



Optimalisasi Digital Marketing dan Meminimalisir Ketimpangan Pada Peternak di Desa Sumberdem

Optimization of Digital Marketing and Minimizing Inequality Among Farmers in Sumberdem Village

Rivo Abramovich Manurung^{1*}, Josephine Chevania Daeli², Nadhifa Azka³,
Jihan Maharani Dewi⁴, Naufal Syafiq Aqil⁵, Astrida Fitri Nuryani⁶

¹⁻⁶ Universitas Brawijaya, Indonesia

Korespondensi Penulis: rivobrawijaya@student.ub.ac.id*

Article History:

Received: Oktober 12, 2024;

Revised: November 18, 2024;

Accepted: Desember 24, 2024;

Published: Desember 27, 2024;

Keywords: Digitalisasi, Digital Marketing, Ketimpangan, Peternak, Sosialisasi

Abstract: Digitalization has become a crucial element in various sectors, including livestock farming. This article explores the optimization of digital marketing to enhance economic potential and minimize social disparities among farmers in Sumberdem Village, Wonosari District, Malang Regency. The majority of the village's residents work as livestock farmers, particularly goat farmers. However, there is a gap between younger farmers who have adopted modern technologies and others who have not. Through outreach programs and videography competitions, farmers were educated on business management, animal health, and digital marketing strategies. This approach aims to empower farmers to utilize technology for expanding market networks, improving productivity, and reducing economic disparities. The results of this program indicate increased digital skills among the community, the creation of more attractive livestock business branding, and more inclusive economic opportunities. By optimizing sustainable natural resources, this program is expected to comprehensively support the welfare of the Sumberdem Village community.

Abstrak

Digitalisasi telah menjadi elemen penting dalam berbagai sektor, termasuk peternakan. Artikel ini membahas optimalisasi digital marketing untuk meningkatkan potensi ekonomi dan meminimalisir ketimpangan sosial di kalangan peternak di Desa Sumberdem, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. Mayoritas masyarakat desa ini bekerja sebagai peternak, khususnya ternak kambing, namun terdapat kesenjangan antara peternak muda yang sudah menerapkan teknologi modern dengan peternak lainnya. Melalui program sosialisasi dan lomba videografi, peternak diberikan edukasi tentang manajemen usaha, kesehatan ternak, dan strategi pemasaran digital. Pendekatan ini bertujuan untuk memberdayakan peternak dalam memanfaatkan teknologi guna memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan produktivitas, dan mengurangi ketimpangan ekonomi. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan keterampilan digital masyarakat, terciptanya branding usaha peternakan yang lebih menarik, serta peluang ekonomi yang lebih inklusif. Dengan optimalisasi potensi sumber daya alam yang berkelanjutan, program ini diharapkan mampu mendukung kesejahteraan masyarakat Desa Sumberdem secara menyeluruh.

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi adalah fenomena yang sedang marak terjadi pada beberapa tahun terakhir, banyak aspek di kehidupan sehari-hari yang telah terdampak. Kegiatan sehari-hari seperti pendidikan dan pembelian sudah bisa dilakukan secara digital, begitu pula dengan di bidang lain. Banyak dari aspek kehidupan sehari-hari yang perlahan bertransformasi dan beradaptasi dengan bentuk digital, salah satunya adalah usaha. Pada era digital ini, usaha

sudah banyak berkembang dan akan terus berkembang seiring waktu. Tuntutan agar bisa mengikuti pasar yang mulai berbasis digital tidak dapat dihindari. Hal ini juga berdampak terhadap usaha ternak dan peternakan yang kebanyakan masih tersebar melalui mulut ke mulut ataupun relasi. Dengan membuka pintu digitalisasi, para peternak dapat memperluas cakupan usahanya dan menarik lebih banyak pembeli.

