
**PENINGKATAN KUALITAS DAN PEMASARAN BUDIDAYA BONSAI DI DESA
ADIREJO MELALUI PENDEKATAN AGRIBISNIS**

**Vera Ismail, Asmarita Asmarita, Elta Nur Azizah, Nia Wahyuni, Norma Kesumawati,
Septi Nawang Sari**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, INDONESIA

Email: veraismail@metrouniv.ac.id, asmarita98606@gmail.com, eltanurazizah@gmail.com,
niawahyuni802@gmail.com, normakesumawatiapril@gmail.com,
septinawangsari247@gmail.com

| **Diterima/Submitted:** 11 Juni 2024 | **Direvisi/Revised:** 25 September 2024

| **Diterima/Accepted:** 26 September 2024 | **Dipublikasikan/Published:** 27 September 2024 |

Abstract

This activity aims to increase partners' creativity in processing products made from Adenium plant raw materials so that they become products that have added value and can be economically valuable. The methods used in this activity are counseling, interviews, literature study, field observation and training. Apart from increasing knowledge, responses from participants in the form of feedback and enthusiasm of participants in following and participating in activities show that the objectives of counseling and training activities have been achieved. The results obtained are an increase in knowledge in processing Adenium plants into bonsai and increased creativity of partners in making bonsai. Increasing the marketing of Adenium bonsai plant cultivation is carried out through online Digital Marketing.

Keywords: *bonsai cultivation, marketing, Agribusiness.*

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kreatifitas mitra mengolah produk berbahan baku tanaman *Adenium* sehingga menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan dapat bernilai ekonomis. Metode yang dipakai dalam kegiatan ini adalah penyuluhan, wawancara, studi kepustakaan, observasi lapangan dan pelatihan. Selain peningkatan pengetahuan, respon dari peserta berupa umpan balik dan antusiasme peserta dalam mengikuti dan ikut

berpartisipasi dalam kegiatan menunjukkan ketercapaian tujuan kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Hasil yang didapatkan adalah adanya peningkatan pengetahuan dalam pengolahan tanaman *Adenium* menjadi bonsai dan penambahan kreatifitas mitra membuat bonsai. Meningkatkan pemasaran budidaya tanaman bonsai *Adenium* dilakukan melalui digital Marketing secara daring.

Kata Kunci: Budidaya Bonsai, Pemasaran, Agribisnis.

PENDAHULUAN

Bonsai merupakan seni hortikultura Jepang yang melibatkan penanaman dan pemeliharaan pohon atau tanaman dalam pot dangkal. Tanaman *Adenium* adalah salah satu jenis tanaman yang populer dijadikan bonsai. Tanaman bonsai khususnya memiliki nilai estetika dan ekonomi yang tinggi. Tanaman ini memiliki batang yang tebal, daun yang kecil, dan bunga yang indah dengan berbagai warna. Bonsai *Adenium* memiliki banyak variasi, baik dari segi bentuk, warna bunga, maupun asal geografisnya. Tanaman bonsai merupakan bentuk seni yang membutuhkan kurun waktu yang lama, membutuhkan dedikasi, kesabaran, dan ketekunan tinggi untuk menghasilkan karya yang indah. Keindahan bunga *adenium* terletak pada bentuk dan warna yang beragam sehingga sulit untuk mengelompokan jenis-jenis tanaman *adenium*. Tanaman bonsai sangat rentan terhadap hama dan penyakit yang dapat menyebabkan kerusakan dan kematian pada tanaman, sehingga menjadi kendala bagi pembudidaya bonsai.

Tanaman bonsai *Adenium* menjadikan tujuan utama dalam pendekatan agribisnis yang terletak di Desa Adirejo, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Desa Adirejo dusun VI memiliki potensi besar untuk pengembangan usaha bonsai. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya warga desa yang telah menggeluti usaha ini secara turun-temurun. Namun, kualitas dan pemasaran bonsai dari desa ini masih tergolong rendah. Para pembudidaya bonsai di Desa Adirejo masih kesulitan untuk memasarkan produk mereka ke pasaran yang lebih luas. Hal ini menyebabkan rendahnya nilai jual bonsai dan pendapatan para pembudidaya.

