



INOVASI PEMASARAN TANAMAN MELON HIDROPONIK DALAM GREENHOUSE MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK

Marketing Innovation Of Hydroponic Mxelon Plants In The Greenhouse Through The Facebook Marketplace

R. Marsuki Iswandi¹, Dhian Herdhiansyah^{2*}, Asriani³, La Ode Midi⁴, Lukman Yunus¹, Yusriadin⁵, Nafilawati²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo Kendari

²Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo Kendari, ³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah

Kendari, ⁴Program Studi Lingkungan, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo Kendari

³Program Studi Penyuluhan Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo Kendari

*Alamat korespondensi: dhian.herdiansyah@uho.ac.id

(Tanggal Submission: 07 Oktober 2023, Tanggal Accepted : 05 Desember 2023)



Kata Kunci :

Marketplace facebook; media promosi; pemasaran; melon; hidroponik

Abstrak :

UMKM Griya Melon Kendari ini sudah berdiri sejak tahun 2019 yang lalu, walaupun sudah lama berdiri UMKM masih menggunakan cara promosi dan pemasaran yang masih tradisional. Proses promosi dan pemasaran produknya masih sederhana diantaranya yaitu para konsumen yang ingin membelinya mendatangi UMKM untuk membeli beberapa tanaman melon hidroponik tersebut. Karena itu, UMKM tidak bisa menjual secara luas, meski sudah dilakukan di beberapa lokasi di Kota Kendari. Tujuan kegiatan PKM ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam inovasi pemasaran tanaman melon hidroponik dalam greenhouse melalui marketplace facebook. Mitra kegiatan adalah UMKM Griya Melon Kendari. Kegiatan dilaksanakan 15 Agustus 2023 diikuti 20 peserta. Rencana kegiatan: (1) tahap persiapan - rapat tim, rapat mitra, dan persiapan sarana dan peralatan; dan (2) tahap pelaksanaan. Pelatihan dengan metode pendekatan demonstrasi. Hasil evaluasi pre tes diketahui bahwa pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran tanaman melon hidroponik melalui marketplace facebook dari peserta pelatihan sebesar 50 persen. Sedangkan hasil evaluasi post tes setelah kegiatan pelatihan pemasaran tanaman melon hidroponik dalam greenhouse melalui marketplace facebook terjadi peningkatan sebesar 90 persen dari peserta pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan proses penggunaan fitur marketplace facebook sangat mempengaruhi sebagai media promosi dan pemasaran produk tanaman melon hidroponik. Penerapan *marketplace facebook* sangat



mempengaruhi nilai penjualan produk tanaman hidroponik pada UMKM Griya Melon Kendari Sulawesi Tenggara, hal ini terwujud dengan adanya langkah-langkah untuk berjualan melalui *marketplace facebook*.

Key word :

Canva Training, Infographics, Village Government

Abstract :

The presence of devices such as smartphones makes it easier for users to find the information they need quickly. This ease and speed has caused a gap between community expectations and the capabilities of the Tamansari Village Government, Bogor. On the one hand, the public expects information services that are fast and easy to access. However, on the other hand, the Village Government is faced with the limited ability of village officials to provide information services that can be delivered quickly to the community. The Community Service Team (PKM) intends to bridge this gap by improving the skills of Tamansari village officials, Bogor, in making information that is simple but interesting, easy to produce and quickly distributed. Referring to the condition of PKM partners, namely Tamansari Village officials, Bogor, who still lack the skills to support their daily tasks in creating and conveying information to the community, the PKM Team decided to provide training in making infographics in the form of flyers using the Canva application. The results of training in this PKM activity are in the form of knowledge and skills. In terms of knowledge, PKM partners already know the method and art of creating infographics with the Canva application. As a result of the second training, PKM partners were able to create infographics in the form of flyers regarding the requirements for processing Business Certificates (SKU) for Micro and Small Businesses. The flyer can then be distributed quickly via the WhatsApp application to the community by first validating it by the village head secretary. With these skills, it is hoped that there will be no more complaints from the public regarding information needs from the Tamansari Village Government, Bogor. The skills gap in conveying information has been overcome through training in making infographics with the Canva application. Now, conventional information services have changed into digital services.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Iswandi, R. M., Herdhiansyah, D., Asriani., Midi, L. A., Yunus, L., Yusriadin., & Nafilawati. (2023). Inovasi Pemasaran Tanaman Melon Hidroponik Dalam *Greenhouse* Melalui *Marketplace Facebook*. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2679-2691. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i4.1211>

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan khususnya dapat menjadi barometer tingkat kesejahteraan suatu negara dalam hal produksi dan konsumsi masyarakat (Asriani & Herdhiansyah, 2019). Perlunya terus meningkatkan kualitas pengelolaan sumber daya alam di setiap daerah (Herdhiansyah, et al., 2012; Herdhiansyah & Asriani, 2018).

