berbeda (Manajemen, Teknologi Komputer, dan Ilmu ekonomi) dan Mitra, dimana ada 2 masalah utama yakni masalah produk dan masalah pemasaran, serta manajemen keuangan. Solusi yang ditawarkan adalah SOP terkait proses produksi, cara melakukan promosi online melalui media sosial, dan cara pengalokasian keuangan pada setiap tahap kegiatan. Adapun luarannya berupa peningkatan pengetahuan petani, jurnal nasional (<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb>), video kegiatan dan berita di koran online

Kata kunci: Pemberdayaan Petani, Cabe Loker, Produk, Promosi, Peningkatan Kesejahteraan Keluarga

Abstract

Chili farmer group still has limitations in carrying out the production and marketing processes, which are still done manually by entrusting them to shops that sell fertilizer and plant seeds. Meanwhile, based on theory, marketing plays an important role for companies (1), where all activities implement innovation both in marketing and finance, but this group of farmers has not been able to develop their business, as a result family welfare is not adequate because the

results obtained are not in accordance with their energy and capital issued. The reason is because there is no touch of simple technology in their activities in managing products which are still in short supply and the marketing which is carried out is still entrusted to shops, as well as from visits to the place of manufacture. Information about this product has not yet been spread, and there is no brand, so that if it is brought out of Kerinci Regency, other regions will be able to recognize the chilies as their production area.

From this phenomenon, the aim of this PMP is to provide education to farmer groups regarding production processes that comply with standards (work procedures, safe and clean/sterile work processes), as well as how to calculate seed prices and carry out online-based marketing strategies. So it is determined jointly between the PMP Team which consists of 3 different expertise (Management, Computer Technology, and Economics) and Partners, where there are 2 main problems, namely product problems and marketing problems, as well as financial management. The solutions offered are SOPs related to the production process, how to carry out online promotions via social media, and how to allocate finances at each stage of activity. The outputs are in the form of increasing farmers' knowledge, national journals (<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb>), videos of activities and news in online newspapers

Keywords: *Farmer Empowerment, Loker Chili, Products, Promotion, Increasing Welfare*

1. PENDAHULUAN ← Cambria, Bold, 11 pt

Desa Telun Berasap salah satu desa yang ada di Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. Luas wilayah Desa Telun Berasap yakni 4110 Ha (Badan Pusat Statistik, 2021) dengan jumlah penduduk sebanyak 846 jiwa serta kepadatan penduduk yakni 21 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci, 2022) dari 13 desa yaitu Bengkolan Dua, Bumbun Duri, Jernih Jaya, Lubuk Pauh, Pauh Tinggi, Pelompek, Pelompek Pasar Baru, Pesisir Bukit, Sungai Jernih, Sungai Rumpun, Sungai Sikai, Tangkil dan Telun Berasap. Tipologi Desa Telun Berasap adalah perladangan dan mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, luas lahan ladang yakni 120 Ha, luas pemukiman adalah 10 Ha, luas pekarangan sebesar 5 Ha, serta luas fasilitas umum yakni 12,35 Ha, dengan klasifikasi komoditas unggulan berdasarkan luas tanam adalah kentang, sedangkan komoditas unggulan berdasarkan nilai ekonomi yaitu bawang merah dan cabe merah. Jumlah penduduk Desa Telun Berasap terdiri dari laki-laki sebanyak 431 orang dan perempuan sebanyak 415 orang serta jumlah kepala keluarga sebanyak 281 orang. Tingkat pendidikan tertinggi penduduk Desa Telun Berasap yakni tamat SD/Sederajat berjumlah 188 orang, urutan kedua tamat SMA/ sederajat berjumlah 122 orang, ketiga tamat SMP/ sederajat berjumlah 93 orang, keempat tamat D-3/ sederajat berjumlah 5 orang, kelima tamat S1/ sederajat berjumlah 3 orang. Kemudian jenis pekerjaan penduduk Desa Telun Berasap tertinggi di urutan pertama petani berjumlah 285 orang, kedua buruh tani sejumlah 265 orang, ketiga purnawirawan/pesiunan berjumlah 9 orang, ketiga pedagang keliling berjumlah 7 orang, keempat PNS berjumlah 1 orang, kelima Bidan Swasta berjumlah 1 orang, keenam POLRI berjumlah 1 orang (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci, 2022).

