

Fast Digital Promotion Dalam Meningkatkan Penjualan Home Production Pada Masyarakat Padukuhan Santren Sleman

Sutyono¹, Rifqi Syarif Nasrulloh^{2*}, Alfinatuz Zahro³, Dwi Irma Agustiani⁴

^{1,3} Prodi PGSD, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, Indonesia

^{2,4} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding author: rifqisyarif@unu-jogja.ac.id

Abstrak

Kelompok Tani "Tuwuh Makmur" Padukuhan Santren Kalurahan Caturtunggal merupakan wadah perkumpulan petani wanita yang memiliki orientasi pemberdayaan dibidang ekonomi dalam rangka mencapai taraf hidup yang lebih baik. Berdasarkan hasil observasi dan FGD yang dilakukan bersama para wanita yang tergabung di KWT Tuwuh Makmur masih terdapat beberapa kendala dalam promosi produk berbasis digital dan rendahnya skills dibidang teknologi, informasi, dan komunikasi. Berdasarkan permasalahan pada mitra, kegiatan PKM ini memiliki tujuan secara umum yaitu, 1) Menyelesaikan persoalan digital skills untuk meningkatkan softskills dan hardskills pelaku usaha (mitra). 2) Menyelesaikan permasalahan mitra terkait promosi produk dari cara konvensional ke metode berbasis internet. 3) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi promosi ke arah *fast digital promotion* dengan memanfaatkan media sosial dan website. 4) Terlaksananya adopsi praktik green economy berkelanjutan oleh pelaku usaha (mitra). Metode dalam kegiatan PKM ini melalui 3 tahap inti yaitu 1) Diseminasi teknologi, informasi, dan komunikasi secara bertahap, 2) pendampingan secara intens yang terdiri dari kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan berkesinambungan, dan 3) evaluasi kegiatan. Dari kegiatan pelatihan ini, anggota KWT Tuwuh Makmur sangat antusias dalam mengikuti setiap rangkaian kegiatan, yaitu menggali potensi dan inovasi dalam pemasaran online menggunakan media sosial. KWT Tuwuh makmur mengalami peningkatan pemahaman digital promotion dan bersedia untuk mengikuti program lain yang akan diadakan kembali karena merasa layanan yang diberikan dapat meningkatkan pengetahuan tentang digital promotion. Dari data yang telah diambil KWT Tuwuh Makmur mengharapkan pelatihan yang praktis untuk dipelajari dan diaplikasikan agar memudahkan untuk memasarkan produk di media sosial.

Kata kunci: Percepatan promosi digital; pemanfaatan media social; Peningkatan Jualan

Abstract

The "Tuwuh Makmur" Farmer's Group, Padukuhan Santren, Caturtunggal Village is a forum for women farmers' associations that have an empowerment and profit-oriented orientation in the economic sector in order to achieve a better standard of living. Based on the results of observations and FGDs conducted with women who are members of KWT Tuwuh Makmur, there are still several obstacles in promoting digital-based products and low skills in the fields of technology, information and communication. Based on partners' problems, this PKM activity has general objectives, namely, 1) Resolving digital skills issues to improve the soft skills and hard skills of business actors (partners). 2) Resolving partner problems related to product promotion from conventional methods to internet-based methods. 3) Increasing the effectiveness and efficiency of promotions towards fast digital promotion by utilizing social media and websites. 4) Implementation of the adoption of sustainable green economy practices by business actors (partners). The method in this PKM activity goes through 4 core

stages, namely 1) partner observation, 2) gradual dissemination of technology, information and communication, 3) intense mentoring consisting of socialization activities, continuous training and mentoring, and 4) activity evaluation. From this training activity, KWT Tuwuh Makmur members were very enthusiastic in participating in each series of activities, namely exploring potential and innovation in online marketing using social media. KWT Tuwuh Makmur has experienced an increase in understanding of digital promotion and is willing to take part in other programs that will be held again because they feel that the services provided can increase knowledge about digital promotion. From the data that has been taken, KWT Tuwuh Makmur hopes that practical training will be learned and applied to make it easier to market products on social media.

