

Pemberdayaan Desa Luwuk Rangan Kecamatan Cempaga Kabupaten Kota Waringin Timur sebagai Sentral Produksi Kerajinan Tangan Khas Kalimantan Berbasis Digital

Empowering Luwuk Rangan Village, Cempaga District, East Waringin Regency, as a Digital-Based Center for Kalimantan Handicraft Production

Suriansyah ^{1*}

Haryadi ²

Muhammad Achiril Haq ²

Najwa Aulia Suwandini ²

Laras Intan Wahyuni ¹

^{1*}Department of Science and Technology, Muhammadiyah University of Palangka Raya, Indonesia

²Department of Business and Informatics, Muhammadiyah University of Palangka Raya, Indonesia

email: suriansyah1453@gmail.com

Kata Kunci

UMKM Lokal,
kerajinan rotan,
literasi digital,
e-commerce

Keywords:

UMKM Local,
rattan crafts,
digital literacy,
e-commerce

Received: September 2025

Accepted: November 2025

Published: December 2025

Abstrak

Kerajinan rotan khas Kalimantan memiliki nilai budaya tinggi, namun pengembangannya masih terkendala oleh keterbatasan pemasaran digital. Program pengabdian masyarakat di Desa Luwuk Rangan, Kecamatan Cempaga, Kabupaten Kotawaringin Timur bertujuan meningkatkan keterampilan digital kelompok pengrajin Handep Lewu agar mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Metode pelaksanaan meliputi perencanaan, sosialisasi literasi digital, pelatihan pembuatan konten promosi, praktik pembuatan kerajinan, serta penerapan teknologi *e-commerce*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pengrajin dalam memanfaatkan media sosial, menghasilkan konten digital, serta menggunakan *platform e-commerce* sebagai sarana transaksi. Dengan demikian, program ini berhasil memperkuat kapasitas pengrajin untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

Abstract

Kalimantan's distinctive rattan crafts have high cultural value, but their development is still hampered by limited digital marketing. The community service program in Luwuk Rangan Village, Cempaga District, East Kotawaringin Regency aims to enhance the digital skills of the Handep Lewu artisan group, enabling them to expand their market reach and increase the competitiveness of their products. The implementation methods include planning, digital literacy socialization, training in promotional content creation, craft-making practice, and the application of *e-commerce* technology. The results of the activities show an increase in the artisans' ability to utilize social media, produce digital content, and use *e-commerce* platforms as a means of transaction. Thus, this program has succeeded in strengthening the artisans' capacity to adapt to technological developments while supporting the sustainability of the creative economy based on local culture.



© 2025 Suriansyah, Haryadi, Muhammad Achiril Haq, Najwa Aulia Suwandini, Laras Intan Wahyuni. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike (CC BY-SA) license.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif menjadi pendorong penting pertumbuhan ekonomi lokal di era digital, di mana pemanfaatan teknologi informasi sangat krusial untuk meningkatkan daya saing produk lokal (Ananda *et al.*, 2023; Sugiyanti *et al.*, 2022). Kelompok pengrajin Handep Lewu di Desa Luwuk Rangan, Kalimantan Tengah, memiliki keahlian turun-temurun dalam membuat kerajinan tangan dari rotan dan bambu yang kaya nilai budaya dan estetika (Aliah *et al.*, 2025; Nuswantoro *et al.*, 2024). Namun, mereka menghadapi kendala utama berupa keterbatasan akses pasar akibat rendahnya keterampilan pemasaran

How to cite: Suriansyah., Haryadi., Haq, M. A., Suwandini, N. A., Wahyuni, L. I. (2025). Pemberdayaan Desa Luwuk Rangan Kecamatan Cempaga Kabupaten Kota Waringin Timur sebagai Sentral Produksi Kerajinan Tangan Khas Kalimantan Berbasis Digital. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(12), 656-664. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i12.10913>