Dengan tingkat pendidikan yang rendah dan tidak mempunyai keahlian sehingga tidak mampu mendukung usaha yang dilakukan agar dapat terserap oleh pasar global. Meskipun memiliki bahan baku dan luas lahan yang memadai untuk diolah yang mudah didapat dari

lingkungan sekitar. Kondisi ini tampaknya bahwa sumber daya manusia Kelompok Tani Cabe Loker belum mampu berbuat kreatif untuk bisa memasarkan produk mereka.

Sementara itu pernyataan (França & Ferreira, 2016) mengemukakan bahwa keberhasilan suatu usaha amat ditentukan oleh sumberdaya yang dimilikinya dan kapabilitas usaha yang mampu mengubah sumberdaya itu menjadi sebuah *economic benefit*. Pendapat ini dikuatkan (Agha et al., 2011), (Wijaya et al., 2022) dan (Kurniati Karim, Masrida Zasriati, 2023) bahwa peningkatan kinerja karyawan secara perorangan akan mendorong kinerja sumber daya manusia secara keseluruhan yang direfleksikan dalam kenaikan produktivitas (Africano, 2022; Harahap et al., 2022; Iskamto et al., 2022; Karim et al., 2023).

Kegiatan pemasaran seringkali dijumpai rantai pemasaran yang panjang sehingga banyak pelaku pemasaran yang terlibat di dalamnya. Hal inilah yang menyebabkan tingginya akumulasi keuntungan yang diambil dari setiap pelaku pemasaran. Harga yang diterima petani sebagai produsen dan dibayarkan oleh konsumen akhir akan berbeda signifikan. Pemasaran media sosial di dalamnya terdapat strategi pemasaran dengan menggunakan basis internet, atau memanfaatkan platform sosial atau situs web untuk mempromosikan produk atau jasa melalui secara komersil maupun tidak komersil. (Powers et al., 2012) mengatakan kelebihan yang dimiliki media sosial yaitu *always on and everywhere*. Pengguna dapat dengan bebas mengakses media sosial kapanpun dan dimanapun, ini dikarenakan media sosial dapat diakses melalui perangkat selular yang memiliki akses internet. Sehingga dapat dimanfaatkan sebagai peluang bagi kelompok tani untuk melakukan komunikasi mengenai pemasaran kapanpun dan dimanapun (Hamsiah, Kurniati Karim, 2023).

Fokus pengabdian kepada pemberdayaan petani khususnya berisikan upaya yang diarahkan pada sebuah proses pengembangan kemampuan, dimana kemampuan ini merupakan kekuatan dalam kelompok yang dimiliki guna mencapai tujuan yang efektif (Hasanah et al., 2020), dimana pemberdayaan petani di Desa Telun Berasap masih sangat kurang, hal ini dikarenakan kelompok tani jarang dijadikan sebagai sasaran penyuluhan oleh penyuluh, sehingga materi inovasi yang petani perlukan untuk pengembangan usahanya belum tersampaikan, seperti inovasi pemasaran menggunakan media sosial. Penjualanpun belum menggunakan kemasan standar yaitu hanya menggunakan kantong plastik bening ukuran $\frac{1}{4}$ kg dengan katup dipanaskan dengan lilin. Sesungguhnya bila menggunakan pengemasan standar seperti *vacum sealer* dan menggunakan *plastic vacum embroose* dapat meningkatkan nilai jual, juga menjaga kualitas produk. Pengemasan dengan *vacum sealer* pada bibit cabe loker dapat menahan produk tersebut dalam jangka waktu yang lama tanpa mengalami kerusakan (Mege et al., 2016), (Sompotan et al., 2022), dan (Paus et al., 2022), dan kelompok tani perlu juga memperhatikan ruang produksi seperti pendapat (Sanjaya et al., 2017) bahwa perlunya memperhatikan sarana penunjang ruang kerja, dukungan prasarana fisik untuk ruang tunggu, tenaga counter, serta ruang karyawan administrasi, penyelesaian proses pelayanan anggota sejak awal hingga akhir (SOP). Dengan demikian sumber daya manusia yang ada pada kelompok tani cabe loker akan sangat berperan dalam pengembangan usaha, utamanya kemampuan untuk teknis usaha, proses produksi, inovasi dan pemasaran.