Keywords: Fast digital promotion; utilization of social media; Increased sales

Sutiyono., Nasrulloh, R. S., Zahro, A., Agustiani, D. I. (2023). Fast Digital Promotion Dalam Meningkatkan Penjualan Home Production Pada Masyarakat Padukuhan Santren Sleman. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 3 (2).

Pendahuluan

Sampai saat ini, sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, terutama dalam sumbangan terhadap PDB, penyedia kerja, dan penyedia pangan dalam negeri. Kesadaran terhadap peran tersebut menyebabkan sebagian besar masyarakat masih memelihara kegiatan pertanian (Setyadi, 2017). Efek positif dari kenyataan ini, termasuk muncul kelompok wanita tani (KWT) Tuwuh Makmur. Berbagai data menunjukkan bahwa beberapa negara sedang berkembang lebih 75% penduduknya bermata pencaharian disektor pertanian dan lebih 50% dari pendapatan nasional dihasilkan dari sektor pertanian serta hampir seluruh sektor ekspornya merupakan bahan pertanian (Sumodiningrat, 2001).

Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan salah satu strategi dalam membentuk organisasi usaha tani sebagai bentuk pemberdayaan. Kelembagaan masyarakat yang mengembangkan usaha tani berusaha mengentaskan kemiskinan dan mencapai taraf hidup yang lebih baik. Upaya-upaya tersebut, ditempuh melalui pengembangan ekonomi berkelanjutan yang dapat menghadapi sejumlah kendala seperti kekurangan modal, rendahnya daya saing, kurangnya tata kelola manajemen, sulitnya akses pemasaran, dan kurangnya jaringan maupun informasi (Khourouh et al., 2019). Berdasarkan persoalan tersebut, maka pengembangan KWT Tuwuh Makmur dalam pemberdayaan di Dukuh Santren mulai membina tentang proses wirausaha sebagai bentuk ketahanan pangan dan kebutuhan masyarakat.

Kelompok Wanita Tani (KWT) Tuwuh Makmur adalah wadah perkumpulan petani wanita yang tergabung dari 5 RW di Padukuhan Santren (Kuputusan Lurah Caturtunggal, 2021). KWT Tuwuh Makmur menjadi penyokong moril dan pendukung kemajuan pertanian di Dukuh Santren Kalurahan Caturtunggal, Depok, Sleman. Tidak bisa dipungkiri, jika profesi sebagai petani menjadi salah satu profesi yang bukan fovorit atau bahkan tidak jarang isi do'a dan harapan petani penggarap yang enggan anaknya menjadi petani (data dokumentasi). Padahal profesi ini sejatinya sangat dibutuhkan di Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki potensi besar dari lahan pertanian. Oleh karenanya, untuk kecukupan pangan, program yang dicanangkan salah satunya adanya kelompok wanita

tani (KWT) yang wajib ada walaupun di daerah perkotaan termasuk di Padukuhan Santren. Dengan melihat semangat dari warga Padukuhan Santren yang notabene berada di wilayah perkotaan maka kelompok tani wanita (KWT) berdiri dengan nama Tuwuh Makmur. Adapun beberapa alasan lain diantaranya; 1) hasil panen di rumah sendiri menjadikan efisiensi para ibu-ibu dalam berbelanja tidak perlu ke pasar atau warung tertentu; 2) secara ekonomi semakin berhemat dan lebih terjamin untuk kesehatan karena tidak menggunakan pupuk kimia; 3) tumbuh rasa keinginan yang kuat untuk memanfaatkan lahan terbatas agar lebih bermanfaat; 4) dapat mencukupi kebutuhan dan ketahanan pangan khususnya keluarga.