digital dan masih mengandalkan metode konvensional (Siregar *et al.*, 2025). Minimnya pemanfaatan *platform* digital seperti *WhatsApp Business*, *Instagram*, dan *Facebook* menyebabkan produk kurang dikenal di pasar luas (Nanda Defi Anita *et al.*, 2022; Natania *et al.*, 2024). Selain itu, jumlah pengrajin yang menurun dan produksi yang masih berbasis pesanan lokal membatasi kapasitas produksi dan daya saing (Istiqomah *et al.*, 2025; Konore *et al.*, 2022). Oleh karena itu, diperlukan pemberdayaan yang fokus pada peningkatan keterampilan digital, inovasi produk, dan strategi pemasaran berbasis teknologi (Mutmainah *et al.*, 2024; Tojir *et al.*, 2025). Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan keterampilan digital pengrajin dalam memanfaatkan *e-commerce* dan media sosial, membantu diversifikasi produk, serta mengembangkan strategi pemasaran digital efektif (I Nyoman Jayanegara *et al.*, 2025; Komariah *et al.*, 2024; Vio *et al.*, 2025). Tim juga akan mengembangkan *platform e-commerce* yang mendukung digitalisasi pemasaran dengan fitur katalog produk, transaksi, dan informasi budaya (I Nyoman Jayanegara *et al.*, 2025). Program ini sejalan dengan agenda pembangunan nasional dan global, termasuk SDGs, serta mendukung Indikator Kinerja Utama perguruan tinggi dan Rencana Induk Riset Nasional dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi digital (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat *et al.*, 2024; Rohmah *et al.*, 2025). Diharapkan program ini dapat meningkatkan daya saing pengrajin Handep Lewu, memperluas pasar, dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal serta pelestarian budaya khas Kalimantan.

METODE

Perencanaan

Hari pertama difokuskan pada tahap perencanaan bersama mitra sebagai landasan pelaksanaan program. Kegiatan diawali dengan pemaparan tujuan dan manfaat program, baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang menekankan pentingnya peningkatan keterampilan produksi kerajinan rotan serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Tim juga menjelaskan alur kegiatan selama lima hari, sehingga mitra memahami tahapan yang akan dilalui dan dapat menyiapkan diri dengan baik. Selain itu, dilakukan penyerahan peralatan dan bahan pendukung kegiatan, seperti pisau penghalus rotan, gunting dahan, bor listrik, *tripod* kamera, *lighting*, serta bahan baku rotan dan kayu. Penyerahan ini tidak hanya bersifat simbolis, tetapi juga sebagai bentuk dukungan nyata dalam meningkatkan produktivitas mitra. Kegiatan ditutup dengan diskusi terbuka, agar mitra dapat menyampaikan harapan maupun tantangan yang dihadapi, sehingga program lebih partisipatif dan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Sosialisasi

Hari kedua diarahkan pada kegiatan sosialisasi literasi digital dengan fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk kerajinan rotan. Tim pelaksana memberikan pemahaman mengenai potensi media sosial dalam memperluas jaringan pemasaran, membangun citra produk, serta menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa batasan geografis. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan *WhatsApp Business* sebagai etalase digital, optimalisasi *Instagram* untuk *branding visual*, serta dasar-dasar penggunaan *Facebook Ads* dalam promosi berbayar. Selain penyampaian materi, peserta juga diajak untuk melakukan praktik langsung. Mereka dipandu membuat akun bisnis pada *platform* media sosial, menata tampilan profil secara profesional, mengunggah foto produk dengan kualitas yang baik, hingga menyusun deskripsi singkat yang komunikatif. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu melihat media sosial sebagai aset strategis dalam meningkatkan daya saing produk kerajinan rotan di pasar digital.

Pelatihan

Pelatihan Pembuatan Konten Digital

Hari ketiga diarahkan pada pelatihan praktis mengenai pembuatan konten promosi yang efektif untuk mendukung pemasaran digital produk kerajinan rotan. Peserta dibimbing memahami dasar-dasar *visual marketing*, mulai dari teknik pengambilan gambar produk menggunakan *tripod* dan *lighting* agar hasil foto terlihat lebih profesional, hingga penggunaan sudut pengambilan gambar yang menarik perhatian calon konsumen. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada teknik editing sederhana menggunakan aplikasi mobile yang mudah diakses, sehingga hasil foto maupun video dapat ditingkatkan kualitasnya tanpa memerlukan perangkat mahal. Tidak hanya itu, peserta juga berlatih membuat video

singkat yang sesuai dengan tren media sosial seperti *Reels*, *TikTok*, atau *Facebook*. Proses ini mencakup pemilihan konsep cerita, pengambilan gambar, hingga penyusunan narasi promosi yang persuasif. Dengan pelatihan ini, peserta diharapkan memiliki keterampilan praktis dalam menghasilkan konten digital yang menarik, relevan dengan target pasar, dan mampu meningkatkan daya tarik produk kerajinan mereka di ranah *online*.