Terdapat dua masalah utama yang akan diatasi melalui kegiatan PMP ini yakni masalah produksi dan masalah pemasaran dan manajemen keuangan. Permasalahan yang pertama adalah masih perlunya perbaikan pada kegiatan produksi untuk menghasilkan produk yang layak jual. Adapun masalah Produksi yang dihadapi mitra yakni: (1) Rendahnya pengetahuan dan ketrampilan serta penguasaan teknologi oleh mitra dalam pengolahan bibit cabe loker. (2) Ketua dan anggota kelompok tani tidak mempunyai dokumentasi prosedur kerja dan bahan baku. (3) Belum ada SOP produksi yang baku, jadwal tentang produk yang harus didahulukan

untuk diproduksi lebih dahulu, kapan waktunya untuk melakukan persediaan bahan baku, ruang produksi menyatu dengan rumah pribadi ketua kelompok tani. (4) Belum adanya ruang produksi yang memadai sehingga kegiatan tersebut tidak ada tempat yang tetap. (5) Karyawan tidak dilengkapi dengan perlengkapan kerja, seperti penutup kepala dan lainnya.

Permasalahan utama ke 2 Pemasaran dan Manajemen Keuangan adalah: (1) Masih rendahnya pengetahuan dan ketrampilan serta penguasaan teknologi anggota mitra untuk pemasaran online. (2) Sistem pemasaran masih menggunakan cara tradisional yakni dengan menitipkan di warung-warung penjualan pupuk, dan pemasaran dari mulut ke mulut, ataupun masih berdasarkan pesanan sehingga pada saat ada konsumen yang membutuhkan harus menunggu dengan waktu yang lama. (3) Penjualan produk belum menggunakan kemasan standar, yaitu menggunakan plastik gula ukuran $\frac{1}{4}$ kg dan ditutup dengan pemanasan lilin bagian atasnya. (4) Laporan keuangan mitra masih sederhana dan bahkan hampir tidak ada pencatatan, sehingga sulit untuk menghitung nilai keuntungan. (5) Mitra tidak mengenal pembukuan sederhana (sistem komputer), di satu sisi mitra tidak memiliki fasilitas berupa 1 unit laptop/komputer.

2. METODE PELAKSANAAN

Pada tahap ini dilakukan observasi awal terkait kegiatan yang akan dilakukan. Setelah dilakukan observasi melalui mitra dengan menggali informasi-informasi dari masyarakat setempat, agar diperoleh metode dan strategi yang tepat dalam rangka mengatasi rangkaian permasalahan mitra. Pemberdayaan melalui pendekatan yang dapat membantu mitra agar dapat meningkatkan ketrampilan dan kemampuannya sesuai konsep diri, pengalaman belajar, kesiapan orientasi belajar dalam memecahkan masalah yang dialami dalam kehidupan masyarakat yang pada gilirannya dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan keluarganya.



Tahapan yang akan dilakukan oleh Tim PMP diawali pemantapan program dan langkah kerja tim dan mahasiswa program MBKM mulai dari pembagian tugas dan tanggungjawab

berdasarkan kompetensi masing-masing anggota tim sampai dengan persiapan administrasi dan perangkat pendukung. Adapun langkah persiapan lainnya adalah pemantapan pemahaman atau persamaan persepsi tentang program yang dijalankan oleh tim dosen dan mahasiswa MBKM serta persiapan bahan dan alat yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan mengatasi dua pokok masalah mitra tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal yang dilakukan untuk pelaksanaan kegiatan PMP adalah sosialisasi. Kegiatan sosialisasi adalah salah satu tahapan penting dalam menyampaikan program dan kegiatan PMP. Kegiatan sosialisasi lebih ditekankan pada upaya mempersiapkan warga belajar dan menyamakan persepsi untuk mendapatkan pemahaman dan pengertian bersama arti pentingnya program berkaitan dengan upaya mengatasi dua masalah utama yang sudah disepakati oleh mitra dengan tim pelaksana, yakni:

1. Rendahnya produktivitas usaha mitra karena proses pengolahan bibit cabe yang masih tradisional.
2. Pemasaran dan Manajemen Keuangan.

