

Edukasi Keuangan dan Pemasaran untuk Peternak Jangkrik: Kunci Kesuksesan UMKM

Melati Puspita Hakim¹, Riawan Saputra², Tuti Herawati³, Sutariyono⁴, Aep Saefullah⁵, Patria Adiguna⁶, Neila Aisha⁷

¹⁻² Akuntansi, STIE Ganesha, Jakarta

³⁻⁹ Manajemen, STIE Ganesha, Jakarta

Penulis korespondensi : Melati Puspita Hakim
E-mail : melatidiktis@gmail.com

Diterima: 29 Mei 2024| Direvisi: 29 Juni 2024| Disetujui: 23 Juli 2024

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan peternak jangkrik dalam pencatatan keuangan dan strategi pemasaran, agar usaha mereka dapat berkembang dengan baik. Dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2024, kegiatan ini berlangsung di usaha UMKM peternak jangkrik yang terletak di Jln. Benda Permai II, Pd Benda, Kec. Pamulang, Tangerang Selatan. Kegiatan ini merupakan kolaborasi antara Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha (STIE GANESHA) dengan peternak setempat. Program ini berlangsung dari pukul 08.00 hingga 12.00 WIB, dan bertujuan untuk mengaplikasikan pengetahuan serta hasil riset dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Para dosen terlibat dalam riset yang mencakup digitalisasi pemasaran, analisis keuangan, dan pengembangan sumber daya manusia. Hasil riset ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan UMKM. Masalah utama yang dihadapi para peternak adalah lemahnya akses peminjaman modal dari perbankan dan kurangnya strategi untuk meningkatkan penjualan. Melalui program ini, STIE Ganesha berkomitmen untuk mendukung dan mengembangkan potensi UMKM lokal, sekaligus memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat Tangerang Selatan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kecerdasan keuangan dan pemasaran di kalangan pemilik usaha UMKM peternak jangkrik. Jhandriansyah, seorang pengusaha dimsum dan peternak jangkrik, menyatakan rasa terima kasihnya atas bimbingan yang diberikan, menyebut kolaborasi dengan STIE Ganesha sangat membantu perkembangan usahanya.

Kata kunci: Edukasi; Keuangan; Pemasaran; Peternak; Jangkrikl.

Abstract

This community service activity aims to enhance the knowledge of cricket farmers in financial recording and marketing strategies to help their businesses grow effectively. Conducted on May 25, 2024, this event took place at a cricket farming UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) located on Jln. Benda Permai II, Pd Benda, Pamulang District, South Tangerang. The activity is a collaboration between Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha (STIE GANESHA) and local farmers. The program ran from 08:00 to 12:00 WIB and aimed to apply knowledge and research findings to improve community welfare. The participating lecturers conducted research covering digital marketing, financial analysis, and human resource development. The results of this research are expected to improve production efficiency, marketing, and financial management of UMKM. The main problems faced by the farmers include limited access to bank loans and a lack of strategies to increase sales. Through this program, STIE Ganesha is committed to supporting and developing the potential of local UMKM, while also contributing positively to the welfare of the South Tangerang community. The results of this activity showed an increase in financial and marketing literacy among cricket farming UMKM owners. Jhandriansyah, a dim sum entrepreneur and cricket farmer, expressed his gratitude for the guidance provided, stating that the collaboration with STIE Ganesha greatly helped his business grow.

Keywords: Education; Finance; Marketing; Cricket; Farmers..

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk sektor peternakan jangkrik yang semakin berkembang. Peternakan jangkrik tidak hanya menyediakan sumber pendapatan bagi banyak keluarga, tetapi juga berkontribusi pada diversifikasi ekonomi lokal. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh para peternak jangkrik adalah kurangnya pengetahuan dalam pencatatan keuangan dan strategi pemasaran yang efektif. Tanpa pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan, banyak peternak kesulitan dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran mereka, yang pada akhirnya dapat menghambat pertumbuhan usaha. Selain itu, kurangnya strategi pemasaran yang tepat membuat produk jangkrik sulit bersaing di pasar yang lebih luas (Paduloh et al., 2021).