Gambar 1. Kegiatan Pembibitan KWT Tuwuh Makmur

Kelompok wanita tani (KWT) Tuwuh Makmur konsisten dalam kegiatan produksi dan ekonominya memanfaatkan hasil pertanian di perkotaan. Gambar 1 menyajikan contoh aktivitas tersebut. Dukungan Kalurahan terlihat dengan adanya Surat Keputusan Lurah Caturtunggal Nomor: 50/Kep/Kel/CT/MI/2021 tentang Pengesahan Pengurus Kelompok Wanita "Tuwuh Makmur" Padukuhan Santren Kalurahan Caturtunggal pada tanggal 18 Juni 2021. Oleh karena itu, Kelompok Wanita Tani (KWT) Tuwuh Makmur merupakan salah satu kelompok yang sudah menerapkan green economic. Menurut United Nations Environment Programme (UNEP) yang dimaksud green economy atau ekonomi hijau adalah kegiatan ekonomi rendah karbon, menghemat sumber daya, dan inklusif secara sosial (PPSDMA 2021). Green economy Indonesia lebih memfokuskan pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan penurunan risiko kerusakan lingkungan. Konsep ini diarahkan sebagai gerakan menuju pendekatan yang lebih terintegrasi dan komprehensif untuk menggabungkan faktor sosial dan lingkungan dalam proses ekonomi demi mencapai pembangunan berkelanjutan. (Cheng & Wang, 2021; Fang et al., 2021; Alkon, 2012; Taylor et al., 2016)

Berdasarkan hasil observasi dan FGD serta kondisi eksisting kelompok wanita tani (KWT) Tuwuh Makmur saat ini sudah memiliki beberapa unit usaha seperti jajanan pasar, peyek, telur asin, sayuran segar,

mangut lele dll, namun kelompok KWT masih terkendala terkait pemanfaatan teknologi yang membuat era digitalisasi terakselerasi dengan cepat dan memaksa semua sektor harus bertransformasi ke platform digital sehingga secara garis besar ada dua permasalahan pokok yang akan diselesaikan melalui kegiatan PKM ini yaitu 1) bidang promosi produk berbasis digital (Bidang Pemasaran); 2) permasalahan mitra terkait dengan rendahnya skills dibidang teknologi, informasi, dan komunikasi (Bidang SDM Manajemen Usaha). Oleh karena itu, tujuan inti dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- a. Menyelesaikan persoalan digital skills untuk meningkatkan softskills dan hardskills pelaku usaha (mitra).
- b. Menyelesaikan permasalahan mitra terkait promosi produk dari cara konvensional ke metode berbasis internet.
- c. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi promosi ke arah *fast digital promotion* dengan memanfaatkan media sosial dan website.
- d. Terlaksananya adopsi praktik *green economy* berkelanjutan oleh pelaku usaha (mitra).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada bulan Juni hingga September tahun 2023 dengan beberapa tahapan pelaksanaan, yaitu:

1. Diseminasi pemanfaatan teknologi
Langkah selanjutnya adalah mendiseminasikan produk *fast digital promotion* berbasis website dan media sosial. Kegiatan tersebut seperti terlihat di gambar 2 dan 3. Media sosial berpengaruh secara masif karena di era generasi Z sangat dekat dengan teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu juga dilakukan pengembangan platform yang dipilih untuk meningkatkan promosi secara signifikan.



Gambar 2. Fast digital promotion berbasis media sosial

Adapun tahapan kegiatan. Pertama, tim pengabdian melakukan pengukuran awal. Hal ini bertujuan untuk mengklasifikasikan jenis produk yang dimiliki oleh setiap anggota KWT. Kedua, tim pengabdian akan membuat pengenalan dan mendemonstrasikan dalam mengoperasikan tools diantara laptop, gadget, dan alat lain yang mendukung *fast digital promotion*. Ketiga, tim pengabdian akan mengintegrasikan fungsional teknologi yang ada sehingga dapat digunakan oleh ibu-ibu dengan mudah dalam rangka promosi produk. Keempat, tim pengabdian akan memperkenalkan dan memberi bimtek terkait dengan beberapa aplikasi yang dapat mendukung percepatan digital promosi seperti aplikasi Canva, Remove.bg, capcut, VN, GridMaker, Filmora dsb. Berikut gambaran *fast digital promotion* yang akan didiseminasikan secara bertahap.