Masyarakat saat ini diharapkan dapat mengikuti perkembangan zaman. Dunia online adalah salah satunya. Pada awal tahun 2021, terdapat sekitar 202,6 juta pengguna internet secara global (Riyanto, 2022). Angka ini meningkat sebesar 15,5 persen, atau 27 juta orang, dibandingkan bulan Januari 2020. Sekitar 96,4 persen masyarakat Indonesia, atau 195,3 juta orang, menggunakan ponsel mereka untuk mengakses internet rata-rata setiap hari selama lebih dari delapan jam. Perilaku pengguna telah berubah akibat epidemi ini, khususnya dalam hal cara masyarakat memperoleh media internet.



Terdapat 175,3 juta pengguna Facebook di Indonesia hingga akhir Maret 2021, menurut data yang dipublikasikan (Anonim 2020). Facebook mendominasi internet dengan lebih dari 130 juta anggota, menguasai 81% pangsa pasar. Bagi wirausahawan yang ingin mengembangkan perusahaannya secara online, Facebook adalah sumber yang bermanfaat. Perhatian pengguna masih terpusat pada program Facebook. Facebook adalah alat yang dapat menggerakkan banyak hal karena banyak tujuannya. Facebook memberikan sejumlah kemudahan. Fungsi pasar Facebook dapat membantu pemasaran dan perdagangan online. Serangkaian kegiatan yang digunakan untuk menonjolkan keunggulan suatu produk dikenal sebagai media promosi (Anggraeni, 2022; Asriani et al., 2022). Selain itu, media ini digunakan untuk mempengaruhi calon pembeli atau pengguna jasa. Media promosi sebagai media yang digunakan untuk mengiklankan barang (Salmiah et al., 2020). Salah satu media penjualan online yang digunakan adalah marketplace yang diwakili oleh fitur Facebook. Salah satu alasan mengapa marketplace Facebook terkenal dengan kemudahan dan kenyamanannya adalah sepanjang proses transaksi, penjual akan mengirimkan produknya ke pelanggan (Widyayanti, 2019).

Oleh karena itu, istilah “marketplace” mengacu pada suatu lokasi atau tempat promosi suatu barang atau jasa melalui atau melalui media online (Ahsyar et al., 2020). Aspek perekonomian dan sosial lainnya di suatu daerah, seperti kesempatan kerja, taraf hidup masyarakat, daya beli, dan kesejahteraan, akan meningkat sepanjang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terus memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (Ningsih S dan Handayani T., 2017).

Melalui penjualan online, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat bersaing di pasar yang cukup kompetitif. dengan menggunakan fungsi pasar aplikasi Facebook sebagai bagian dari rencana pemasaran. Operasi ini berlangsung di UMKM tanaman melon hidroponik bernama Griya Melon Kendari, yang nomor induk usahanya 1907220074426, berlokasi di Jln. Haluoleo - Praja, Desa/Kecamatan Andonohu, Kecamatan. Poasia, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara (93231). Bahkan saat ini UMKM Griya Melon Kendari menyambut baik pelanggan yang berminat membeli tanaman melon hidroponik sebagai bagian dari strategi dasar pemasaran dan periklanannya.

Sebuah terobosan pertanian bernama hidroponik diciptakan untuk meningkatkan output dan mendorong ketahanan pangan nasional (Asriani et al., 2020). Meski sudah cukup lama beroperasi, UMKM Griya Melon Kendari tetap menerapkan strategi pemasaran dan promosi yang konvensional. Didirikan pada tahun 2019.

Tempat untuk mendapatkan produk tanaman melon hidroponik ini hanya di berbagai toko dan stand pasar. Akibatnya, meski sudah dilakukan di beberapa wilayah Kota Kendari, UMKM Griya Melon Kendari belum mampu mendistribusikan produknya secara luas. Untuk memajukan usaha hidroponiknya, UMKM harus bisa berharap bahwa ide bisnis pertanian hidroponiknya akan diadopsi dan dijadikan bahan pertimbangan (Asriani et al., 2022; Asriani & Herdhiansyah, 2022; Herdhiansyah et al., 2023). Berbagai macam aplikasi telah dibuat oleh Facebook dan dapat diunduh oleh pengguna. Program-program ini diharapkan dapat meningkatkan fungsionalitas Facebook. Banyak program yang dibuat membantu pekerjaan dan usaha, termasuk yang melibatkan jual beli produk (Aljawi & Muklason, 2011). Target luaran adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman melon hidroponik.

METODE KEGIATAN

Melon Griya Pabrik hidroponik yang berlokasi di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, UMKM Kendari, akan menerapkan program pembelajaran berbasis aktivitas yang mencakup media promosi dan pemasaran menggunakan Facebook Marketplace. Metode demonstrasi digunakan untuk melatih masyarakat tentang cara menggunakan Facebook Marketplace sebagai platform pemasaran dan promosi berkebun hidroponik.