Desa Sumberdem yang berada di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang, memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan dan lebih dikenal di dunia digital. Dengan banyak masyarakat yang juga terjun pada usaha ternak, Desa Sumberdem turut mendorong mereka untuk mengeksplor dunia usaha digital. Tetapi, kondisi geografis masyarakat yang sedang menjalankan usaha ternak mayoritas merupakan mereka yang belum terbiasa dengan dunia digital. Kondisi geografis ini menciptakan lingkungan yang ideal untuk pengembangan berbagai jenis usaha peternakan. Curah hujan yang cukup serta ketersediaan sumber air juga menjadi faktor pendukung bagi keberlangsungan peternakan di wilayah ini. Keberagaman ini mendukung berbagai aktivitas peternakan, dengan kambing sebagai salah satu hewan ternak dominan (Hidayah et al., 2019). Mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, pengadaan kegiatan sosialisasi yang membahas seputar ternak dan usaha digitalisasi sangat diperlukan dan menjadi landasan terbentuknya program kerja ini. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, ekosistem adalah tatanan unsur lingkungan hidup yang merupakan kesatuan utuh menyeluruh dan saling mempengaruhi dalam membentuk keseimbangan, stabilitas, dan produktivitas lingkungan. sehingga hal tersebut tentu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Masyarakat desa memiliki kesempatan untuk mengembangkan usaha penjualan ternak dan penjualan kopi secara bersamaan, seperti menjual produk-produk lokal serta program dari Pemerintah yaitu melalui BUMDES yang cukup berkembang hingga sekarang.

Kondisi demografi Desa tersebut yang didominasi oleh mata pencaharian sebagai petani, peternak, dan wiraswasta. Hal ini mirip dengan konsep "people's distinctive characteristics" yang disebutkan dalam *Social Resilience Guide* (SRG), dimana perlu dipertimbangkan semua kategori orang-orang dalam situasi yang rentan ketika melakukan analisis resiliensi sosial. Penduduk desa ini terutama bergantung pada sektor peternakan, terutama budidaya hewan ternak yaitu kambing, yang menunjukkan bahwa desa ini memiliki fokus ekologis dan ekonomis yang kuat. Hal ini relevan dengan elemen-elemen urban seperti Ekologi dan Ekonomi. Akan tetapi, kondisi peternak yang cukup banyak di Desa Sumberdem ini menimbulkan pula adanya GAP antara usaha yang dijalankan oleh

Peternak berusia muda dan Peternak lainnya sangat timpang. dimana salah satu *farm* yang memiliki pasokan Kambing berkualitas tinggi dengan seluruh fasilitas yang dipunyai Peternak muda itu ternyata sudah bekerjasama dengan banyak perusahaan restoran dan memiliki nama PTnya sendiri. Wibowo (2016) melaporkan bahwa ketimpangan yang tinggi dan terus meningkat, merupakan faktor yang menjadi penghambat pertumbuhan ekonomi. Ketimpangan yang tinggi dapat mengakibatkan terjadinya berbagai konflik sosial, rapuhnya ikatan kebersamaan, pemogokan buruh, tingginya angka kriminalitas, bahkan sampai pada hilangnya kepercayaan terhadap berbagai kebijakan-kebijakan pemerintah karena masyarakat telah menjadi apatis

Desa Sumberdem telah mengembangkan potensi Sumber daya alamnya melalui berbagai kegiatan penunjang para Peternak, seperti Kontes Kambing, Sosialisasi penjualan hewan ternak, Manajemen kesehatan hewan ternak dan bahkan telah membuat patung kambing sebagai ikon yang menandakan memasuki wilayah Kampung Ternak. Inisiatif ini serupa dengan prinsip-prinsip *New Urban Agenda* (NUA) yang mendukung pembangunan desa yang berorientasi pada manusia, inklusi, dan integrasi (Septiani, 2024) Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan kota, termasuk dalam konteks ekonomi kreatif yang berkontribusi pada pelestarian budaya dan lingkungan desa. Pengembangan kampung ternak di Desa Sumberdem dilakukan melalui kerja sama antara pemerintah desa dan masyarakat setempat. Hal ini sesuai dengan prinsip "*Leave No One Behind*" dalam NUA, yang bertujuan untuk memastikan bahwa semua individu, terlepas dari karakteristik atau kondisi mereka, dapat berpartisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan tindakan desa Sumberdem.