Gambar 3. Proses *fast digital promotion*

2. Pendampingan
Pendampingan secara intens dilakukan oleh tim pengabdian kepada mitra selama tiga bulan. Kegiatan pendampingan ini meliputi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang berkesinambungan. Proses pendampingan membutuhkan koordinasi dan diskusi yang baik antara tim dan mitra agar hasil diseminasi produk *fast digital promotion* dapat tercapai dengan baik. Pendampingan dilakukan dengan metode praktik lapangan sehingga menempatkan mitra sebagai pelaku utama dalam kegiatan ini, permasalahan yang muncul akan didiskusikan bersama untuk dicari jalan keluarnya agar solusi tersebut dapat diaplikasikan oleh mitra dengan mudah. Mitra akan didampingi dalam hal pengembangan media social seperti Instagram, Tiktok dan Facebook.
3. Evaluasi
Evaluasi program hadir untuk memberikan masukan, kajian dan pertimbangan dalam menentukan keberlanjutan program yang sedang dijalankan. Evaluasi rutin dilakukan setiap 1 bulan sekali atau setelah selesai melakukan langkah-langkah program diseminasi yang sudah

disepakati. Evaluasi dilakukan dengan metode diskusi internal maupun eksternal bersama mitra. Pada tahap evaluasi, akan diperoleh masukan-masukan yang akan digunakan pada tahapan berikutnya. Tahapan evaluasi ini akan terus dilakukan seiring berjalannya kegiatan dan tidak terbatas oleh waktu tertentu, artinya setiap saat ada masukan atau perbaikan dalam proses kegiatan diseminasi produk teknologi, evaluasi akan terus dilakukan.

Pembahasan

Sesuai dengan tahapan metode pelaksanaan kegiatan yang sudah ditetapkan, maka hasil dari kegiatan dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Sosialisasi Digital Promotion

Pada tanggal 25 Agustus 2023 bertempat di Yogya Chicken Jl. Gejayan Pelem Kecut No.36B, Karang Gayam, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, DIY. Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta dan KWT Tuwuh Makmur Padukuhan Santren Kalurahan Sleman yang peduli terhadap kemajuan teknologi dan perkembangan komunitas melakukan kolaborasi yang bertujuan membantu masyarakat agar dapat menghadapi era digital dengan percaya diri dan kemahiran yang diperlukan dalam meningkatkan penjualan produk. Pada tahap sosialisai ini diselenggarakan serangkaian kursus digital yang mencakup beberapa topik, mulai dari pembuatan email, akun sosial media dan informasi tentang digitalisasi yang pada era modern ini sangat mempengaruhi dalam pemasaran produk. Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta mengundang Sharif Omela selaku CEO dari Ampirono Kopi sebagai pembicara yang sudah berpengalaman dalam digital promotion.



Gambar 4. Sosialisasi Digital Promotion

Dari kegiatan pelatihan ini, anggota KWT Tuwuh Makmur sangat antusias dalam mengikuti setiap rangkaian kegiatan, yaitu menggali potensi dan inovasi dalam pemasaran online menggunakan media sosial. Sosialisasi berjalan dengan lancar, dan dari sosialisasi ini menimbulkan beberapa pertanyaan bagi peserta pelatihan diantaranya adalah :

- a. Bagaimana cara agar konten yang dibuat bisa menarik?
- b. Bagaimana trik agar unggahan di media sosial dapat dilihat oleh banyak orang?
- c. Apakah membuat konten untuk di unggah di media sosial mudah dan praktis?

Dari hasil sosialisasi, tim PKM dapat memberikan stimulus yang lebih baik pada saat layanan konsultasi agar tujuan dari kegiatan ini dapat tercapai.