Prosedur Kerja

Peserta dalam pelatihan termasuk UMKM Griya Melon Kendari Sulawesi Tenggara. Fase pelatihan untuk *marketplace facebook*, yang dibuat sebagai platform untuk mempromosikan dan memasarkan usaha hidroponik, harus dimulai, yang sedang mempersiapkan penggunaan *marketplace facebook* sebagai media untuk mempromosikan dan memasarkan usaha hidroponik dengan memasang alat dan bahan pelatihan dan menguraikan prosedur kerja.

Indikator keberhasilan perencanaan kegiatan PKM dievaluasi dua kali: sekali sebagai pre-test sebelum proses perencanaan kegiatan PKM dimulai dan sekali sebagai post-test setelah kegiatan pelatihan selesai. Pre-test dan post-test digunakan dalam kegiatan PKM ini untuk mengevaluasi hasil kegiatan PKM yang akan dilaksanakan di UMKM Griya Melon Kendari.

Sosialisasi pelatihan pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik

Proyek penjangkauan diharapkan diselesaikan terlebih dahulu. Pertemuan sosialisasi dengan UMKM Griya Melon Kendari untuk membahas beberapa kesepakatan jadwal acara. Kesepakatan tersebut menjadi tanggung jawab semua pihak (tim pelaksana dan mitra), termasuk menyusun timeline dan agenda tindakan yang perlu dilakukan. Kehadirannya diharapkan dari kelompok usaha melon hidroponik di UMKM, tim pelaksana, dan mitra dalam kegiatan ini, UMKM Griya Melon Kendari.

Penyuluhan Tentang pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman melon hidroponik

UMKM akan memanfaatkan Facebook Marketplace sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan dan memasarkan usaha hidroponik dengan tetap mempertimbangkan waktu luang peserta. Tujuan dari informasi dan pemahaman mitra diharapkan dapat menarik perhatian mitra dan menyebarkan kesadaran terhadap kegiatan PKM. Membahas penilaian evaluasi awal materi kegiatan PKM dan pertukaran pengalaman antara tim pelaksana PKM dengan mitra Griya Melon Kendari, akan terjadi kesepahaman setelah kegiatan PKM.

Kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan baik secara individu maupun kelompok secara rutin akan diberikan tujuan kegiatan PKM yang dapat menarik minat dan motivasi mitra. Kegiatan yang sama juga akan terus dilakukan secara berkelompok di bagian akhir untuk menawarkan hasil kegiatan PKM, dan sekaligus juga akan dilakukan evaluasi terhadap kinerja mitra setelah kegiatan PKM selesai. Materi panduan yang telah dibahas pada pertemuan sebelumnya menjelaskan bagaimana pemanfaatan facebook marketplace sebagai media promosi dan pemasaran usaha hidroponik serta manfaat dan proses pemantauan kegiatan pemanfaatan facebook marketplace dalam praktiknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di UMKM Griya Melon Kendari Sultra, kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah selesai dilaksanakan. dalam empat fase. Fase awal melibatkan aklimatisasi, sedangkan fase berikutnya menawarkan pengetahuan atau wawasan tentang kecerdasan bisnis dan sumber daya untuk memanfaatkan pasar Facebook untuk mempromosikan dan menjual tanaman hidroponik. Fase terakhir melibatkan instruksi tentang pemanfaatan pasar Facebook yang tepat untuk tujuan ini. melalui latihan langsung

Gunakan teknik pengajaran dan diskusi interaktif untuk melaksanakan latihan teoretis ini. Perangkat LCD dan program Power Point digunakan untuk menyampaikan presentasi dengan cara yang mengesankan. Dua puluh orang mengikuti kegiatan PKM pada Rabu, 15 Agustus 2023, di Prodi Teknologi Pangan dan UMKM Griya Melon Kendari, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Gambar 1 menunjukkan kegiatan pelatihan PKM pemanfaatan Facebook Marketplace sebagai platform pemasaran dan promosi tanaman hidroponik.

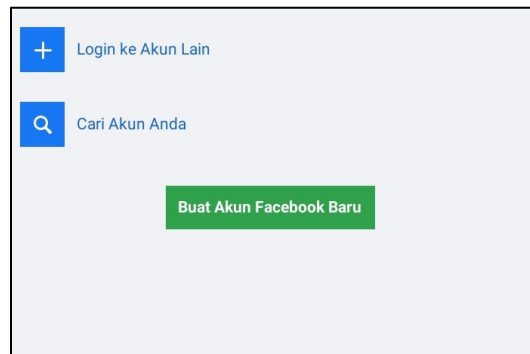




Gambar 1. Pelatihan pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman melon hidroponik dalam *greenhouse*