Desa Sumberdem memiliki banyak potensi Sumber Daya Alam yang dapat dikembangkan. Pentingnya memberikan pemahaman tentang potensi dan keuntungan yang dapat dihasilkan jika masyarakat mengembangkan usaha dengan memanfaatkan SDA yang ada dan mengoptimalkan pemasarannya sangatlah penting. Sumber Daya Alam di Desa Sumberdem dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakatnya guna menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat dan meminimalisir adanya ketimpangan yang tinggi serta konflik di masyarakat itu sendiri. Pertumbuhan ekonomi di desa Sumberdem juga dapat teratasi secara perlahan apabila kekayaan Sumber Daya Alam dapat di kembangkan dan dimanfaatkan dengan baik. Dengan bantuan sosialisasi terhadap masyarakat mengenai pemahaman pemasaran melalui digital marketing dapat menyadarkan dan memotivasi masyarakat desa Sumberdem dalam memanfaatkan dan mengembangkan Sumber Daya Alam yang ada di desa mereka secara lebih luas dan berkelanjutan. Masing-masing pegiat

IKM tentunya harus memiliki identitas yang akan membedakan dengan yang lain. Identitas dapat digambarkan sebagai konsep yang akan memberikan deskripsi tentang individu atau kelompok yang ada (Saudah & Adi, 2018).

Dengan adanya potensi besar dalam bidang peternakan serta program-program pengembangan desa, maka optimalisasi pemasaran digital menjadi hal penting untuk memaksimalkan potensi ekonomi masyarakat desa (Rachmadi, 2022). Digitalisasi pemasaran memungkinkan peternak memperluas jaringan pemasaran ke wilayah yang lebih luas, mengurangi ketergantungan pada sistem pemasaran konvensional, dan mengurangi kesenjangan antara peternak dengan akses teknologi yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi optimalisasi digital marketing guna memaksimalkan potensi produk peternakan Desa Sumberdem dan sekaligus meminimalisir ketimpangan yang ada di kalangan peternak. Diharapkan, pendekatan digital ini dapat memperluas peluang ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat peternak secara berkelanjutan di Desa Sumberdem.

2. METODE

Pada minggu keempat hingga keenam kelompok KKN 62 Jantra FISIP FIB melaksanakan program kerja utama, yaitu Sosialisasi dan Lomba Videografi Branding Kampung Ternak dengan Rivo Abramovich Manurung sebagai penanggungjawab. Program kerja ini terbagi menjadi dua yaitu, Sosialisasi Branding Ternak dan juga Lomba Videografi. Program kerja sosialisasi *branding* ternak ini dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2024 Pukul 15.30 WIB–17.00 WIB di Balai Desa Sumberdem. Acara sosialisasi ini juga berkolaborasi dengan *Startup* Si Gembala yang merupakan konsultan peternakan. Pada sosialisasi ini terdapat tiga materi yaitu manajemen usaha, manajemen penjualan digital, dan manajemen kesehatan ternak. Kemudian pada tanggal 20 hingga 28 Juli 2024 dilaksanakan lomba videografi ternak. Pada lomba videografi ini kami juga bertindak sebagai fasilitator untuk membantu para kontestan untuk membuat video.

Pada minggu keenam kami melaksanakan Penutupan KKN FBD Jantra dengan Rivo Abramovich Manurung sebagai penanggungjawab. Penutupan ini dilaksanakan pada tanggal 5 Agustus 2024 di Balai Desa Sumberdem. Selain melaksanakan acara penutupan, kami juga melaksanakan *awarding* kepada pemenang lomba videografi. Kegiatan ini berlangsung pukul 13.00 WIB –14.30 WIB.

Kegiatan sosialisasi meliputi 4 pemateri dengan 3 materi yang telah dipersiapkan seputar hewan ternak dan manajemen usaha peternakan di era digital. Berikut rincian materi sosialisasi yang diberikan:

1. Materi Manajemen dan Kesehatan Ternak Ruminansia. Pemaparan disampaikan oleh M Farhan Ibnu H. yang merupakan co-founder SIGEMBALA, start-up konsultan peternakan.
2. Materi Manajemen Usaha. Pemaparan disampaikan oleh Rivo Abramovich Manurung, dengan topik seputar pengelolaan SDM, keuangan, infrastruktur, dan manajemen resiko serta mitigasinya.
3. Materi Digital Branding dan Marketing. Pemaparan disampaikan oleh Naufal Ramadhan dan Sela Putri Herawati, membahas mengenai *branding*, strategi *digital marketing*, sampai aplikasi *editing*.



