

INOVASI PEMASARAN DIGITAL KELOMPOK GSH_MOROSUNGGINGAN GUNA PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA

Chusnul Rofiah^{1*}, Mardi Astutik², Primaadi Airlangga
STIE PGRI Dewantara ¹², Universitas Wahab Hasbullah
*Korespondensi: chusnulstiepgri.dewantara@gmail.com

Diserahkan: 2 September 2024, Direvisi: 19 September 2024, Tersedia daring: 31 Oktober 2024

ABSTRAK

Desa Morosunggingan di Kabupaten Jombang menghadapi masalah sosial-ekonomi berupa kemiskinan serta tingginya angka stunting dan gizi buruk pada ibu hamil dan anak-anak. Kelompok Perempuan Srikandi sebagai mitra binaan berusaha mengatasi permasalahan ini melalui usaha hidroponik, tetapi menghadapi kendala dalam hal manajemen usaha dan pemasaran. Program Pengabdian Masyarakat (PKM) yang didanai oleh hibah DRTPM 2024 dilaksanakan oleh tim dosen STIE PGRI Dewantara dan Universitas Wahab Hasbullah selama Agustus hingga Oktober 2024. Solusi yang ditawarkan mencakup pelatihan manajemen keuangan, pemasaran digital melalui media sosial, dan implementasi sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas manajerial, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung program gizi bagi anak-anak stunting dan ibu hamil. Dampak program ini terlihat dari peningkatan pendapatan kelompok dan penurunan angka stunting di desa. Rencana tindak lanjut mencakup pendampingan berkelanjutan dalam diversifikasi produk dan penguatan pemasaran digital untuk memastikan keberlanjutan usaha mitra binaan.

Kata kunci: pemberdayaan perempuan, hidroponik, pemasaran digital, stunting, kewirausahaan sosial

Abstract

Morosunggingan Village in Jombang Regency faces socio-economic problems in the form of poverty and high rates of stunting and malnutrition in pregnant women and children. The Srikandi Women's Group, as a fostered partner, tries to overcome these problems through hydroponic businesses but faces obstacles in terms of business management and marketing. The Community Service Program funded by Ministry of Education, Culture, Research, and Technology in 2024, was implemented by a team of lecturers from STIE PGRI Dewantara and Wahab Hasbullah University from August to October 2024. The solutions offered include financial management training, digital marketing through social media, and the implementation of a digital application-based financial recording system. This activity has succeeded in increasing managerial capacity, expanding marketing reach, and supporting nutrition programs for stunted children and pregnant women. The impact of this program can be seen in the increase in group income and the decrease in stunting rates in the village. The follow-up plan includes ongoing assistance in product diversification and strengthening digital marketing to ensure the sustainability of the fostered partner's business.

Keywords: women's empowerment, hydroponics, digital marketing, stunting, social entrepreneurship

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Desa Morosunggingan, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang, menghadapi tantangan sosial-ekonomi yang serius, dengan banyak keluarga hidup di bawah garis kemiskinan. Selain itu, desa ini memiliki angka stunting dan gizi buruk yang tinggi, terutama pada anak-anak dan ibu hamil. Untuk mengatasi masalah ini, Kelompok Pemberdayaan Perempuan Srikandi memulai usaha budidaya hidroponik dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga (Astutik & Qomariyah, 2020).

Namun, kelompok ini masih menghadapi kesulitan dalam hal manajemen usaha dan pemasaran produk (Purwanto & Rofiah, 2017).

Melalui Hibah Pengabdian Masyarakat DRTPM 2024, tim dosen dari STIE PGRI Dewantara dan Universitas Wahab Hasbulloh melaksanakan program pengabdian yang fokus pada optimalisasi pemasaran melalui media sosial. Program ini bertujuan untuk memperbaiki manajemen usaha hidroponik kelompok Srikandi serta memperluas jangkauan pasar produk mereka melalui platform digital seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, *Whatsapp Business*, *Website*, dan *YouTube*, serta layanan *on-demand Grab*. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan menurunkan angka stunting di desa tersebut.

2. Profil Mitra Binaan

Kelompok Pemberdayaan Perempuan Srikandi merupakan kelompok usaha yang didirikan berdasarkan SK Kepala Desa Morosunggingan No. 67 Tahun 2020, yang berlokasi di Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang. Kelompok ini diketuai oleh Yetty Faridah dan terdiri dari 30 perempuan yang berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga melalui kegiatan produktif.