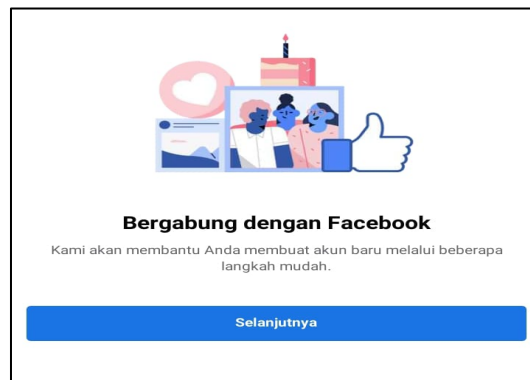
Cara membuat akun *facebook* UMKM Griya Melon Kendari

1. Langkah pertama antara lain mendownload aplikasi *facebook* di *play store*
2. Kemudian langkah berikutnya yaitu membuat akun UMKM



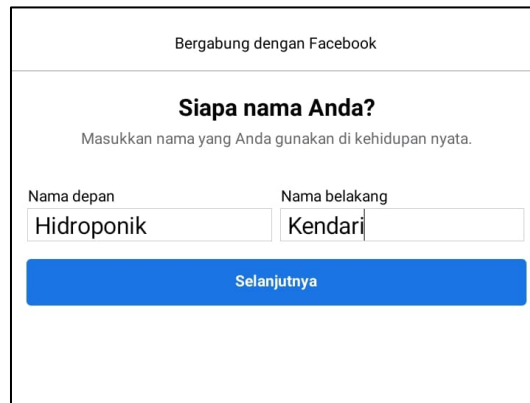
Gambar 2. Halaman pendaftaran

3. Pada halaman ini, diharapkan mengklik selanjutnya



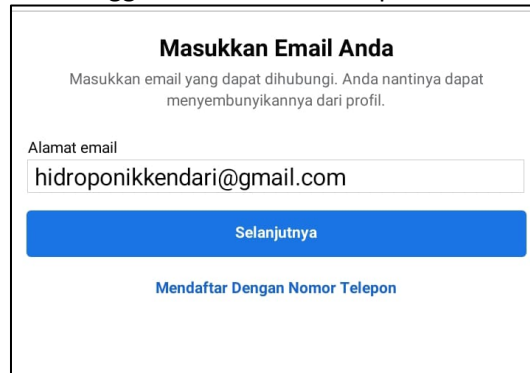
Gambar 3. Halaman gabung di *facebook*

4. Setelah mengklik perintah yang ada sebelumnya, maka langkah selanjutnya yaitu memasukan nama akun UMKM



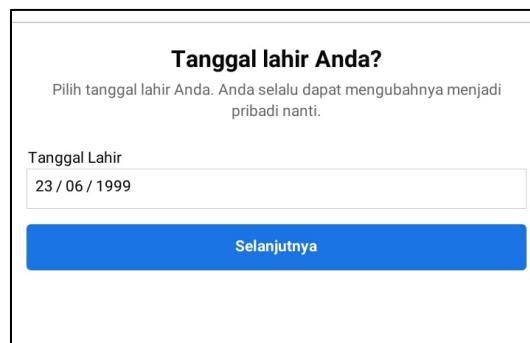
Gambar 4. Halaman memasukan nama

5. Setelah memasukan nama akun, maka halaman berikutnya yaitu memasukan email atau nomor telepon UMKM, pada kali ini menggunakan email untuk pendaftarannya.



Gambar 5. Halaman memasukkan email

6. Setelah memasukkan email maka klik selanjutnya, dan akan muncul halaman memasukkan tanggal lahir.



Gambar 6. Halaman memasukkan tanggal lahir

7. Setelah memasukkan tanggal lahir, maka klik selanjutnya, setelah itu maka akan muncul halaman memasukkan jenis kelamin

Apa jenis kelamin Anda?

Anda bisa mengubah siapa yang bisa melihat jenis kelamin di profil nanti.

Perempuan

Laki-laki

Khusus
Pilih Khusus untuk memilih jenis kelamin lain, atau jika Anda memilih tidak menjawab.

Gambar 7. Halaman pemberian jenis kelamin

8. Berikutnya yaitu membuat kata sandi

Buat Kata Sandi

Buat kata sandi sepanjang minimal 6 karakter. Kata sandi harus berupa sesuatu yang tidak dapat ditebak orang lain.

Kata sandi baru

iaisjbshdi.....