Gambar 1. Proses Sosialisasi

Program kerja “Sosialisasi Optimalisasi Kesehatan Hewan Ternak dan Manajemen Usaha Peternakan di Era Digital” dilaksanakan pada hari Senin, 22 Juli 2024 di Balai Desa Sumberdem. Kegiatan ini berupaya memberikan edukasi dengan menghadirkan pemateri atau narasumber yang kompeten, baik di bidang kesehatan hewan ternak, manajemen serta *branding* usaha, hingga strategi *digital marketing*. Program kerja ini berlangsung selama kurang lebih 3 jam, dimana pembukaan acara dimulai pada pukul 14.30 WIB dan berakhir pada pukul 17.30 WIB.

Program "Optimalisasi Kesehatan Hewan Ternak dan Manajemen Usaha Peternakan di Era Digital" memberikan manfaat penting bagi para peternak di Desa Sumberdem. Melalui peningkatan keterampilan dalam menjaga kesehatan hewan dan penerapan manajemen usaha berbasis digital, peternak dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas ternak mereka. Program ini juga memperkenalkan teknologi digital yang membantu peternak

6

mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Dengan panduan digital dan video tutorial, peternak dapat belajar dan beradaptasi dengan perkembangan terbaru, menjadikan program ini sebagai langkah strategis dalam mendorong transformasi peternakan di desa secara berkelanjutan dan kompetitif.

3. HASIL

Melalui Lomba Videografi *Branding* Kambing dan Sosialisasi *Digital Branding* dan Manajemen Usaha Ternak Kambing, Kelompok 62 berharap dapat memotivasi para peternak untuk mengembangkan usahanya di kancah yang lebih luas. Program ini tidak hanya bertujuan untuk mempromosikan ternak kambing sebagai komoditas ekonomi saja, tetapi juga untuk memberdayakan masyarakat dalam hal pengelolaan dan pengembangan usaha ternak kambing. Melalui sosialisasi ini, masyarakat akan diberikan pengetahuan serta keterampilan praktis seperti bagaimana mengoptimalkan potensi ternak kambing, mulai dari aspek kesehatan, pengelolaan pakan, hingga teknik pemasaran yang efektif. Selain itu, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, masyarakat Desa Sumberdem dapat membranding usaha ternak kambing mereka secara lebih efektif, menjangkau pasar yang lebih luas, dan dapat bertahan di era persaingan yang semakin kompleks dan ketat. Kelompok 62 berharap, keberadaan program kerja ini dapat berdampak berkelanjutan dan dapat membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya inovasi dan kreativitas dalam menjaga relevansi industri ternak kambing di era modern yang serba digital ini. Kemajuan teknologi digital saat ini, banyak mengubah berbagai aspek dan bidang kehidupan. Penggunaan teknologi digital di peternakan sendiri dapat diterapkan salah satunya pada recording. Penerapan teknologi digital dalam recording ternak diharapkan dapat mengatasi masalah dengan cara yang lebih efektif (Laurianto et al., 2022).

Luaran kegiatan dari kegiatan “Lomba Videografi Kontes Kambing” adalah berupa teknologi tepat guna dimana para peternak akan memiliki keterampilan baru dalam membuat konten video dan strategi pemasaran digital, yang bisa terus dikembangkan dan diaplikasikan dalam usaha mereka. Dalam lomba videografi ini, setiap peserta lomba akan menghasilkan video yang menampilkan profil usaha peternakan mereka, mencakup aspek-aspek seperti kondisi peternakan, perawatan kesehatan hewan ternak, dan produk turunan yang bisa dihasilkan. Luaran kegiatan dari lomba video ini adalah penghasilan video yang menarik secara visual dan juga efektif. Video ini sebagai langkah awal dalam mengenalkan konsep branding video untuk usaha peternakan mereka. Sementara pemenang dari lomba videografi ini terdiri dari Juara 1,2, dan 3 yang mendapatkan hadiah berupa uang tunai,