Gambar 5. Sosialisasi

2. Workshop digital Promotion

Pada tanggal 1 September 2023 diadakan workshop digital promotion sebagai bentuk nyata dari peningkatan pengetahuan digital promotion, kegiatan pelatihan ini melahirkan banyak ide dan proyek yaitu pelatihan pembuatan konten untuk pemasaran secara online menggunakan media sosial yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Kegiatan pelatihan dihadiri oleh 21 anggota KWT Tuwuh Makmur Padukuhan Santren Kalurahan Sleman bersama CEO dari Ampirano Kopi yaitu Sarif Omela sebagai pembicara. Dalam kegiatan ini anggota KWT Tuwuh Makmur Padukuhan Santren Kalurahan Sleman membuat konten untuk pemasaran produk menggunakan aplikasi yang akan di unggah melalui media sosial bersama pembicara menggunakan produk yang sudah dimiliki diantaranya yaitu rempeyek, telur asin, kerajinan tangan, aksesoris Kesehatan, dan lain sebagainya dengan menggunakan handphone.

Kegiatan ini juga disertai praktek dalam pembuatan konten kreatif dengan aplikasi yang diunduh. Ibu-ibu mengedit foto maupun video yang telah diambil kemudian diinput dalam aplikasi dan disesuaikan dengan lagu, caption, dan durasi yang diinginkan. Pada tahap ini anggota KWT Tuwuh Makmur Padukuhan Santren Kalurahan

Sleman dibagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan produk yang sudah tersedia, kemudian setiap kelompok maju satu persatu untuk latihan membuat konten bersama pembicara: Kegiatan ini juga memberikan tata cara kepada anggota KWT Tuwuh Makmur Padukuhan Santren Kalurahan Sleman dalam pembuatan caption untuk di unggah ke media sosial agar dapat dilihat banyak orang sehingga produk dapat dipasarkan dengan maksimal.



Gambar 6. Pembuatan konten bersama pembicara



Gambar 7. Proses pembuatan konten oleh peserta pelatihan

Untuk menginspirasi kreatifitas, kami juga menyelenggarakan fotografi bersama tenaga profesional agar anggota KWT Tuwuh Makmur Padukuhan Santren Kalurahan Sleman dapat membuat unggahan produk di media sosial dengan menarik. Dalam sesi ini anggota KWT Tuwuh Makmur Padukuhan Santren Kalurahan Sleman diberi kesempatan untuk mendokumentasikan produk dengan fotografer profesional untuk oleh-oleh mereka.



Gambar 8. Foto konten dari tenaga profesional

3. Evaluasi

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan, tim program *Fast digital promotion* melakukan evaluasi melalui kuesioner yang di distribusikan ke peserta. Hasil dari evaluasi menyatakan bahwa peserta memiliki peningkatan pengetahuan mengenai digital promotion. Hal tersebut ditunjukkan dari kuesioner. Pertanyaan kuesioner meliputi:

- 1) Saya memahami apa itu digital promotion
- 2) Saya memahami strategi pemasaran menggunakan media digital
- 3) Saya memahami pentingnya media sosial untuk media promosi penjualan
- 4) Saya memahami fungsi media digital untuk memasarkan produk
- 5) Pengetahuan saya mengenai konten media digital baik
- 6) Saya bisa membuat konten yang baik untuk media penjualan di medsos
- 7) Saya memahami tujuan membuat konten penjualan di media sosial
- 8) Saya dapat melakukan kegiatan digital promotion secara mandiri
- 9) Bersedia untuk bekerjasama kembali dalam program pengabdian yang berbeda
- 10) Program Pengabdian dilaksanakan dengan layanan yang baik

Dan pertanyaan terbuka yaitu:

- 1) Digital promotion apa yang Anda harapkan?
- 2) Pelatihan seperti apa yang Anda inginkan?