Selanjutnya

Gambar 8. Halaman memasukkan kata sandi

9. Halaman berikutnya yaitu klik daftar

Selesaikan Pendaftaran

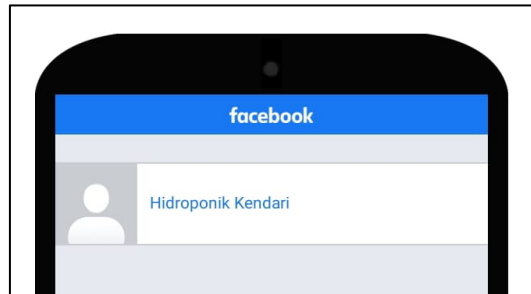
Orang yang menggunakan layanan kami mungkin telah mengunggah informasi kontak Anda ke Facebook. [Pelajari selengkapnya](#)

Dengan mengetuk Daftar, berarti Anda menyetujui [Syarat](#), [Kebijakan Data](#), dan [Kebijakan Cookie](#) kami. Anda akan menerima notifikasi SMS dari kami dan bisa berhenti kapan saja.

Daftar

Gambar 9. Halaman daftar

10. Setelah klik daftar maka akun *facebook* milik UMKM Griya Melon Kendari telah didaftarkan dan siap untuk digunakan



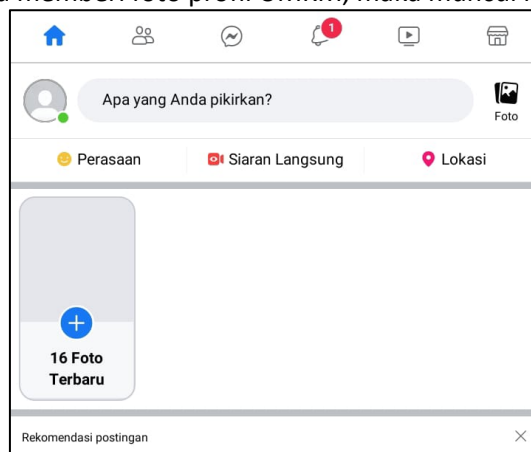
Gambar 10. Halaman akun pribadi

11. Halaman berikutnya yaitu memasukkan foto profil akun *facebook* yang telah jadi.



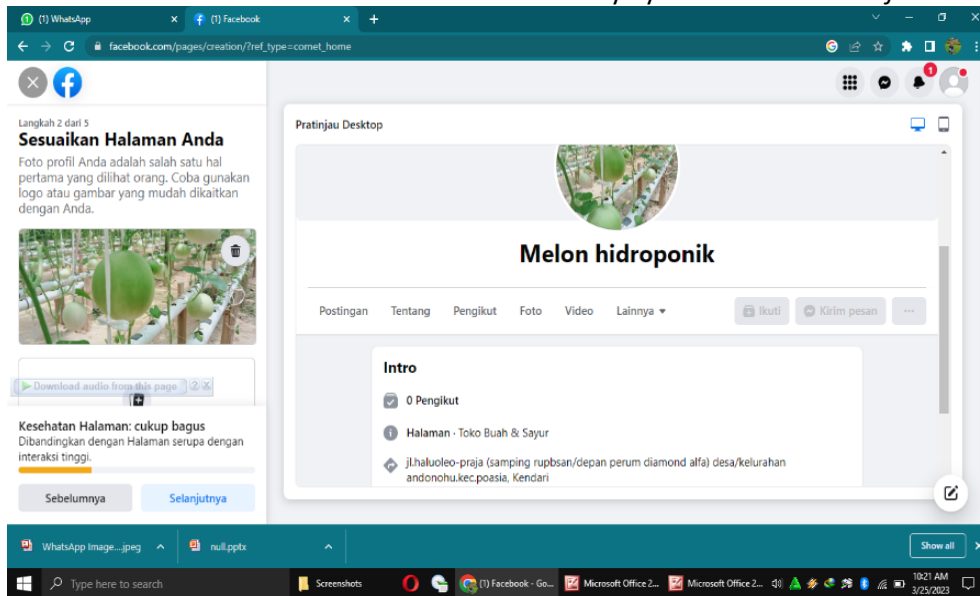
Gambar 11. Halaman memberi foto profil *facebook*