medali, dan sertifikat penghargaan yang tidak hanya memberikan pengakuan atas kreativitas mereka, tetapi juga bisa menjadi alat pemasaran tambahan yang menunjukkan prestasi mereka dalam mengelola usaha peternakan. sehingga hasil video tersebut dapat di unggah dalam media sosial pribadi peternak di Desa Sumberdem. Media sosial atau sosial media merupakan media online yang penggunanya bisa berbagi, berpartisipasi, dan bisa juga menciptakan isi konten teks, gambar, vidio dan streaming online. Dalam hal ini, media sosial yang populer digunakan yaitu facebook, instagram, twitter, dan youtube. Selain berfungsi menjadi perantara untuk chatting, berbagi video dan mencari teman, media sosial ini juga bisa digunakan dalam melakukan promosi dengan mengunggah foto dan video produk yang ditawarkan. (I Gede A, 2018)



Gambar 2. Hasil Pemenang Lomba

Kegiatan Lomba Videografi Kontes Kambing yang ditujukan untuk para Peternak di Desa Sumberdem, Lomba ini dibuka dengan sesi pendaftaran yang dimulai pada tanggal 20 s/d 23 Juli 2024. Proses pembuatan video lomba sudah bisa dilakukan saat peserta sudah melakukan pendaftaran sementara fasilitas pendampingan baru bisa dilaksanakan mulai tanggal 24 s/d 28 Juli 2024. Batas pengumpulan lomba videografi kambing adalah pada 28 Juli 2024. Para peternak bisa melakukan pendaftaran secara langsung di Aula Balai Desa Sumberdem karena sesi pendaftaran dibuka bersamaan dengan sosialisasi. Sementara pendampingan dilakukan di tempat yang diminta oleh peternak seperti di hutan, rumah peserta, kandang hewan ternak peserta. Untuk acara *Awarding* sendiri dilaksanakan pada tanggal 5 Agustus 2024 bersamaan dengan acara penutupan KKN FBD JANTRA di Desa Sumberdem.

4. DISKUSI

Pada dasarnya kondisi para peternak di Desa Sumberdem baik-baik saja sampai seiring berjalannya waktu terdapat beberapa kemajuan teknologi kurang dapat diterima secara langsung oleh masyarakat lokal yang bekerja sebagai peternak maupun bertani. Kampung tematik yang ada pada Desa Sumberdem memiliki potensi besar untuk dikembangkan, seperti mengembangkan produk BUMDes, melakukan promosi dan publikasi serta melanjutkan festival budaya yang telah terlaksana sebelumnya berupa kontes kambing. Promosi menjadi salah satu cara yang cukup memberikan solusi untuk perusahaan yang bertujuan untuk mendobrak penjualan pada produk perusahaan (Lestari and Saifuddin 2020). Mengingat sebagian besar masyarakat di wilayah tersebut telah memiliki hewan ternak berupa kambing, jadi yang lebih dikembangkan adalah Kampung Ternak. Pada kampung tersebut terdapat beberapa peternak kambing yang kurang akan manajemen pengelolaan ternak dan pengolahan susu kambing yang masih terbatas. Maka perlu diadakan kegiatan berupa sosialisasi atau pelatihan yang mencakup peternakan kambing dan pengolahan hasil ternak, pendampingan kepada masyarakat desa tentang digital marketing, pembuatan *website* dan media sosial guna mempromosikan kampung ternak kepada khalayak.

Untuk itu kontes kambing dapat dijadikan *output* dari sosialisasi yang telah dilaksanakan, dengan membedakan sistematika kontes dari yang biasanya yaitu membuat video semenarik mungkin dan diunggah pada media sosial. Tujuan dari kontes kambing sendiri yaitu untuk melestarikan kebudayaan dari Desa Sumberdem. Selain itu, kontes kambing dapat menjadi ajang untuk memperkenalkan budaya peternak kambing, kontes ini juga dapat mendorong peternak untuk meningkatkan kualitas ternak agar dapat mengelola hasil dengan baik dan lebih selektif, serta dapat meningkatkan penjualan produk ternak dan olahannya, sehingga dapat meningkatkan ekonomi peternak kambing di Desa Sumberdem.