Sosialisasi dilakukan oleh beberapa kali dengan tempat sosialisasi yang berbeda, ini dilakukan untuk memberikan pemahaman pada masyarakat khususnya para kelompok tani yang ingin mengembangkan bibit cabe loker.

Proses pembelajaran diupayakan penyelesaian dua masalah utama mitra yaitu:

1. Untuk mengatasi masalah produktivitas usaha mitra, proses pembelajaran lebih ditekankan pada upaya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam menghasilkan produk yang berkualitas layak dijual. Pembelajaran ini dituntun dan didampingi Tim Pelaksana dan Mahasiswa MBKM.
2. Untuk menyelesaikan masalah pemasaran dan manajemen keuangan, proses pembelajaran juga ditekankan pada upaya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam manajemen keuangan dan pemasaran. Mitra diperkenalkan secara teori tentang pemasaran online sederhana, dan selanjutnya ditindaklanjuti pelatihan dan pembuatan aplikasi pemasaran online sederhana dituntun dan didampingi Tim Pelaksana dan Mahasiswa MBKM. Proses pembelajaran dilakukan melalui penyuluhan dengan menggunakan LCD serta diskusi dan tanya jawab.

Berdasarkan analisis situasi yang dihasilkan dari kegiatan survey awal di Desa Telun Berasap Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci yang menjelaskan masih merasa kesulitan dalam memasarkan produk bibit cabe mereka akibat kurangnya pengetahuan para kelompok tani tersebut utamanya dalam strategi pemasaran digital serta ketidakmampuan mereka untuk melakukan pencatatan dalam pembukuan.

Berdasarkan hasil diskusi, dari kelompok tani menginginkan adanya sosialisasi dan pelatihan yang lebih mendasar dan mudah dilaksanakan. Hasil diskusi disepakati diadakan sosialisasi dan pelatihan serta adanya pendampingan untuk produksi, pemasaran serta manajemen keuangan.

Upaya peningkatan perluasan pasar melalui proses produksi yang layak dan sesuai standar, juga berupaya untuk meningkatkan kemampuan kelompok tani dalam hal sumberdaya manusia. Transfer ipteks ke Mitra tidak hanya melalui pelatihan tapi juga melalui praktek diperkenalkan cara melakukan penyusunan SOP dan mengajarkan bagaimana pemasaran online agar ada perubahan pada kelompok tani.

Kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk membantu para kelompok tani di Desa Telun Berasap Kabupaten Kerinci dalam mengatasi permasalahan yang mereka miliki, yaitu kesulitan dalam menghasilkan kualitas produksi, memasarkan produk bukan lagi dengan cara tradisional, membuat pembukuan untuk mengetahui berapa besar keuntungan bersih yang dihasilkan. Kegiatan pengabdian telah ini dilaksanakan selama 6 bulan, yaitu pada bulan Mei s.d. Oktober 2023, bertempat di Desa Telun Berasap dan diikuti oleh 10 kelompok tani di Desa Telun Berasap.

Pada pelaksanaan pelatihan, terlihat bahwa para peserta pelatihan yang terdiri dari 10 kelompok tani sangat antusias dalam mengikuti pelatihan tersebut. Para peserta pelatihan sangat aktif mengajukan berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan proses produksi, kelengkapan kerja, serta penguasaan ketrampilan membuat situs di *website* dan mengutarakan permasalahan-permasalahan yang mereka miliki. Terjadi dialog dua arah yang aktif dalam pelatihan ini. Kelompok tani sangat antusias dalam mengikuti pelatihan ini karena mereka beranggapan bahwa pelatihan ini sangat penting dan dapat memberikan informasi terbaru bagi mereka dalam melakukan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dan para peserta pelatihan dapat menyegarkan kembali pengetahuan mereka tentang hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan produksi dan ketrampilan dalam penguasaan teknologi.