12. Setelah memasukkan atau memberi foto profil UMKM, maka muncul halaman beranda



Gambar 12. Halaman beranda *facebook*

13. Setelah muncul halaman beranda maka halaman berikutnya yaitu masuk ke akun *facebook*

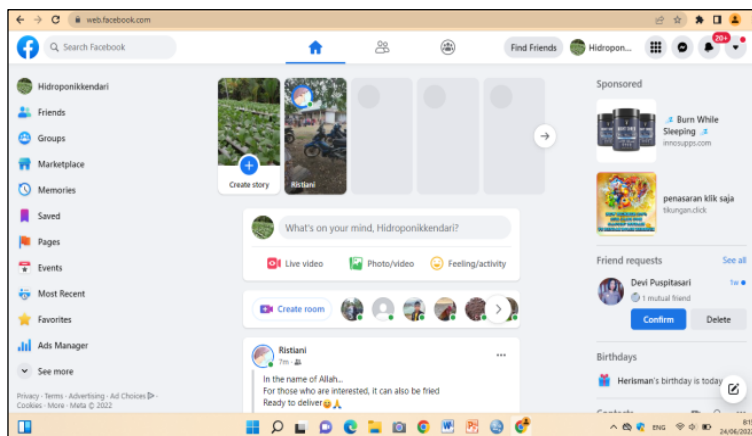


Gambar 13. Halaman akun *facebook* UMKM Griya Melon Kendari

Cara Berjalan di *Facebook Marketplace*

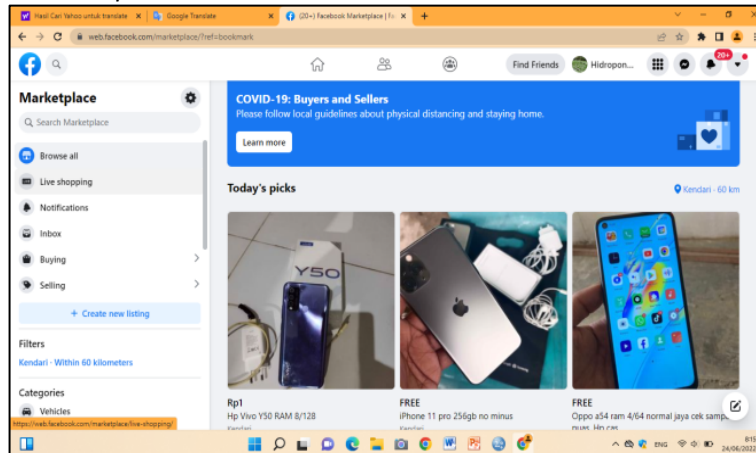
Berjalan di *facebook marketplace* sangatlah mudah, syaratnya hanya memiliki akun *facebook*. Berikut adalah beberapa cara atau tutorial berjalan *Facebook Marketplace*:

1. Login ke akun *facebook*



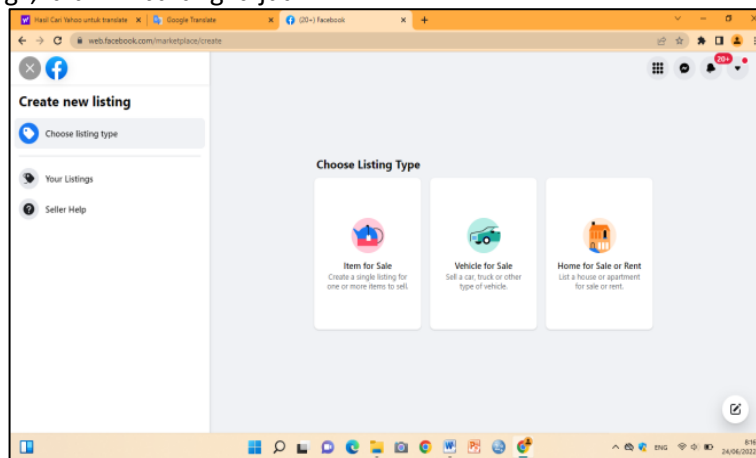
Gambar 14. Halaman Beranda Akun *Facebook* UMKM Griya Melon Kendari

2. Setelah masuk klik *Marketplace*



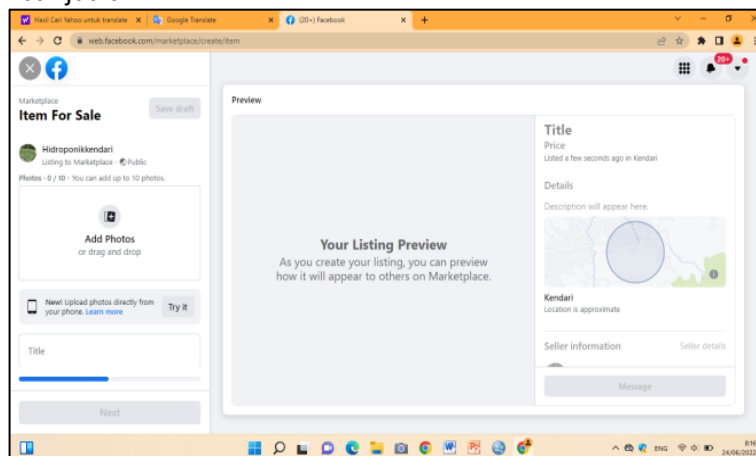
Gambar 15. Halaman *marketplace facebook*