Kelompok Srikandi fokus pada budidaya sayuran menggunakan teknik hidroponik, yang dipilih karena efisiensinya dalam memanfaatkan lahan terbatas dan kemampuannya menghasilkan produk pertanian berkualitas tinggi. Jenis sayuran yang dibudidayakan meliputi selada, bayam, kangkung, dan sawi. Meskipun kelompok ini telah menunjukkan kemajuan dalam budidaya hidroponik, mereka menghadapi tantangan utama berupa terbatasnya akses pasar dan kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha, yang membatasi potensi pertumbuhan dan perluasan usaha mereka.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Usaha Hidroponik

Hidroponik adalah metode pertanian yang menggunakan air dan larutan nutrisi untuk menumbuhkan tanaman tanpa tanah (Sathyanarayan et al., 2023). Castle, S. E., Miller, D. C., Ordonez, P. J., Baylis, K., & Hughes, (2021) menunjukkan bahwa hidroponik menjadi solusi pertanian berkelanjutan yang efisien di lahan terbatas (Astutik & Qomariyah, 2020) dan di lingkungan dengan keterbatasan air (Sambo et al., 2019). Teknologi ini memungkinkan kelompok masyarakat, khususnya perempuan, untuk berpartisipasi dalam pertanian modern yang menghasilkan produk berkualitas tinggi dan berpotensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka (Czyzewski & Kryszak, 2022).

2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup perencanaan, implementasi, dan pengawasan aktivitas pemasaran untuk mencapai target pasar (Camilleri & Camilleri, 2018). Menurut Chaffey & Smith, (2022), di era digital, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi (Purwanto & Rofiah, 2017). Usaha kecil, seperti Kelompok Srikandi, dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk memperluas pasar mereka, meningkatkan daya saing, dan memaksimalkan potensi penjualan produk dengan biaya yang relatif rendah.

3. Media Sosial sebagai Alat Pemasaran

Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran telah tumbuh pesat dalam beberapa tahun terakhir. Olsson & Bernhard, (2021) menekankan bahwa media sosial mempermudah usaha kecil untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan dengan biaya rendah. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kesadaran merek (Rofiah & Pancaningrum, 2019). Menurut Olsson & Bernhard, (2021), keberhasilan pemasaran di media sosial bergantung pada strategi konten yang konsisten dan keterlibatan yang aktif dengan audiens. Hal ini sangat relevan bagi usaha hidroponik kecil seperti yang dilakukan oleh Kelompok Srikandi, yang mengandalkan promosi online untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan (Al Halbusi et al., 2024).

4. Pemberdayaan Perempuan

Pemberdayaan perempuan merupakan aspek penting dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi di banyak komunitas. C. Rofiah, (2022) menjelaskan bahwa pemberdayaan perempuan melalui kegiatan ekonomi seperti usaha hidroponik berperan penting dalam mengangkat status sosial perempuan dan memberikan mereka akses kepada sumber daya ekonomi. Dalam konteks Kelompok Srikandi, pemberdayaan ini tidak hanya memperbaiki ekonomi keluarga, tetapi juga meningkatkan keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha di tingkat komunitas (Verner, D., Vellani, S., Goodman, E., & Love, 2022).

5. Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial adalah bentuk kewirausahaan yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial sekaligus mencapai keberlanjutan ekonomi. Menurut Weerawardena et al., (2021), kewirausahaan sosial berfokus pada penciptaan nilai sosial, di mana keuntungan usaha digunakan untuk mendukung program-program sosial, seperti kesehatan dan pendidikan. Dalam konteks Kelompok Srikandi, prinsip kewirausahaan sosial diterapkan dengan menggunakan sebagian keuntungan dari penjualan sayuran hidroponik untuk mendanai program gizi bagi anak-anak stunting dan ibu hamil yang mengalami gizi buruk. Dengan model ini (Rofiah, 2022), kelompok tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat (Rofiah, 2023).

Kewirausahaan sosial memberikan solusi yang tepat bagi kelompok usaha mikro seperti Srikandi, karena memungkinkan usaha kecil untuk memberikan dampak besar di bidang sosial sambil tetap menjaga keberlanjutan ekonomi.