Oleh karena itu, edukasi keuangan dan pemasaran menjadi kunci penting untuk meningkatkan keberhasilan UMKM peternak jangkrik. Melalui program pengabdian masyarakat yang melibatkan kolaborasi antara institusi pendidikan dan peternak lokal, diharapkan dapat memberikan solusi praktis dan aplikatif untuk mengatasi kendala tersebut. Dengan demikian, peternak jangkrik dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pasar, dan mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan mereka dan kontribusi terhadap perekonomian daerah (Kompasiana.com, 2022)

UMKM memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam mengatasi pengangguran dan memastikan stabilitas usaha yang berkesinambungan. UMKM, yang merupakan pilar penting pembangunan ekonomi Indonesia, terus didorong agar dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian. UMKM juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar, dengan kontribusi sebesar 97% dari total tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau sebesar Rp9.580 triliun (Saefullah, Aisha, et al., 2023).

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki sekitar 65,5 juta UMKM, yang mencakup 99% dari total unit usaha di negara ini. Untuk kelompok budidaya jangkrik yang berada di Jln. Benda Permai II, Pd. Benda, Kec. Pamulang, Tangerang Selatan, iklim tropis Indonesia memberikan keuntungan tersendiri dalam budidaya jangkrik. Hewan ini dapat ditemukan di seluruh penjuru Indonesia dan merupakan salah satu kekayaan hayati negara.

Bagi para petani, jangkrik sering dianggap sebagai hama yang perlu diberantas karena dapat merusak tanaman, namun di sisi lain, jangkrik juga merupakan peluang bisnis yang menguntungkan. Permintaan terhadap jangkrik terus meningkat seiring dengan bertambahnya minat masyarakat untuk memeliharanya. Menurut Jhandriansyah, harga jangkrik dapat mencapai Rp 35.000 hingga Rp 40.000 per kilogram. Di Indonesia, jenis jangkrik yang umum dijumpai antara lain jangkrik jaliteng, jerabang/jalibang, bering, gangsir, dan jangkrik upa/lupo.

Secara umum, pemasaran adalah proses yang menyeluruh dan memiliki peranan penting dalam suatu perusahaan. Saat ini, pemasaran jangkrik telah menjangkau seluruh Indonesia dan bahkan telah diekspor, sehingga para peternak semakin termotivasi untuk menjalankan usaha ini. Pemeliharaan jangkrik memerlukan kesabaran dan ketelatenan agar hewan ini dapat tumbuh dengan baik. Peternak ataupun pembesaran jangkrik dapat melibatkan masyarakat dan membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar sehingga dapat menambah sumber pendapatan keluarga yang akhirnya memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat (Efriyanti & Pratiwi, 2021).

Banyak peternak jangkrik yang tidak dapat bertahan karena adanya banyak kendala yang dihadapi, seperti kendala pada saat pembibitan, pemeliharaan, dan penjualan. Kendala yang dihadapi pada saat pemeliharaan adalah banyaknya hama yang menyebabkan panen jangkrik gagal, sedangkan pada level pemasaran terjadi kendala ketergantungan harga jual jangkrik.

Peternak yang biasa menjual jangkrik pada tengkulak dengan harga Rp 25.000 per kilogramnya, namun sering kali juga menerima harga Rp 20.000 per kilogramnya. Pada segi keuangan, peternak menghadapi kendala kurangnya akses pada perbankan untuk memperoleh pinjaman tambahan modal. Banyaknya hambatan dalam budidaya jangkrik memerlukan peternak atau pembudidaya untuk beradaptasi dan mengevaluasi untuk mendapatkan solusi (*Pengabdian Kepada Masyarakat Budidaya Jangkrik Untuk Meningkatkan Produktivitas Remaja Di RW.07 Perumahan Benua Indah Kelurahan Pabuaran Tumpang, Kota Tangerang - Teknik Industri UNPAM, 2020*).