Hasil Diskusi juga didapati bahwa program Kewirausahaan sosial dapat dimaknai sebagai aktivitas inovatif dan efektif yang berfokus untuk menciptakan peluang-peluang baru, dengan tujuan untuk menambah nilai sosial (*social value*) secara sistematis, dengan memanfaatkan sejumlah sumber daya dan format organisasi untuk memaksimalkan dampak sosial serta mendorong adanya perubahan (Nicholls, 2006). Berdasarkan dari proposal kami di awal, kami memilih tema *Sociopreneurship* karena merasa bahwa mahasiswa memiliki peran potensial sebagai penggerak utama dalam aktivitas *sociopreneur*. dalam diskusi beberapa masyarakat juga menambahkan harapan bahwa program pengembangan para peternak kambing mampu menjadi pekerjaan utama mereka

tanpa meninggalkan perkembangan zaman sehingga teknologi dan para peternak menjadi ekosistem yang mampu terus berkembang.

5. KESIMPULAN

Pada akhirnya pentingnya optimalisasi digital marketing dalam meningkatkan potensi ekonomi dan sosial masyarakat peternak di Desa Sumberdem. Dengan transformasi digital yang semakin mendesak, peternak di desa ini dihadapkan pada tantangan dan peluang untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui program sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan, masyarakat diberikan pemahaman tentang manajemen usaha, kesehatan ternak, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Inisiatif ini bertujuan untuk mengurangi ketimpangan ekonomi yang ada antara peternak muda dan peternak lainnya, serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan sumber daya alam dan teknologi digital, diharapkan Desa Sumberdem dapat mencapai kesejahteraan yang lebih baik dan berkelanjutan. Program-program seperti lomba videografi branding kambing juga diharapkan dapat memberdayakan masyarakat dalam hal pengelolaan usaha serta meningkatkan kreativitas dan inovasi di bidang peternakan.

Secara keseluruhan, keberhasilan program ini akan bergantung pada partisipasi aktif masyarakat dan dukungan berkelanjutan dari semua pihak terkait dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui usaha peternakan yang lebih modern dan terintegrasi.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan artikel ini. Terutama kepada dosen pengampu kami, Astrida Fitri Nuryani, STP., M.Sos., yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga selama penelitian ini berlangsung. Ucapan terima kasih yang mendalam juga kami sampaikan kepada setiap anggota kelompok yang terlibat dalam pembuatan karya ilmiah ini, yaitu Rivo Abramovich Manurung, Josephine Chevania Daeli, Nadhifa Azka, Jihan Maharani Dewi, dan Naufal Syafiq Aqil yang telah memberikan kontribusi pemikiran dan masukan yang sangat konstruktif. Terakhir, kami juga mengapresiasi seluruh mahasiswa kelas A-5 dalam mata kuliah Desain Ketahanan Sosial-Budaya, Intervensi, dan Komunitas atas dukungannya yang memungkinkan penelitian ini dapat terselesaikan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan pembaca.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing pada pelaku UMKM guna peningkatan pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442-448.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., ... & Egim, A. S. (2022). Digital marketing.
- Hidayah, N. A., Artdita, C. A., & Lestari, F. B. U. (2019). Pengaruh karakteristik peternak terhadap adopsi teknologi pemeliharaan pada peternak kambing peranakan Ettawa di Desa Hargotirto Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 19(1), 1–10.
- Indonesia, P. R., & Nusantara, W. (1997). Undang Undang No. 23 Tahun 1997 tentang: Pengelolaan lingkungan hidup. Lembar Negara RI Tahun, (3699).
- Laurianto, E., Gracia, E., Felic, C., Wijaya, E., & Barus, O. (2022). Transformasi peternakan digital dengan mengimplementasikan teknologi Internet of Things (IoT) pada Arjuna Farm. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 300-308. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.329>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi Covid-19. *Jurnal MANOVA*, 2(2), 23-31.
- Nicholls, A. (Ed.). (2008). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. OUP Oxford.
- Saudah, S., & Adi, D. S. (2018). Keseimbangan komunikasi dalam penguatan identitas komunitas kreatif telematika Kota Malang. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 143-154. <https://doi.org/10.32528/mdk.v1i2.1574>
- Wibowo, T. (2016). Ketimpangan pendapatan dan middle income trap. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 20(2), 111-132.
- Zein, H. H. M., & Septiani, S. (2024). Digitalisasi pemerintahan daerah: Katalis untuk integrasi dan optimasi good governance. Sada Kurnia Pustaka.