C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan program pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan yang terstruktur, dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan operasional Kelompok Pemberdayaan Perempuan Srikandi dalam mengelola usaha hidroponik mereka. Berikut adalah rincian dari metode pelaksanaan kegiatan:

1. Focus Group Discussion (FGD) & Penyuluhan Rencana Kerja

Kegiatan awal dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus 2024. Kegiatan diawali dengan *Focus Group Discussion (FGD)* yang melibatkan seluruh anggota kelompok, ketua kelompok, serta para pemangku kepentingan terkait. Dalam FGD ini, dilakukan diskusi bersama untuk menyusun rencana kerja program pengabdian yang disesuaikan dengan kebutuhan Kelompok Srikandi.



Gambar 1 : Kegiatan FGD dan Sosialisasi Rencana Kerja

Penyuluhan juga dilakukan untuk memperkenalkan konsep manajemen usaha yang akan diterapkan dalam pelatihan dan pendampingan berikutnya. Rencana kerja ini mencakup strategi pemasaran, peningkatan manajemen keuangan, serta rencana penerapan teknologi digital dalam operasional usaha.

2. Pelatihan Manajemen Bisnis

Pada tanggal 28 Agustus 2024, tim penulis melakukan Pelatihan Manajemen Bisnis. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan operasional anggota kelompok dalam mengelola bisnis hidroponik. Jenis pelatihan yang diberikan adalah: 1) Manajemen keuangan, 2) Pemasaran Produk, dan 3) Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM).

Pada kegiatan manajemen keuangan, peserta dilatih tentang pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, dan perencanaan anggaran untuk menjaga keberlanjutan usaha. Pada kegiatan pemasaran produk, peserta dilatih untuk pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif menggunakan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar produk hidroponik. Sedangkan pada Pelatihan Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) peserta diajarkan bagaimana mengelola sumber daya manusia, termasuk pembagian tugas, peningkatan produktivitas, dan pengelolaan tim secara efisien.



Gambar 2: Pelatihan Manajemen Keuangan, pemasaran dan SDM

3. Penerapan Teknologi dan Implementasi Sistem Manajemen Bisnis

Pada tanggal 11 September 2024, Tim pelaksana PKM mempraktikkan Penerapan Teknologi dan Implementasi Sistem Manajemen Bisnis. Pada tahap ini, dilakukan penerapan teknologi melalui implementasi Sistem Manajemen Bisnis yang mencakup pencatatan keuangan secara digital dan penggunaan aplikasi manajemen operasional. Sistem ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan usaha.



Gambar 3 : Praktik Manajemen pemasaran & keuangan digital oleh peserta

Dengan pencatatan keuangan digital, kelompok dapat melacak arus kas secara real-time, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat. Aplikasi manajemen operasional juga diimplementasikan untuk meningkatkan koordinasi dan pengelolaan tim, terutama dalam hal distribusi tugas dan pemantauan hasil produksi.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Setelah penerapan sistem manajemen dan pelatihan, dilakukan pendampingan untuk memastikan bahwa anggota kelompok mampu mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari secara efektif dalam aktivitas sehari-hari mereka. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal Oktober 2024



Gambar 4 : Pendampingan Tim dan Evaluasi Pencapaian Program

Tim pelaksana PKM juga melakukan evaluasi terhadap pencapaian program, mencakup pengelolaan keuangan, efektivitas pemasaran digital, dan manajemen operasional. Evaluasi ini juga mencakup pemantauan hasil implementasi teknologi, dengan tujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang muncul serta memberikan solusi yang sesuai agar program dapat berjalan berkelanjutan. Setiap tahapan kegiatan ini disusun untuk memberikan dampak yang berkelanjutan dan memastikan Kelompok Pemberdayaan Perempuan Srikandi mampu mengelola usaha mereka secara mandiri dan lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan masyarakat sekitar.

D. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Hasil dari program pengabdian masyarakat ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam aspek manajemen dan pemasaran Kelompok Pemberdayaan Perempuan Srikandi.



Gambar 5: Logo Baru *Green Srikandi Hydrofarm*

Melalui rangkaian pelatihan dan penerapan teknologi digital, kelompok berhasil meningkatkan kemampuan manajerial, efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar produk hidroponik mereka.