Pendekatan agribisnis dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kualitas dan pemasaran bonsai di Desa Adirejo. Pendekatan ini menekankan pada penerapan prinsip-prinsip bisnis

dalam kegiatan pertanian, termasuk dalam budidaya dan pemasaran bonsai. Penerapan pendekatan agribisnis dalam pengembangan bonsai di Desa Adirejo diharapkan dapat memberikan peningkatan pendapatan para pembudidaya bonsai sehingga meningkatkan perekonomian dan taraf hidup masyarakat Desa Adirejo dusun VI. Dengan menerapkan pendekatan agribisnis, para pembudidaya bonsai di Desa Adirejo dusun VI dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan akses ke jaringan yang lebih luas.

Pemasaran barang-barang yang mudah didapatkan oleh masyarakat melalui peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi penting dalam dunia bisnis yang kompetitif. Barang-barang ini sering kali merupakan produk sehari-hari yang sudah dikenal luas, seperti makanan, pakaian, produk rumah tangga, atau produk kecantikan. Karena mudah ditemukan, tantangan terbesar bagi produsen adalah bagaimana membuat barang mereka lebih menarik dan diminati dibandingkan produk serupa. Salah satu cara yang efektif untuk melakukannya adalah dengan meningkatkan kualitas produk, baik dari segi bahan baku, kemasan, layanan, maupun nilai tambah yang ditawarkan (Alhadi A dkk, 2023).

Peningkatan kualitas barang dapat dimulai dengan menggunakan bahan baku yang lebih baik atau lebih ramah lingkungan. Produk yang terbuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi tidak hanya menawarkan daya tahan yang lebih lama, tetapi juga memberikan nilai tambah yang nyata bagi konsumen. Misalnya, dalam industri makanan, produsen dapat berfokus pada bahan-bahan organik atau bebas pengawet untuk menarik perhatian konsumen yang semakin peduli pada kesehatan dan lingkungan (Maulani D dkk, 2023; Jaenudin J dkk, 2023). Dalam dunia fashion, penggunaan kain berkualitas dan desain yang lebih tahan lama dapat menambah daya tarik dan memberikan kepercayaan kepada konsumen terhadap merek tersebut. Bentuk kemasan juga berperan penting dalam meningkatkan persepsi kualitas suatu produk. Kemasan yang menarik, informatif, dan ramah lingkungan sering kali menjadi faktor pembeda yang membuat konsumen lebih memilih satu produk dibandingkan produk lainnya. Konsumen cenderung mengaitkan kemasan yang baik dengan produk yang berkualitas, dan hal ini dapat memberikan kesan premium terhadap barang-barang yang sebenarnya mudah didapatkan. Contohnya, produk makanan ringan yang dikemas dengan desain minimalis dan elegan akan lebih mudah menarik perhatian konsumen dibandingkan produk serupa dengan kemasan yang biasa saja (Novianto D dkk, 2023; Yanuarsyah I, 2024).

Nilai tambah lainnya yang bisa ditawarkan adalah pelayanan yang unggul. Layanan pelanggan yang cepat, tanggap, dan ramah dapat menjadi pembeda dalam pasar yang kompetitif. Selain itu, menawarkan garansi atau kebijakan pengembalian produk yang mudah juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Produk yang didukung dengan layanan purna jual yang baik biasanya akan lebih diminati karena konsumen merasa bahwa produsen berkomitmen terhadap kepuasan mereka. Untuk memaksimalkan dampak dari peningkatan kualitas ini, strategi pemasaran yang tepat juga sangat penting (Ramadhany T, Maulani D, 2024; Riani D dkk, 2024). Salah satu pendekatan yang efektif adalah dengan mengedukasi konsumen mengenai peningkatan kualitas yang telah dilakukan melalui kampanye pemasaran digital. Media sosial dan platform e-commerce merupakan sarana yang tepat untuk memperkenalkan perubahan atau peningkatan produk. Misalnya, produsen dapat menggunakan konten visual yang menarik, seperti video atau gambar, untuk menunjukkan bahan baku berkualitas yang digunakan, proses produksi yang ramah lingkungan, atau testimoni pelanggan yang puas. Dengan demikian, konsumen tidak hanya melihat produk sebagai barang yang mudah didapatkan, tetapi sebagai barang yang berkualitas dan layak dibeli (Aminda R dkk, 2024).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penyuluhan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat meliputi:

Tahap Persiapan

Tahap persiapan terdiri dari penyusunan surat pengantar kegiatan, surat izin penyuluhan, dan persiapan sarana prasarana penyuluhan. Tahap persiapan akan dimulai dengan menyiapkan materi presentasi Power Point (PPT) tentang strategi desain lanskap, pemupukan yang akan dipaparkan oleh pemateri. Kemudian materi disampaikan kepada masyarakat dengan mudah dan praktis untuk dijelaskan kepada peserta saat kegiatan. Kemudian, persiapan lokasi dan alat pendukung seperti daftar hadir, dokumentasi dan lain-lain sebagai awal tahap persiapan.

Tahap Pelaksanaan Penyuluhan Masyarakat

Tahapan pelaksanaan penyuluhan masyarakat yaitu:

- a. Pemaparan materi kepada peserta dalam pembuatan tanaman bonsai *Adenium*.
- b. Praktek pembuatan tanaman bonsai *Adenium* langsung kepada pembudidaya bonsai di Desa Adirejo dusun VI.
- c. Sesi tanya jawab

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, akan diberikan beberapa sesi pelaksanaan, materi satu persatu mulai disampaikan dari pengetahuan asal usul bonsai, cara pembudidayaan bonsai, pemupukan, pentapan penyiraman, pemberantasan penyakit dan hama, rencana anggaran biaya, dan teknik bonsai.

Tahap Evaluasi dan Pelaporan

Tahap ini terdiri dari kegiatan mengumpulkan umpan balik (*feedback*) dari peserta penyuluhan, menganalisis umpan balik, dan pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat. Pelaksanaan dan keberlanjutan program kegiatan selanjutnya akan dilaksanakan sesuai evaluasi dari pelaksanaan yang sudah ada, bagaimana kebermanfaatan program kegiatan yang sudah dilaksanakan, dan bagaimana dampak bagi peserta penyuluhan, serta mitra penyelenggara. Keberlanjutan program klinik lanskap dengan kekhususan bonsai, akan dilihat sejauh mana keberhasilan dalam pelaksanaan, apakah ada masalah atau kendala yang menyulitkan mitra, atau program ini bermanfaat.

Dilihat dari antusias pengunjung, mereka tertarik dan mendapatkan pengetahuan tentang bonsai secara langsung, sehingga ada beberapa masalah seperti tanaman sulit dibentuk menjadi bonsai bisa teratasi. Melihat keingintahuan dari peserta dan penggemar bonsai, maka program kegiatan akan dilanjutkan, tentunya setelah adanya respon secara berkala dari anggota, serta pengecekan akun media sosial yang telah diberikan oleh mitra ke peserta yang hadir.



Gambar 1. Penyuluhan



Gambar 2. Penyampaian Materi



Gambar 3. Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus pembahasan dalam jurnal ini ada dua, yaitu : 1) pengenalan dan budidaya Bonsai

Adenium; 2) peningkatan dan pemberdayaan nilai ekonomis pada tanaman Bonsai *Adenium*.

Pengenalan dan Budidaya Bonsai *Adenium*

Menurut Rismunandar tanaman bonsai merupakan tanaman yang tumbuh secara dikerdilkan didalam pot dengan berbagai jenis bentuk dan warna. Sementara itu, Teguh berpendapat bahwa bonsai merupakan karya seni berbahan dasar tumbuhan sebagai representasi keindahan panorama alam. Dikatakan karya seni sebab pembentukan tanaman bonsai memerlukan proses yang panjang dan menantang (Priatna, t.t., 12)

Jenis *Adenium* berasal dari daerah tandus yaitu gurun pasir di daratan Afrika, lebih tepatnya Senegal menyebar hingga Kenya, Mozambique, dan sekitarnya. Nama lain dari jenis ini yaitu *Desert Rose* yang bermakna mawar padang pasir. Memiliki ciri khas dengan bentuk menyerupai terompet 5 helai mahkota dan kelopak dengan warna merah muda. Diameter bunga kisaran 7–8,5 cm, namun ada juga yang memiliki diameter kecil dengan kisaran 2–4 cm. Kesehatan yang meliputi sinar matahari, tanah yang subur dan suhu 15–45 derajat, serta umur tanaman yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tumbuh dan berkembangnya Bonsai *Adenium* (Elfarisna dkk. 2021, 9)