Salah satu pakan alternatif yang aman bagi jangkrik adalah sayur-sayuran seperti bayam, kangkung, daun pisang, dan pelepah pisang. Kemudian, menentukan cara pendistribusian dan penjualan untuk hasil produksi jangkrik. Dengan memanfaatkan sosial media sebagai jalur penghubung antara pembudidaya dan konsumen, hal ini juga dapat memperluas jaringan penjualan.

Peternak jangkrik menghadapi permasalahan hama yang serius, di mana banyak hama menyerang jangkrik yang sedang dibesarkan dan harga jual yang sangat bergantung pada tengkulak. Untuk menyelesaikan masalah ini, peternak melakukan penanganan hama secara intensif dan keberlanjutan. Salah satu penyebab hama, seperti kumbang, dapat berkembang di dalam kandang jangkrik karena kebersihan kandang yang kurang terjaga. Sisa pakan, sisa kotoran, dan sisa eggray harus benar-benar bersih.

Apabila masih ada tempat untuk bersembunyi dan berkembang bagi hama seperti kumbang, maka kumbang akan terus berada di kandang. Solusi lain yang dapat dilakukan adalah memberikan wewangian atau pewangi alami lainnya yang dapat mengusir kumbang. Peternak juga dapat memberikan pandan wangi atau daun pandan di sekitar kandang agar kumbang tidak lagi betah berada di dalam kandang.

Jangkrik dapat hidup dalam suhu yang stabil dengan kisaran suhu 28-35°C. Peternak menggunakan lampu untuk mengatur temperatur atau suhu pada kotak pemeliharaan jangkrik. Namun, dengan menggunakan lampu, peternak tidak dapat mengendalikan suhu dengan tepat, yang menyebabkan suhu melebihi 35°C dan kematian pada ternak jangkrik (Tanuwijaya et al., 2016).

Pakan jangkrik sendiri tidaklah sulit untuk mencarinya atau membelinya. Selain itu, terdapat beberapa alternatif pakan yang dapat diberikan pada jangkrik. Namun, pakan yang ada di pasaran belum layak untuk langsung diberikan ke jangkrik, sehingga harus diolah terlebih dahulu, seperti digiling, dicampur dengan bahan lain, dan sebagainya. Hal ini menyebabkan biaya budidaya jangkrik menjadi tinggi dan berdampak pada menurunnya penghasilan peternak jangkrik karena harus mengolah pakan tersebut di tempat penggilingan terlebih dahulu atau membeli bahan campuran lainnya.

METODE

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2024 bertempat di lokasi usaha UMKM peternak jangkrik di Jln. Benda Permai II, Pd Benda, Kec. Pamulang, Tangerang Selatan. Peserta diikuti 9 Dosen STIE Gaensha. Metode pelaksanaan

pengabdian masyarakat ini melibatkan tiga pendekatan utama: seminar penyampaian materi, diskusi/tanya jawab (sharing session), dan praktik langsung mengenai pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada para peternak jangkrik mengenai aspek keuangan dan pemasaran, serta penerapan praktis dalam usaha mereka.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang secara sistematis untuk memastikan efektivitas dan pencapaian tujuan yang diharapkan. Kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan yang dihadiri oleh para peternak jangkrik, dosen dari STIE Ganesha, dan perwakilan dari pemerintah setempat. Sesi ini bertujuan untuk memperkenalkan tujuan dan manfaat program, serta membangun semangat kolaborasi di antara peserta.

Selanjutnya, kegiatan dibagi menjadi dua sesi utama: edukasi keuangan dan strategi pemasaran. Pada sesi edukasi keuangan, para dosen memberikan materi tentang pentingnya pencatatan keuangan yang baik, manajemen keuangan usaha, dan cara mengakses sumber pembiayaan. Materi disampaikan melalui presentasi interaktif yang dilengkapi dengan contoh-contoh praktis dan studi kasus. Peserta juga diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan bertanya, sehingga mereka dapat memahami konsep-konsep yang disampaikan dengan lebih baik.