Pada akhir kegiatan pelatihan, para peserta pelatihan dan pendampingan ini kelompok tani memperoleh informasi yang sangat berguna untuk menambah pengetahuan mereka tentang kegunaan dalam membuat strategi dalam pemasaran yang serba digital dan pengetahuan mereka tentang pembukuan sederhana untuk menghasilkan laporan keuangan yang sudah lama tidak terpakai dapat disegarkan kembali. Sebagian besar para peserta pelatihan jarang sekali mengikuti pelatihan semacam ini, sehingga pengetahuan mereka tentang produksi, pemasaran berbasis online, serta membuat pembukuan sederhana masih cenderung minim. Selain memperoleh materi yang berkenaan dengan pelatihan tersebut, para peserta juga mendapatkan contoh-contoh menghasilkan produk yang berkualitas, membuat situs web untuk pemasaran yang berbasis online dan pembukuan yang baik, yang dapat mereka gunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan dengan pekerjaan yang akan mereka laksanakan.

Masing-masing peserta pelatihan memperoleh tugas untuk membuat SOP Produksi, cara masuk di situs web tersebut, pembukuan sederhana. Diberikannya tugas ini diharapkan para peserta pelatihan dapat mempergunakan pengetahuan mereka secara langsung atas bimbingan yang dilakukan para pemateri (pelaksana kegiatan pengabdian). Bimbingan ini sangat bermanfaat bagi para peserta pelatihan, karena pada saat mereka memiliki pertanyaan yang berkaitan dengan pekerjaan kelompok tani yang sedang mereka kerjakan, mereka langsung dapat menanyakan kepada pemateri. Contoh-contoh pelatihan yang disampaikan dalam kegiatan ini juga sangat membantu para peserta pelatihan dalam penyelesaian penulisan karya ilmiah.

Hasil dari kegiatan pelatihan ini dapat digambarkan adanya peningkatan penjualan dimulai dari peningkatan pemesanan akan bibit caber loker yang terlayani yakni wilayah Jambi, Sumatera Barat, Bengkulu, Riau kelompok tani bibit cabe loker ini melayani dengan sistem bibit yang sudah tumbuh dan pengirimannya dengan menggunakan jasa travel yang mengangkut bibit tersebut. Untuk pemasaran yang jauh dari Desa Telun Berasap seperti daerah Jawa Barat, Sumatera Utara dilayani dengan pengiriman bibit cabe dalam bentuk kemasan yang sudah teruji ketahanan bibit serta tingkat keberhasilan hidup dari bibit tersebut. Kelompok tani dalam memasarkan produknya yakni dengan facebook, instagram dan lanjut via WA untuk melakukan pemesanan. Adapun produk yang terjual dalam sebulannya sebanyak 100 pec untuk kemasan dan untuk bibit yang sudah tumbuh dalam 1 tampah ada 100 batang bibit cabe yang

tumbuh dalam sebulan konsumen yang datang ke Desa Telun Berasap rata 100 tampah, dengan omzet penghasilan per bulan sekitar 2 juta sampai 3 juta pendapatan bersih kelompok tani tersebut.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan pada bulan Juni dan Juli 2023 menghasilkan situs web, pembukuan sederhana yang dibuat oleh kelompok-kelompok tani peserta pelatihan. Secara garis besar, hasil pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Telah dilaksanakan pelatihan yang berhubungan dengan produksi, pemasaran online, pembukuan sederhana
- 2) Telah dilaksanakan Pendampingan dalam pembuatan aplikasi pemasaran berbasis online dan pembukuan sederhana.
- 3) Telah disampaikan contoh-contoh dari produksi yang baik, pemasaran berbasis online serta pembukuan sederhana



KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan PMP yang telah dilaksanakan kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut: Terlaksananya proses fasilitasi peningkatan sumberdaya mitra. Terciptanya sarana produk dan pemasaran produk bibit cabe loker yang layak jual. Produk bibit cabe loker telah dikemas menggunakan kemasan standar yakni *vacuum sealer* dengan kemasan *plastic vacuum sealer emboose*. Terciptanya aplikasi pemasaran online untuk usaha mitra. Terciptanya materi pembukuan manual standar akuntansi. Terciptanya satu aplikasi pemasaran online. Tercipta satu aplikasi pembukuan dengan sistem komputer.