3. Klik “+ jual Barang”, lalu klik barang dijual



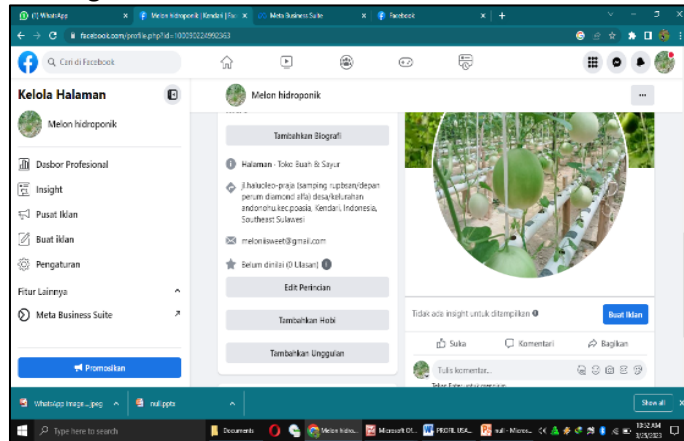
Gambar 16. Halaman Tawaran

4. Setelah memilih “Barang Dijual” maka langkah selanjutnya yaitu akan muncul halaman untuk memasukkan gambar jualan.



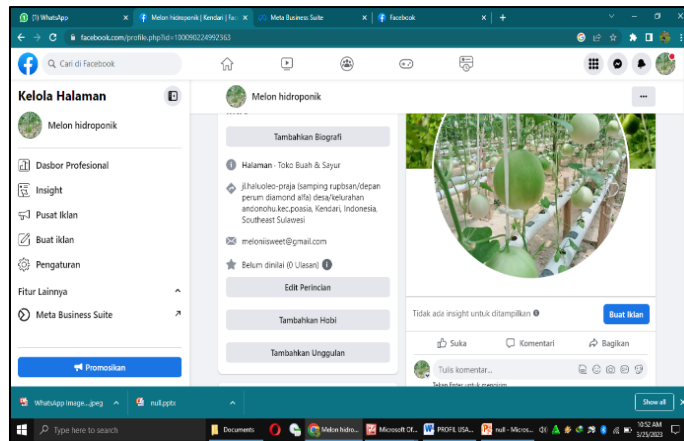
Gambar 17. Halaman untuk menambahkan gambar jualan

5. Klik beberapa foto yang ingin diupload ke dalam *marketplace* dan memasukkan judul, harga, kategori, kondisi, keterangan dan lokasi.



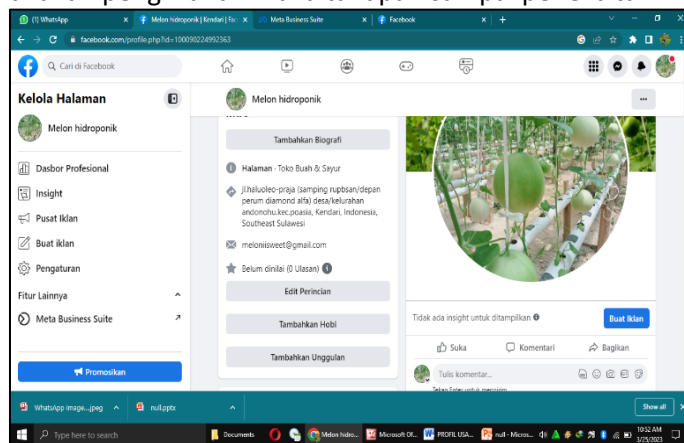
Gambar 18. Halaman pengisian produk yang akan dijual

6. Klik selanjutnya dan klik terbitkan.



Gambar 19. Halaman penerbitan produk tanaman hidroponik yang akan dijual

7. Langkah berikutnya yaitu klik terbitkan. Jika ingin mengiklankan produk yang telah dijual ke dalam *marketplace* melakukan proses pembayaran, dikarenakan akun pribadi milik UMKM Griya Melon Kendari belum melakukan pengiklanan maka tahapan sampai penerbitan.



Gambar 20. Halaman produk tanaman hidroponik yang telah diterbitkan

Evaluasi peserta yang dituju dengan tetap mengingat tujuan kegiatan PKM. Saat memasarkan dan mempromosikan tanaman melon hidroponik melalui Facebook Marketplace. Dua tes dilakukan untuk menilai efektivitas perencanaan kegiatan PKM: pre-test dilakukan sebelum prosedur dimulai, dan post-test dilakukan setelah latihan selesai. Dalam kegiatan PKM ini digunakan pre dan post test untuk mengkomunikasikan hasil kegiatan PKM. Pre test merupakan langkah awal dalam kegiatan PKM.

Berdasarkan hasil evaluasi pre-test diketahui bahwa 50% peserta pelatihan facebook marketplace sebagai media pemasaran dan promosi tanaman hidroponik memiliki pengetahuan dan kemampuan. Sementara itu, 90% peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengikuti kegiatan Facebook Marketplace sebagai media pemasaran dan promosi tanaman hidroponik, berdasarkan hasil evaluasi post-test. Hasil observasi post-test secara umum menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan 90% lebih banyak orang mengetahui fungsi Facebook Marketplace sebagai alat pemasaran dan promosi tanaman hidroponik.