Sesi kedua fokus pada strategi pemasaran, di mana para dosen menjelaskan tentang pemasaran digital, branding, dan cara membangun jaringan bisnis. Peserta diajarkan cara menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, dilakukan simulasi dan praktik langsung untuk membuat konten pemasaran yang menarik.

Untuk memastikan penerapan materi yang telah diajarkan, kegiatan diakhiri dengan sesi mentoring dan pendampingan. Para dosen memberikan bimbingan langsung kepada peternak jangkrik dalam menyusun rencana keuangan dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi usaha mereka. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan diskusi kelompok untuk mengukur pemahaman dan penerapan materi oleh peserta. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan manfaat signifikan bagi peternak jangkrik, dosen, mahasiswa, dan masyarakat Tangerang Selatan. Peternak jangkrik memperoleh pengetahuan baru tentang pencatatan keuangan dan strategi pemasaran, yang membantu mereka mengelola usaha dengan lebih baik dan meningkatkan efisiensi produksi serta penjualan. Dosen dan mahasiswa STIE Ganesha mendapatkan pengalaman praktis dalam menerapkan teori di lapangan dan memperkuat hubungan dengan masyarakat lokal.

Meskipun terdapat tantangan seperti keterbatasan waktu dan sumber daya, serta kesulitan dalam implementasi strategi baru, dampak positif dari kegiatan ini terlihat jelas dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi peternak dan kontribusi terhadap perekonomian daerah. Secara keseluruhan, program ini berhasil membangun jaringan yang kuat antara institusi pendidikan dan pelaku UMKM, serta memberikan solusi praktis untuk mengatasi kendala yang dihadapi peternak jangkrik.

Selama kegiatan pengabdian masyarakat, ditemukan beberapa kendala yang dihadapi oleh peternak jangkrik. Dalam hal pemasaran, para peternak mengalami kesulitan menemukan metode yang tepat karena perbedaan lokasi dan tingkat

pengetahuan yang tidak merata di antara mereka. Hal ini membuat strategi pemasaran yang efektif menjadi sulit diterapkan secara konsisten.

Selain itu, kendala keuangan juga menjadi tantangan utama. Para peternak kesulitan mendapatkan modal dari perbankan karena pencatatan keuangan mereka belum memenuhi standar laporan keuangan yang diharapkan oleh lembaga keuangan. Ketidakmampuan untuk menyusun laporan keuangan yang sesuai membuat bank enggan memberikan pinjaman, sehingga membatasi akses para peternak terhadap sumber pembiayaan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mereka. Kombinasi dari kendala pemasaran dan keuangan ini menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha peternakan jangkrik, sehingga diperlukan intervensi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut dan mendukung para peternak dalam meningkatkan kapasitas dan efisiensi usaha mereka.



Gambar 1. Dosen Memberikan Penyuluhan Kepada Peternak Jangkrik

Untuk mengatasi kendala pemasaran, peternak bisa melakukan penjualan langsung kepada toko dan meminimalisir ketergantungan kepada tengkulak. Bergabung dalam media sosial dan membentuk komunitas peternak jangkrik seperti bergabung dan membuat toko di marketplace seperti shoppee, Tiktok, Facebook, Instagram Dan media sosial lainnya. budidaya Jangkrik untuk peternak, penjual dan pembeli, dengan tujuan mempermudah komunikasi mengenai harga jual, kondisi panen dan lokasi peternak (Mulasih & Saefullah, 2024).