Beberapa Hal Mendasar Budidaya Bonsai

Penyediaan Bahan Bonsai

Bahan bonsai yang bermutu tinggi sangat diperlukan. Tidak ada gunanya kita memupuk, menyiangi dan menyiram apabila bahan bonsainya tidak bermutu. Beberapa teknik yang sering digunakan untuk penyediaan bahan bonsai adalah dengan pemotongan bagian vegetatif dan layering. Pemotongan bagian vegetatif dilakukan dengan cara bisa memotong percabangan bonsai, kemudian menanamnya pada media tumbuh yang sesuai untuk menghasilkan bonsai baru.

Teknik perbanyak bonsai yang lainnya adalah dengan layering. Teknik ini mirip dengan cangkok, yaitu membiarkan ranting membentuk akar selama masih menempel pada induknya. Prosedurnya pun dapat dilakukan dengan cara cangkok biasa, yaitu mengupas kulit kayu pada bagian yang ingin dijadikan anakan baru, menyelimutinya dengan media lalu dibungkus plastik. Cangkokan ini disiram teratur hingga muncul akar. Disamping itu teknik pembuatan

bibit tanaman bonsai dapat diperoleh dari biji yang khusus untuk disemaikan atau dari semal yang ada di alam bebas, okulasi, dan hongkah-bongkah tanaman yang masih bertunas dan masih nampak bertahan untuk hidup. Teknik lainnya yang cukup unium digunakan adalah menyambung beberapa jenis bonsal untuk menghasilkan bonsai varian baru.

Pengolahan media tanam

Pengolahan media tanam bertujuan untuk menyediakan media tanam agar siap bagi kehidupan bonsai dengan meningkatkan kualitas kondisi tanah. Karena tanah merupakan factor lingkungan yang mempunyai hubungan timbal balik dengan bonsai yang tumbuh padanya, meliputi: Faktor fisik (air, udara, struktur tanah serta suhu), Faktor kimiawi (kemampuan tanah dalam menyediakan nutrisi), dan Faktor biologis (makro/mikro flora dan makro/mikro fauna). Berbagai media tanam bisa dipilih sesuai kebutuhan jenis-jenis pohon, bisa berupa tanah, pasir, humus, kompos, sekam, dan lain sebagainya. Yang penting dilakukan adalah menentukan komposisi yang tepat sesuai dengan jenis dan kebutuhan pohon. Pengolahan media tanam ini amat berhubungan juga dengan perkiraan penyediaan lahan tanam. Apakah kita merencanakannya untuk dibudidayakan pada lahan tanah langsung berupa kebun, ladang atau sekedar budidaya dalam sekup terbatas pada wadah tanam tertentu.

Penyiraman

Penyiraman mengandung arti memanfaatkan dan menambah sumber air dalam tingkat tersedia bagi kehidupan dan keberlangsungan bonsai Apabila air berlebih dalam tanah maka perlu dilakukan pembuangan (drainase), agar tidak mengganggu kehidupan bonsai Berbagai teknik penyiraman sudah lama dikenal pebonsai kita Yang perlu diperhatikan adalah laju penyiraman air hendaknya berkesinambungan dengan bagian tanah yang dapat menyerapnya oleh karenanya frekuensi pengairan akan efektif bila diberikan sesuai kebutuhan kelembaban media tanam bonsai.

Pemupukan

Tujuan pemupukan adalah meningkatkan pertumbuhan bonsai Pemupukan baik berupa pupuk padat, cair, atau hayati diberikan pada saat Tanaman menunjukkan sejumlah kebutuhan unsur hara agar diperoleh efisiensi yang maksimal Pemberian pupuk padat biasanya dilakukan dengan cara disebar di bawah tanah, di atas tanah atau di sebelah bonsai, sedangkan

pemberian pupuk daun, dengan cara menyemprotkan pada daun, bersama air disemprotkan sebagai perlakuan tambahan dalam rangka melestarikan kesuburan tanah dan mencegah pencemaran air tanah¹.