Hasil evaluasi diperoleh bahwa anggota KWT Tuwuh Makmur sangat puas dengan rangkaian kegiatan yang dilaksanakan. KWT Tuwuh makmur mengalami peningkatan pemahaman digital promotion dan bersedia untuk mengikuti program lain yang akan diadakan kembali karena merasa layanan yang diberikan dapat meningkatkan pengetahuan tentang digital promotion. Dari data yang telah diambil KWT Tuwuh Makmur mengharapkan pelatihan yang praktis untuk dipelajari dan diaplikasikan agar memudahkan untuk memasarkan produk di media sosial. KWT Tuwuh Makmur juga menginginkan pelatihan yang diadakan untuk langsung praktik dan dinilai agar peserta pelatihan dapat mengukur sekaligus mengevaluasi hasil pelatihan dan berharap ada tema yang berkelanjutan mengenai digital promotion karena dirasa sangat membantu meningkatkan penjualan yang awalnya melalui pemasaran tradisional dimana pemasukan yang ada tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan produk. selain pembuatan konten dan caption yang menarik agar konten yang dibuat dapat banyak dilihat oleh berbagai kalangan, pelatihan fotografi bersama tenaga ahli juga sangat membantu karena ibu ibu KWT Tuwuh Makmur mendapat tambahan pengetahuan mengenai cara memotret produk dengan baik agar terlihat lebih menarik ketika dipasarkan. pelatihan program digital promotion ini dinilai menjadi pelatihan yang sangat mendukung ibu ibu KWT Tuwuh Makmur karena dengan adanya program pelatihan ini dapat meningkatkan penggunaan media sosial menjadi lebih maksimal dan terinspirasi terutama dalam peningkatan penjualan produk.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan tahapan yang telah ditentukan. Tahapan diseminasi teknologi, tim menyampaikan terkait dengan pelatihan penggunaan teknologi yang relevan dan update terkait dengan digital promotion. Selain itu, mitra juga diberikan pelatihan cara memaksimalkan penggunaan konten foto dan video sebagai media promosi produk dari ibu-ibu KWT Tuwuh Makmur. Pada tahap pendampingan, tim pengabdian melakukan pendampingan dengan cara memberikan praktek pembuatan konten foto dan video. Pada akhir pelatihan, tim pengabdian memberikan konten foto masing-masing produk anggota yang telah diedit sebagai pembekalan dan contoh konten foto yang baik. Pada tahapan evaluasi, peserta memberikan respon yang sangat positif sehingga ada keinginan untuk terus melanjutkan berbagai kegiatan pelatihan dengan tema yang berbeda. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan pengabdian yang telah dilakukan berjalan dengan baik dan luaran yang dihasilkan relevan dengan kebutuhan mitra.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan hibah PKM tahun anggaran 2023 sehingga kegiatan pengabdian ini dapat dilaksanakan dan dipublikasikan.

Referensi

- Alkon, A. H. (2012). *Black, white, and green: Farmers markets, race, and the green economy* (Vol. 13). University of Georgia Press.
- Cheng, Z., Li, X., & Wang, M. (2021). Resource curse and green economic growth. *Resources Policy*, 74, 102325.
- Fang, L., Hu, R., Mao, H., & Chen, S. (2021). How crop insurance influences agricultural green total factor productivity: Evidence from Chinese farmers. *Journal of Cleaner Production*, 321, 128977.
- Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Handayani, K. (2019). Peran kebijakan pemerintah dalam memperkuat aliansi strategis dan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (JMDK)*, 7(2), 205-224.
- Kuputusan Lurah Caturtunggal. (2021). *Pengesahan Pengurus Kelompok Wanita Tani "Tuwuh Makmur" Padukuhan Santren Kalurahan Caturtunggal Masa Bakti 2021-2026*. Nomor: 50/Kep.Kel/CT/VI/2021
- PPSDMA. (2021). *Mengenal Lebih Dalam Langkah Aplikasi Ekonomi Hijau di Indonesia*. Sumber: Kementerian ESDM Republik Indonesia.
- Setyadi, F. (2017). *Subjective Well-Being Pada Petani Muda* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Sumodiningrat, G. (2001). *Menuju swasembada pangan: revolusi hijau II: introduksi manajemen dalam pertanian*. RBI.
- Taylor, A., Lindsey, P., Davies-Mostert, H., & Goodman, P. (2016). An assessment of the economic, social and conservation value of the wildlife ranching industry and its potential to support the green economy in South Africa. *The Endangered Wildlife Trust, Johannesburg*, 96-109.