Dengan adanya keterbukaan diharapkan harga jual jangkrik dapat terkontrol dengan antara peternak, penjual dan pembeli. Dalam hal persoalan keuangan, penyuluh melakukan pengajaran dan simulasi pembuatan laporan keuangan yang baik agar layak dalam penilaian perbankan Ketika peternak mengajukan kredit modal kerja atau pinjaman penambahan modal. Kemudian dilakukan simulasi dengan perwakilan dari salah satu perternak dan hasilnya cukup baik, hanya saja pemebelajaran harus lebih di intesifkan



Gambar 2. Photo Bersama Usai Penyuluhan Bersama Peternak Jangkrik

Digitalisasi pemasaran dapat secara signifikan meningkatkan penjualan jangkrik melalui berbagai strategi yang efektif. Pertama, optimalisasi media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter memungkinkan peternak untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan membangun hubungan dengan mereka melalui postingan, cerita, dan interaksi langsung (Saefullah, Radjawane, et al., 2023). Kedua, pengenalan digital marketing melalui pelatihan tentang strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan sistem Social Media Marketing (SMM), membantu peternak memahami pasar dan menjajaki peluang pemasaran yang ada, baik secara lokal maupun nasional (*Pengabdian Kepada Masyarakat Budidaya Jangkrik Untuk Meningkatkan Produktivitas Remaja Di RW.07 Perumahan Benua Indah Kelurahan Pabuaran Tumpang, Kota Tangerang - Teknik Industri UNPAM, 2020*).

Ketiga, pengembangan aplikasi atau platform khusus untuk memasarkan jangkrik dapat memberikan informasi tentang produk, harga, dan lokasi penjualan, sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan dan membeli produk. Keempat, penggunaan alat analitik digital untuk mengukur performa pemasaran online membantu peternak mengetahui bagaimana iklan dan promosi mereka di media sosial berdampak pada penjualan, sehingga mereka dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka sesuai dengan data yang diperoleh (Tanuwijaya et al., 2016).

Kelima, pelatihan dan pendampingan yang komprehensif tentang pengelolaan pemasaran online membantu peternak memahami pasar, merancang strategi pemasaran, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, sehingga meningkatkan penjualan dan pendapatan. Terakhir, optimasi hasil produksi dengan memanfaatkan teknologi tepat guna dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dijual, sehingga meningkatkan daya saing dan menguntungkan peternak. Melalui strategi-strategi ini, digitalisasi pemasaran dapat membantu peternak jangkrik dalam meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan pengelolaan usaha mereka.



Gambar 3. Kunjungan ke Tempat Budidaya Jangkrik

Perbedaan yang signifikan terlihat sebelum dan setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini. Sebelum kegiatan, peternak jangkrik menghadapi berbagai kendala, seperti kesulitan dalam pencatatan keuangan yang sesuai standar dan kurangnya strategi pemasaran yang efektif. Hal ini mengakibatkan keterbatasan akses ke modal perbankan dan rendahnya penjualan produk. Setelah kegiatan, terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peternak dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk mereka.



Gambar 4. Lokasi Peternakan Jangkrik

Indikator keberhasilan program ini meliputi peningkatan jumlah peternak yang mampu menyusun laporan keuangan sesuai standar, peningkatan penjualan produk jangkrik melalui platform digital, dan peningkatan akses peternak ke sumber pembiayaan. Selain itu, keberhasilan juga diukur dari peningkatan partisipasi peternak dalam pelatihan dan pendampingan, serta peningkatan interaksi dan kolaborasi antara peternak dan institusi pendidikan. Dampak positif ini menunjukkan bahwa program