Pupuk dan vitamin perlu diberikan guna untuk menambah kesuburan dan menghindari tanaman terkena hama yang menyebabkan bonsai terhambat bahkan mati. Beberapa pupuk dan vitamin yang bisa digunakan seperti gambar dibawah:



Gambar 4. Atonik



Gambar 5. Vitamin B1

Tanah lingkungan

Perlindungan pertumbuhan Bonsai. Pada budidaya bonsai, faktor organisme pengganggu tanaman (OPT) baik berupa hama dan mikroba penyebab penyakit (cendawan Bakteri veus), maupun gulma sebagai kompetitor tanaman persaingan dalam mendapatkan unsur hara, air,

energi cahaya matahari, CO ruang hidup), sangat menentukan tingkat produksi dalam jumlah maupun mutu. Dampak gangguan dapat berupa hambatan pertumbuhan dan perkembangan, penurunan mutu produk, kerusakan fatal, bahkan kematian total bonsai. Beberapa cara pengendalian yang dikenal antara lain: pengurangan populasi musuh alami dengan cara fisik yakni menghilangkan binatang hama dari bonsai, cara kimlawi dengan pestisida kimia murni, atau cara lainnya (Jurnal Pengabdian Nusantara, t.t., 27)

Peningkatan dan Pemberdayaan Nilai Ekonomis Pada Tanaman Bonsai Adenium

Secara Bahasa “pemberdayaan” berasal dari kata “daya” yang berarti kekuatan. Pengertian ini bermakna memberikan daya atau kekuatan kepada kelompok yang rentan atau lemah untuk hidup secara mandiri guna memenuhi keperluan pokok sehari-hari, yaitu pangan, sandang, papan, Pendidikan, serta Kesehatan². Menurut Sumodiningrat pengertian pemberdayaan Masyarakat dapat dijelaskan sebagai suatu perilaku sosial dari anggota Masyarakat sebuah komunitas yang mengorganisasikan diri dalam perencanaan dan tindakan kolektif, untuk memecahkan masalah sosial atau memenuhi kebutuhan sosial sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki. Sedangkan Alfitri mengungkapkan bahwa pemberdayaan ialah Pembangunan ekonomi yang meliputi nilai-nilai sosial. Lebih lanjut penjelasan ini menggambarkan model teori baru Pembangunan yang berpusat pada manusia (*people centered*), partisipatif (*participatory*), memberdayakan (*empowering*), dan berkelanjutan (*sustainable*) (Widharma dkk. 2021, 24)

Urgensi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat ialah dengan menjadikan ekonomi kreatif pokok utama pada sektor industri rumahan (UMKM) baik secara individu maupun Badan Usaha Milik (BUM) Desa. Maka dari itu pencarian dan mengasah potensi kreatif, inovasi, dan invensi dalam diri masyarakat (Alfayed dkk. 2023, 25).

Kajian yang telah dilakukan memberikan kesimpulan bahwa budidaya bonsai *Adenium* di Desa Adirejo Pekalongan Lampung Timur merupakan tanaman hias yang bernilai tinggi dan dapat menciptakan sumber pendapatan apabila dilakukan dalam jangka waktu yang panjang. Tentu hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan ekonomi kreatif pada sektor perorangan ataupun BUM Desa.

Strategi Pemasaran

Berdasarkan program kerja yang kami laksanakan memberikan keterangan sangat menarik terkait upaya guna meningkatkan budidaya dan pemasaran produk Bonsai *Adenium* dari Desa Adirejo yang dikelola oleh perorangan. Poin-poin yang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk budidaya tersebut yaitu pemasaran daring yang memanfaatkan platform daring seperti sosial media, *marketplace*, atau website untuk memperluas jangkauan pasar.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan menyelenggarakan pelatihan kepada kelompok petani bonsai *Adenium* untuk dapat memasarkan hasilnya secara maksimal melalui **Digital Marketing**. Strategi yang dilakukan pada digital marketing melalui pemasaran online saat ini, diyakini akan lebih sangat efektif dan efisien dalam menjangkau target pasar (Johansyach, Abadi, dan Febriana 2024, 31)

Berikut beberapa digital marketing dan cara yang bisa dilakukan untuk peningkatan pemasaran diantaranya sebagai berikut:

Website Profesional

Membangun situs web yang menarik dan informatif tentang budidaya bonsai, termasuk panduan, tips, dan produk yang ditawarkan.