Secara umum, kegiatan pelatihan kepada khalayak sasaran telah meningkat: pengetahuan dan keterampilan tentang pelatihan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik. Proses berlangsungnya kegiatan pelatihan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik yang mana didemokan langsung oleh TIM PKM berjalan lancar dan memuaskan baik bagi peserta pelatihan. Dilihat dari hasil dilapangan pada saat proses pelatihan pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman melon hidroponik dalam *greenhouse* dilakukan dihadapan peserta mendapatkan respon positif dimana para peserta utamanya UMKM sangat tertarik dan juga mengaku mendapat ilmu baru. Dengan berbagai macam respon positif yang diterima membuat penyelenggara kegiatan merasa sangat senang dan mengharapkan semoga ilmu yang dibagikan bermanfaat dan dapat diterapkan di UMKM serta masyarakat khususnya dalam hal *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman melon hidroponik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik yang telah dilaksanakan menunjukkan hasil pre test peserta sebesar 50 persen dan post test terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta tentang pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik sebesar 90 persen.

Penerapan *marketplace facebook* sangat mempengaruhi nilai penjualan produk tanaman hidroponik pada UMKM Griya Melon Kendari Sulawesi Tenggara, hal ini terwujud dengan adanya langkah-langkah untuk berjualan melalui *marketplace facebook*, dengan mengetahui proses atau langkah-langkah maka pemilik UMKM Griya Melon Kendari akan dengan mudah melakukan proses penjualan dan mampu meningkatkan nilai penjualan produk tanaman hidroponik

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat - Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi serta LPPM Universitas Halu Oleo Kendari yang telah memberikan dana pengabdian kepada masyarakat. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada UMKM Griya Melon Kendari yang telah banyak membantu dalam melaksanakan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ahsyar, T. K., Syahifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). *E-Marketplace* Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah*



- Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43-55.
DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Aljawi, A. Y., & Muklason, A.. (2011). *Jurnal Ilmiah "Teknologi": Jejaring Sosial dan Dampak bagi Penggunaannya*. Jombang (ID): Program Studi Sistem Informasi Unipdu.
- Anggraeni., & Yunaeti, E. (2022). *Buku Ajar E-Business dan E-Commerce*. Indramayu (ID): CV Adanu Abimata.
- Anonim. (2020). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020 Capai 196,7 Juta, Naik Karena WFH. Diakses pada tanggal, 30 Juli 2022. <https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL/full>.
- Asriani, & Herdhiansyah, D. (2019). Factors Affecting The Economic Policy Of Food In Indonesia. *Mega Aktivita: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 11-17.
DOI: <http://dx.doi.org/10.32833/majem.v8i1.76>
- Asriani., Herdhiansyah, D., & Nurcayah. (2022). Rancangan Usaha Agribisnis Tanaman Sayuran Berbasis Hidroponik. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1), 407-416.
- Asriani, Herdhiansyah, D, & Yandi. (2022). *Digital Marketing Produk Sagu*. Penerbit NEM
- Asriani, & Herdhiansyah, D. (2022). *Rancangan Usaha Agribisnis Hidroponik*. Penerbit NEM.
- Asriani, W., Embe, F. N., & Herdhiansyah, D. (2020). *Persepsi Masyarakat Terhadap Agribisnis Sayuran Metode Hidroponik Starterkit Wick di Kota Kendari*. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 11 – 16. DOI: <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v8i1.6846>.
- Herdhiansyah., Dhian., & Asriani. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Komoditas Kakao di Kabupaten Kolaka – Sulawesi Tenggara *Jurnal Agroindustri Halal*, 4(1), 030-041.
DOI: <http://dx.doi.org/10.30997/jah.v4i1.1124>.
- Herdhiansyah., Dhian., Sutiarso, L., Purwadi, D., & Taryono. (2012). Analisis Potensi Wilayah untuk Pengembangan Perkebunan Komoditas Unggulan di Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 22(2), 106-114.
- Herdhiansyah., Dhian., Asriani., & Midi, L. (2023). PKM Teknologi Budidaya Tanaman Melon Hidroponik dalam Greenhouse pada UMKM Griya Melon Kendari. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Tahun 2023.
- Ningsih S, & Handayani T., (2017). Rancangan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Kerupuk Multisari. *Jurnal Kopetitif*. 3 (2) , 1-8.
- Riyanto, & Putri, G. (2022). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. Diakses pada tanggal, 30 Juli 2022. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>.
- Salmiah., Fajrillah., Sudirman, A., Siregar, M. N., Simarmata, J., & Suleman, A. R. (2020). *Online Marketing*. Medan (ID): Yayasan Kita Menulis.
- Widyayanti, E. R. (2019). Pengaruh Marketplace terhadap Peningkatan Pendapatan pada UKM (Studi pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal optimum*. 9 (1). 1-14.