1. Peningkatan Kapasitas Manajerial dan Operasional:

Anggota kelompok telah berhasil memahami dan menerapkan sistem manajemen bisnis berbasis digital yang diajarkan selama pelatihan. Penerapan pencatatan keuangan digital dilakukan menggunakan platform Griyo Pos, yang memungkinkan kelompok untuk melakukan pencatatan arus kas, pemantauan transaksi, dan pengelolaan keuangan secara real-time.



Gambar 6 : Screenshot Griyo Pos dan Bukti Transaksi menggunakan Aplikasi Griya Pos

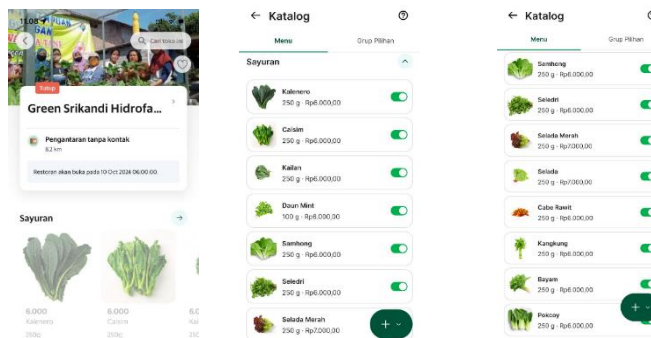
Penggunaan platform ini membantu meningkatkan **efisiensi** dan **transparansi** dalam pengelolaan usaha, yang berdampak langsung pada pengambilan keputusan yang lebih tepat terkait pengeluaran dan investasi bisnis.

2. Optimalisasi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Marketplace:

Kelompok Srikandi memanfaatkan berbagai platform media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran produk hidroponik mereka. Akun-akun media sosial dan marketplace yang telah dibuat dan digunakan secara aktif antara lain: a) **Instagram** ([morosunggingan_garden](#)); **TikTok** ([greensrikandi_hydrofarm](#)); **Facebook** ([Morosunggingan Garden](#)); **WhatsApp Business** (0822 4569 0096); **Website** ([www.gshmorosunggingan.my.id](#)); **YouTube** ([Srikandi Morosunggingan](#)) Shopee.

3. Penggunaan Layanan On-Demand:

Selain marketplace, kelompok memanfaatkan layanan on-demand Grab melalui akun Green Srikandi Hidrofarm, yang memungkinkan distribusi produk hidroponik dilakukan dengan lebih cepat dan mudah.



Gambar 7: Screenshot Katalog Grabmart dan Harganya

Penggunaan platform ini membantu mengatasi keterbatasan geografis dalam pemasaran produk, sehingga kelompok dapat menjual produknya ke wilayah yang lebih luas.

4. Dampak Ekonomi dan Kesehatan:

Melalui optimalisasi pemasaran digital dan peningkatan efisiensi operasional, Kelompok Srikandi berhasil memperluas jangkauan penjualan, termasuk ke kota-kota di luar wilayah lokal, seperti Mojokerto, Lumajang. Dengan harga Rp 6.000 per pack sayuran hidroponik, sebagian keuntungan dari penjualan dialokasikan sebesar Rp 1.000 per pack untuk mendukung program gizi bagi anak-anak yang mengalami stunting dan ibu hamil yang mengalami gizi buruk.