Dalam rangka keberlanjutan kegiatan PMP ini, maka dilakukan monitoring secara intens dan evaluasi melalui komunikasi secara langsung (kunjungan) maupun melalui komunikasi telepon. Selain itu, untuk kesinambungannya dan mempercepat perluasan kapasitas kegiatan tersebut, maka akan

dibangun komunikasi dengan pihak-pihak terkait terutama Bupati maupun melalui instansi terkait untuk dapat memfasilitasi keberlanjutan program PMP ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Africano, F. (2022). Meningkatkan Taraf Hidup Dan Kebersihan Lingkungan Masyarakat Kenten Dengan Pemanfaatan Maggot Sebagai Pengurai Sampah Organik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.349>
- Agha, S., Alrubaiee, L., & Jamhour, M. (2011). Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 192–204. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n1p192>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Kabupaten Kerinci dalam angka 2021. In BPS (Ed.), *Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci*. BPS Kabupaten Kerinci.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci. (2022). Kecamatan Gunung Tujuh Dalam Angka 2022. In BPS (Ed.), *BPS Kabupaten Kerinci*. BPS Kabupaten Kerinci.
- França, A., & Ferreira, J. (2016). Resources and capabilities through the lens of value (co-) creation: A literature review. *International Journal of Innovation Science*, 8(3), 250–253. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2016-023>
- Hamsiah, Kurniati Karim, A. P. (2023). Edukasi Online Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Hasil Olahan Produk UMKM Desa Mukai Mudik. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1189–1194. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i2.4826>
- Harahap, C., Setiono, A., & Lubis, D. I. D. (2022). Sosialisasi Dan Penyuluhan Tentang Bahaya Narkoba Dan Pencegahannya Di Sekolah Yayasan Perguruan Pahlawan Nasional Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.250>
- Hasanah, N., Kusmiyati, & Sulistyowati, D. (2020). Pemberdayaan Anggota Kelompok tani Melalui Penerapan Tumpangsari Budidaya Ubi Jalar dengan Tanaman Jagung Manis di Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. *Penyuluhan Pertanian*, 15(1), 35–52.
- Iskamto, D., Liyas, J. N., Gultom, E., Ansori, P. B., Harwina, Y., & Hendra, T. (2022). Pelaksanaan Proses Akreditasi Sekolah untuk menjaga kualitas Pendidikan Sekolah/Madrasah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i2.132>
- Karim, K., Zasriati, M., & Iskamto, D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Pengembangan Tanaman Organik Penunjang Ekonomi Keluarga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i1.517>
- Kurniati Karim, Masrida Zasriati, D. I. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Pengembangan Tanaman Organik Penunjang Ekonomi Keluarga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(1), 13–20.
- Mege, R. A., Saerang, J. L. P., Manopo, J. H., & ... (2016). Community Empowerment through Facilitation of Corn Crop Farming in Bulude Village, Talud Islands, North Sulawesi. ... *Natural Sciences, and ...*, July 2018.
- Paus, J., Pratasik, S., Ticoh, J. D., Mege, R. A., Pangandaheng, M., & Mangore, E. (2022). PKM Menanamkan Jiwa Kewirausahaan Berbasis Pendidikan Life Skills Usaha Tani-Ternak Terintegrasi pada Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Kabaruan Talud. *Jurnal Pengabdian*, 5(2). <https://doi.org/10.26418/jplp2km.v5i2.58628>

-
- Powers, T., Advincula, D., Austin, M. S., Graiko, S., & Snyder, J. (2012). Digital and Social Media In the Purchase Decision Process. *Journal of Advertising Research*, 52(4), 479–489. <https://doi.org/10.2501/jar-52-4-479-489>
- Sanjaya, H. G., Lestari, D. A. H., & Situmorang, S. (2017). Analisis Keberhasilan Koperasi Amanah Kecamatan Langkapura Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(1), 67–75.
- Sompotan, A. F., Ticoh, J. D., Mege, R. A., Pratasik, S., & Kainde, Q. C. (2022). *Aplikasi Teknologi Pendingin dan Penerang Berenergi Solar Cell untuk Meningkatkan Produktivitas Nelayan Tradisional Pulau-Pulau Kecil di Kabupaten Kepulauan Talaud*. 4(1), 56–67.
- Wijaya, R., Yadewani, D., & Kurniati Karim. (2022). The Effect of Human Resource Skills and Capabilities on SMEs Performance. *International Journal of Islamic Business and Management Review*, 2(1), 59–68. <https://doi.org/10.54099/ijibmr.v2i1.128>