pengabdian masyarakat berhasil meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan peternak jangkrik, serta memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian lokal.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai target yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peternak jangkrik dalam pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Secara kualitatif, para peternak menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pencatatan keuangan yang akurat dan strategi pemasaran digital. Secara kuantitatif, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah peternak yang mampu menyusun laporan keuangan sesuai standar dan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Evaluasi pelaksanaan menunjukkan bahwa 80% peserta mampu menerapkan teknik pencatatan keuangan yang diajarkan, dan 70% peserta berhasil meningkatkan penjualan melalui platform digital. Temuan ini menunjukkan bahwa program ini efektif dalam memberikan solusi praktis untuk mengatasi kendala yang dihadapi peternak jangkrik. Pembeneran ilmiah untuk pekerjaan ini didasarkan pada teori manajemen keuangan dan pemasaran digital yang telah terbukti meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Penerapan dan perluasan program ini dapat dilakukan dengan melibatkan lebih banyak peternak dan memperluas cakupan materi pelatihan. Untuk pengabdian selanjutnya, disarankan untuk memperpanjang durasi program agar para peternak memiliki lebih banyak waktu untuk memahami dan menerapkan materi yang diajarkan. Selain itu, perlu adanya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan implementasi yang efektif. Hambatan yang dapat mempengaruhi hasil pengabdian termasuk keterbatasan akses teknologi dan modal, serta perbedaan tingkat pengetahuan di antara peternak. Oleh karena itu, program selanjutnya harus mencakup solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan ini, seperti menyediakan akses ke teknologi dan sumber pembiayaan yang lebih mudah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak pemberi dana pengabdian, yang telah memberikan dukungan finansial sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha (STIE Ganesha) atas kolaborasi dan kontribusinya dalam menyukseskan program ini. Kami juga berterima kasih kepada para peternak jangkrik di Jln. Benda Permai II, Pd Benda, Kec. Pamulang, Tangerang Selatan, yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih yang tulus juga kami sampaikan kepada seluruh dosen dan mahasiswa yang telah bekerja keras dalam memberikan pelatihan dan pendampingan. Tanpa dukungan dan kerjasama dari semua pihak, kegiatan ini tidak akan berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Efriyanti, F., & Pratiwi, D. A. (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN JANGKRİK PADA PERUSAHAAN MAJA FARM DI PESAWARAN. *PENELITIAN MANDIRI UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG*, 2, Article 2. <http://artikel.ubl.ac.id/index.php/LIT/article/view/1351>
- Kompasiana.com. (2022, December 19). *Digitalisasi Ternak Jangkrik? Bisa Kok!* KOMPASIANA.

- <https://www.kompasiana.com/arakoo/63a089c54addee6ee57471e2/digitalisasi-ternak-jangkrik-bisa-kok>
- Mulasih, S., & Saefullah, A. (2024). Tren Pemasaran Digital: Analisis Perbandingan Platform Media Sosial Facebook Ads Dan Google Ads. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 3(1), 89–101. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v3i1.2768>
- Paduloh, P., Zulkarnaen, I., Rosihan, R. I., & Muhendra, R. M. (2021). PERBAIKAN PENGELOLAAN TERNAK JANGKRIK GUNA MENINGKATKAN HASIL PRODUKSI DAN PENJUALAN. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 1357–1367. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i4.5042>
- Pengabdian kepada Masyarakat Budidaya Jangkrik untuk Meningkatkan Produktivitas Remaja di RW.07 Perumahan Benua Indah Kelurahan Pabuaran Tumpeng, Kota Tangerang—Teknik Industri UNPAM.* (2020, June 8). <https://industri.unpam.ac.id/pengabdian-kepada-masyarakat-budidaya-jangkrik-untuk-meningkatkan-produktivitas-remaja-di-rw-07-perumahan-benua-indah-kelurahan-pabuaran-tumpeng-kota-tangerang/>
- Saefullah, A., Aisha, N., Noviar, E., & Ar, R. (2023). Edukasi Meningkatkan Semangat Kewirausahaan Mahasiswa STIE Ganesha Melalui Progam Webinar. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.33369/jurnalinovasi.v4i1.28543>
- Saefullah, A., Radjawane, L. E., Sutrisno, E., Santoso, A., & Kuraesin, A. D. (2023). Access through road in Pahing Hamlet, Sukadana Village, Kuningan Regency as a means of improving the community's economy. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 5(3.1), Article 3.1. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v5i3.1.1929>
- Tanuwijaya, H., Aliffianto, A. Y., & Wibowo, J. (2016). *LPM: IbM Bagi Kelompok Budidaya Jangkrik di Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar* [Monograph]. Penelitian dan Pengembangan Stikom Surabaya. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3494/>