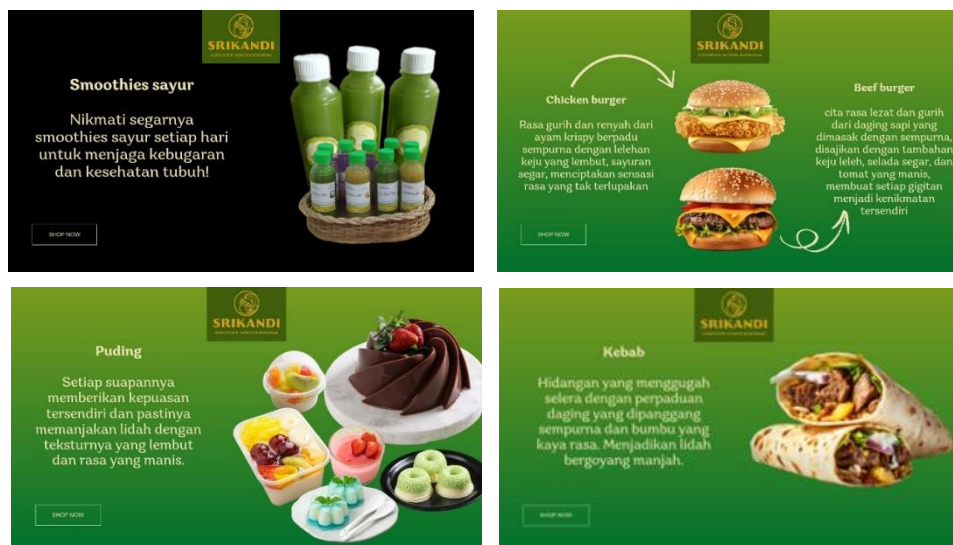
Gambar 8: Pemberian Bantuan Sayur segar untuk Ibu Hamil & Anak Stunting,

Berkat program ini, angka stunting dan gizi buruk yang semula mencakup 22 anak dan 6 ibu hamil di Dusun Morosunggingan telah mengalami penurunan yang signifikan. Keluarga-keluarga di desa kini mampu memberikan asupan gizi yang lebih baik, berkat adanya program gizi yang didukung oleh keuntungan usaha.

Secara keseluruhan, hasil dari program pengabdian ini tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi kelompok, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan kualitas kesehatan di Desa Morosunggingan. Dengan strategi pemasaran digital yang kuat, penerapan teknologi manajemen, serta dukungan pencatatan keuangan yang lebih efisien menggunakan platform Griyo Pos, dan memanfaatkan Shopee sebagai marketplace, Kelompok Srikandi siap untuk terus berkembang dan menjadi model keberhasilan pemberdayaan ekonomi di daerah pedesaan.

Kegiatan PKM yang dilaksanakan tim penulis telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap ekonomi dan kesehatan masyarakat Desa Morosunggingan. Keberhasilan pemasaran produk hidroponik tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan kelompok, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam upaya menekan angka stunting dan gizi buruk di desa tersebut. Sebagian keuntungan dari penjualan sayuran hidroponik disisihkan untuk program gizi bagi anak-anak stunting dan ibu hamil, yang terbukti menurunkan angka stunting dan gizi buruk di Dusun Morosunggingan.

Selain itu, adanya diversifikasi produk menjadi salah satu langkah strategis yang diambil oleh kelompok untuk meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian mereka. Kelompok Srikandi tidak hanya menjual produk dalam bentuk sayuran Segar, tetapi juga mengembangkan produk olahan seperti Smoothies Sayur, Chicken Burger, Beef Burger, Kebab, dan Puding.



Gambar 9: Diversifikasi produk

Diversifikasi ini memungkinkan kelompok menjangkau segmen pasar yang lebih luas serta meningkatkan daya saing produk mereka. Produk olahan ini juga menawarkan solusi sehat bagi konsumen yang menginginkan makanan praktis namun bergizi, sehingga semakin memperkuat posisi Kelompok Srikandi di pasar lokal maupun regional.



Gambar 10: Kunjungan ke salah satu titik Lokasi Hidroponik

Dengan kombinasi dari inovasi pemasaran digital, diversifikasi produk, dan peningkatan manajemen usaha, Kelompok Srikandi siap untuk terus berkembang menjadi model pemberdayaan ekonomi perempuan yang sukses di daerah pedesaan. Program pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mendorong keberlanjutan sosial dengan memberdayakan perempuan dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Kelompok ini diharapkan mampu terus berinovasi dan memperluas kontribusinya dalam pembangunan ekonomi dan sosial di masa depan.