Media Sosial

Manfaatkan *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Pinterest* untuk membagikan foto-foto yang menarik tanaman bonsai, tips perawatan, dan video tutorial.

SEO

Optimalkan situs web Anda untuk mesin pencari dengan kata kunci terkait bonsai untuk meningkatkan visibilitas online.

Email Marketing

Kumpulkan alamat email pelanggan potensial dan kirimkan *newsletter* berkala tentang promosi, acara, dan tips perawatan bonsai.

Kolaborasi

Kerjasama dengan *influencer* atau komunitas bonsai untuk meningkatkan *eksposur* merek Anda.

Konten Berkualitas

Buat konten yang berguna dan menarik seperti panduan langkah demi langkah, video tutorial, dan artikel tentang budidaya bonsai.

Pemasaran Berbayar

Gunakan iklan *Google AdWords*, *Facebook Ads*, atau *Instagram Ads* untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara online.

Testimoni Pelanggan

Bagikan ulasan dan testimoni positif pelanggan untuk membangun kepercayaan dan meyakinkan calon pembeli.

Dengan strategi pemasaran digital yang kokoh, anda dapat meningkatkan kesadaran merek dan penjualan bonsai Anda secara online.

Beberapa strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan oleh para pembudidaya Bonsai di Desa Adirejo menggunakan *Marketplace* dan *TikTok Seller Center*:

Membangun toko online, seperti membuat akun *Marketplace* dan *TikTok Seller Center*.



Gambar 6. Akun Tiktok Seller Center

Pembuatan konten yang menarik, seperti proses budidaya bonsai, memberikan tips dan trik dalam merawat bonsai, menampilkan berbagai bentuk, gaya, dan ukuran bonsai, dan berkolaborasi dengan pembudidaya bonsai lainnya untuk mempromosikan hasil produk tanaman bonsai.

Memfaatkan fitur *TikTok Seller Center* sebagai proses budidaya bonsai dan penjualan produk bonsai untuk meningkatkan kualitas dan pendapatan pembudidaya bonsai. (Bratadiredja 2023, 24).

KESIMPULAN

Sebagian besar peserta penyuluhan telah mempunyai pengetahuan tentang tanaman bonsai *Adenium*. Semua peserta penyuluhan meningkat pemahamannya tentang keterampilan pembuatan tanaman hias bonsai *Adenium* dan manfaatnya. Sebanyak peserta penyuluhan berencana untuk membuat bonsai *Adenium* sebagai sumber pendapatan baru terutama untuk ibu rumah tangga. Peningkatan pemasaran dilakukan melalui pelatihan digital marketing khususnya *platform Tik Tok*. Saran yang dapat diberikan adalah perlu dilakukan kegiatan lain yang terkait dalam upaya memanfaatkan sumber daya alam yang ada di sekitar pemukiman dan perlu peran aktif pamong desa dan karang taruna untuk mewedahi pelaksanaan kegiatan yang terkait dengan pengembangan kewirausahaan di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Alfayed, Erico, Lista Ramadeli, Rakel Agnestasia, Viona Amalina, Zhatil Hanani Octavia Swid, dan Hendra Riofita. 2023. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN E-COMMERCE PADA TIKTOK SHOP." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)* 1 (2): 195–201. <https://doi.org/10.62017/jemb.v1i2.595>.

Bratadiredja, Mohammad Firmansyah. 2023. "PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI DIGITAL MARKETING DALAM PROMOSI KULINER BAGI PELAKU UMKM." *Commed Jurnal Komunikasi Dan Media* 7 (2): 144–55.

"Edukasi dan Pendampingan Edukasi Tanaman Bernilai Ekonomi Tinggi Pada Masyarakat di Madyapuro Melalui Budidaya Bonsai | Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara." t.t. Diakses 10 Juni 2024. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/17683>.