E. PENUTUP

Program Pengabdian Masyarakat Hibah Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) tahun 2024 telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap ekonomi dan kesehatan masyarakat Desa Morosunggingan. Melalui optimalisasi pemasaran digital dan pemanfaatan media sosial maupun platform marketplace seperti Shopee dan layanan on-demand Grab terbukti mampu meningkatkan kemampuan kelompok Srikandi untuk memperluas jangkauannya hingga termasuk ke luar daerah seperti Kota Mojokerto. Pemanfaatan platform pencatatan keuangan digital Griyo Pos juga membantu meningkatkan transparansi dan pengelolaan keuangan usaha, sehingga mendukung keberlanjutan usaha hidroponik mereka. Dampak lain dari program ini adalah penurunan angka stunting dan gizi buruk berkat program gizi yang didanai dari hasil penjualan produk hidroponik. Pelaksanaan kegiatan PKM ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi, tetapi juga menunjukkan pentingnya pemberdayaan perempuan dan sinergi antara inovasi teknologi serta upaya kesehatan dalam mengatasi permasalahan di daerah pedesaan. Dengan adanya sinergi ini, Kelompok Srikandi diharapkan dapat terus berkembang dan menjadi contoh keberhasilan model pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan, serta terus berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui produk yang sehat dan inovatif.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) yang telah memberikan bantuan dana bagi pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) tahun anggaran 2024.

DAFTAR PUSTAKA

Al Halbusi, H., Alhaidan, H., Abdelfattah, F., Ramayah, T., & Cheah, J.-H. (2024). Exploring social media adoption in small and medium enterprises in Iraq: Pivotal

- role of social media network capability and customer involvement. *Technology Analysis & Strategic Management*, 36(9), 2052–2069.
- Astutik, M., & Qomariyah, U. N. (2020). Pelatihan Pengelolaan Taman Hidroponik Sebagai Bekal Berwiraswasta Pada Warga Binaan Lapas Klas IIB Kabupaten Jombang. *COMVICE: Journal Of Community Service*, 4(1), 31–36.
- C. Rofiah. (2022). How Women's Community Shape Social Enterprise and it's Impact? *JSM*, 4(4).
- Camilleri, M. A., & Camilleri, M. A. (2018). *Strategic planning and the marketing effectiveness audit*. Springer.
- Castle, S. E., Miller, D. C., Ordonez, P. J., Baylis, K., & Hughes, K. (2021). The impacts of agroforestry interventions on agricultural productivity, ecosystem services, and human well-being in low-and middle-income countries: A systematic review. *Campbell Systematic Reviews*, 17(2), e1167.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Czyżewski, B., & Kryszak, Ł. (2022). Sustainable agriculture policies for human well-being. *Integrated Efficiency Approach. Switzerland: Springer Nature*.
- Olsson, A. K., & Bernhard, I. (2021). Keeping up the pace of digitalization in small businesses—Women entrepreneurs' knowledge and use of social media. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 378–396.
- Purwanto, N., & Rofiah, C. (2017). Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Bagi Masyarakat Di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. *Comvice: Journal of Community Service*, 1(1), 29–32.
- Rofiah, C. (2022). [P] How Women's Community Shape Social Enterprise and it's Impact? *JSM*, 4(4).
- Rofiah, C. (2023). *Social Enterprise - Konsep Teori dan Praktik Kewirausahaan Sosial*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Rofiah, C., & Pancaningrum, E. (2019). Pelatihan Pemasaran On-Line Berbasis Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Peserta Kepala Rumah Tangga Perempuan Di Desa Gedangan. *Comvice: Journal of Community Service*, 3(2), 38–45.
- Sambo, P., Nicoletto, C., Giro, A., Pii, Y., Valentinuzzi, F., Mimmo, T., Lugli, P., Orzes, G., Mazzetto, F., & Astolfi, S. (2019). Hydroponic solutions for soilless production systems: issues and opportunities in a smart agriculture perspective. *Frontiers in Plant Science*, 10, 923.
- Sathyanarayan, S. R., Warke, V. G., Mahajan, G. B., & Annapure, U. S. (2023). Soil free nutrient availability to plants. *Journal of Plant Nutrition*, 46(5), 801–814.
- Verner, D., Vellani, S., Goodman, E., & Love, D. C. (2022). Frontier Agriculture: Climate-Smart and Water-Saving Agriculture Technologies for Livelihoods and Food Security. In *New Forms of Urban Agriculture: An Urban Ecology Perspective*. Singapore: Springer Nature Singapore., 159–186.
- Weerawardena, J., Salunke, S., Haigh, N., & Mort, G. S. (2021). Business model innovation in social purpose organizations: Conceptualizing dual social-economic value creation. *Journal of Business Research*, 125, 762–771.