Elfarisna, Elfarisna, Erlina Rahmayuni, Nurul Fitriah, Naswandi Nur, Sukrianto Sukrianto, dan Sa'diyah El Adawiyah. 2021. "MENGAJAR BUDIDAYA TANAMAN HIAS DI YAYASAN ASSYIFA AL ISLAMI." *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* 1 (1). <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10659>.

Food, Halal, Islamic Traveling, Creative Economy, Muhammad Alhada, Fuadilah Habib, Universitas Islam, Negeri Sayyid, Ali Rahmatullah, Ekonomi Kreatif, dan Peningkatan Ekonomi. 2021. "Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif 1" 1 (2): 82–110.

Johansyach, Muhammad, Totok Abadi, dan Poppy Febriana. 2024. "Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha UMKM Tanaman Hias Bonsai." *Jurnal Abdimas Madani dan Lestari (JAMALI)*, Maret, 46–52. <https://doi.org/10.20885/jamali.vol6.iss1.art6>.

Priatna, Tedi. t.t. "MEMBUDAYAKAN BUDI DAYA BONSAI."

Setiawan, Eko Adhy, dan Hinijati Widjaja. 2023. "Penyuluhan dan Pelatihan Seni Bonsai bagi Masyarakat Penggemar dan Pemula di Jakarta Utara" 3 (4): 1233–40.

Widharma, I. G. Suputra, I. N. Sunaya, I. G. N. Sangka, dan A. A. M. Dewi Anggreni. 2021. "PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI BONSAI MELALUI DIGITAL MARKETING DAN INDUSTRY RETHINKING BERBASIS WEB DI MASA PANDEMI." *Jurnal Ilmiah Vastuwidya* 4 (2): 01–07. <https://doi.org/10.47532/jiv.v4i2.313>.

Alhadi, A., Riani, D., & Afrianto, Y. (2023). SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN BARANG SEDERHANA PT. WISEMAN MULIA SEJAHTERA DENGAN APLIKASI BARANG DAN PERSEDIAAN BERBASIS ANDROID. *SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya*, 1(1), 31-39. doi:10.32832/jpmuj.v1i1.1671

Maulani, D., Wulandari, A., Octaviani, N., & Sukaesih, P. (2023). PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA KELOMPOK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DESA SUKAJADI. *SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya*, 1(2), 53-63. doi:10.32832/jpmuj.v1i2.1905

Jaenudin, J., Afrianto, Y., & Firdaus, Y. (2023). LAYANAN PEMERIKSAAN DAN PENGUMPULAN DATA KESEHATAN SISWA-SISWI KELAS VI BERBASIS SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN METODE FUZZY TSUKAMOTO. *SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya*, 1(3), 93-105. doi:10.32832/jpmuj.v1i3.1914

Novianto, D., Syaiful, S., & Aminda, R. (2023). DAMPAK PEMBANGUNAN HOTEL CIBINONG CITY MALL TERHADAP PERUBAHAN KONDISI SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT RW 04 PAKANSARI CIBINONG. *SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya*, 1(3), 113-123. doi:10.32832/jpmuj.v1i3.1917

Yanuarsyah, I., Purnomo, M., & Kamilah, N. (2024). DIJITALISASI E-COMMERCE WARUNG SAYUR IBU ECIH BERBASIS ANDROID. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(1), 33-43. doi:10.32832/jpmuj.v2i1.1947

Ramadhany, T., & Maulani, D. (2024). PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ROTI AFIKA SARI. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(2), 137-146. doi:10.32832/jpmuj.v2i2.2268

Riani, D., Ajmilah, W., Falma, N., & Afrianto, Y. (2024). GERAKAN LITERASI KEUANGAN MELALUI MEDIA MENABUNG SEJAK DINI. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(2), 147-160. doi:10.32832/jpmuj.v2i2.2271

Aminda, R., Aminda, A., & Rizki, M. (2024). ANALISA CAPAIAN PELAKSANAAN PEKERJAAN LAYAK DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DALAM SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS) DI KABUPATEN BOGOR. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(2), 190-207. doi:10.32832/jpmuj.v2i2.2279