Pelatihan Pembuatan Kerajinan Rotan

Hari keempat difokuskan pada praktik langsung pembuatan kerajinan berbahan dasar rotan sebagai inti keterampilan utama mitra. Peserta dilatih membuat produk mulai dari desain sederhana hingga model yang lebih modern, dengan pendampingan fasilitator berpengalaman. Materi pelatihan mencakup tahapan penting, yaitu pemilihan bahan baku rotan yang berkualitas, teknik pemotongan sesuai kebutuhan desain, proses penyusunan rangka, hingga tahap *finishing* agar produk memiliki nilai estetika dan daya tahan yang baik. Selain praktik teknis, peserta juga diberikan pemahaman mengenai tren desain kerajinan rotan yang sedang diminati pasar, sehingga mereka dapat menghasilkan produk yang relevan dengan selera konsumen. Dengan adanya sesi ini, peserta tidak hanya terbatas pada aspek pemasaran, tetapi juga mampu meningkatkan kualitas produksi secara menyeluruh. Diharapkan keterampilan ini dapat menjadi bekal untuk menciptakan produk yang lebih variatif, bernilai jual tinggi, dan memiliki daya saing di pasar lokal maupun digital.

Penerapan Teknologi, Pendampingan, dan Keberlanjutan Program

Hari terakhir diarahkan pada penerapan teknologi pemasaran digital melalui *platform e-commerce* yang telah disiapkan oleh tim. Peserta dilatih untuk mengunggah produk kerajinan rotan ke dalam sistem, menyusun deskripsi produk yang menarik, serta melakukan simulasi transaksi mulai dari pemesanan hingga konfirmasi pembayaran. Kegiatan ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Selain penerapan teknologi, tim juga memberikan pendampingan untuk memastikan peserta dapat mengintegrasikan keterampilan produksi dengan strategi promosi digital yang berkelanjutan. Kegiatan ditutup dengan sesi refleksi bersama, di mana peserta dan tim mendiskusikan rencana tindak lanjut, termasuk strategi menjaga konsistensi produksi, peningkatan kualitas produk, serta langkah memperluas pasar. Dengan adanya komitmen bersama, program ini diharapkan tidak berhenti pada pelatihan singkat, melainkan terus berlanjut sebagai upaya nyata dalam meningkatkan daya saing kerajinan rotan di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan

Pada hari pertama pelaksanaan program pengabdian masyarakat, kegiatan difokuskan pada tahap perencanaan bersama mitra yang bertempat di tempat usaha Handep Lewu. Pada Gambar 1 merupakan kegiatan penyampaian tujuan dan manfaat program oleh tim pengabdian kepada peserta serta menyampaikan alur kegiatan agar mitra dapat memahami tahapan yang akan dilalui dan mempersiapkan diri dengan baik.



Gambar 1. Penyampaian Tujuan dan Alur.

Pada Gambar 2 merupakan penyerahan peralatan dan bahan pendukung dilakukan secara langsung kepada ketua usaha Handep Lewu, terdiri dari pisau penghalus rotan, gunting dahan, bor listrik, *tripod* kamera, *lighting*, serta bahan baku rotan dan kayu. Penyerahan ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas mitra.



Gambar 2. Penyerahan Teknologi dan inovasi.

Kegiatan hari pertama ditutup dengan diskusi terbuka, memberikan kesempatan bagi mitra untuk menyampaikan harapan dan tantangan yang dihadapi, sehingga program dapat berjalan secara partisipatif dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

Sosialisasi

Pada hari kedua pelaksanaan program pengabdian masyarakat, kegiatan diarahkan pada sosialisasi literasi digital dengan fokus utama pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk kerajinan rotan.



Gambar 3. Anggota Usaha Handep Lewu.

Kegiatan dilaksanakan bersama pengrajin Handep lewu. Pada Gambar 3 merupakan peserta yang terlibat dengan jumlah 15 anggota pelaku usaha sebagai peserta aktif.



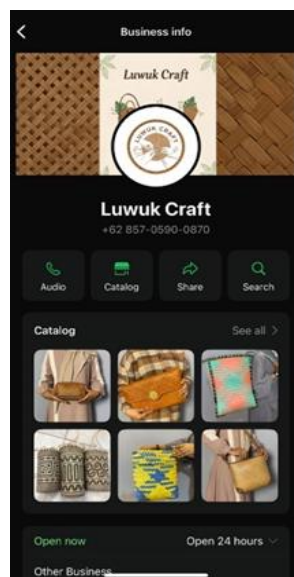
Gambar 4. Sosialisasi Media Sosial.

Gambar 4 merupakan Tim pelaksana menjelaskan secara mendalam mengenai potensi media sosial memperluas jaringan pemasaran, membangun citra produk, serta menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa batasan geografis.

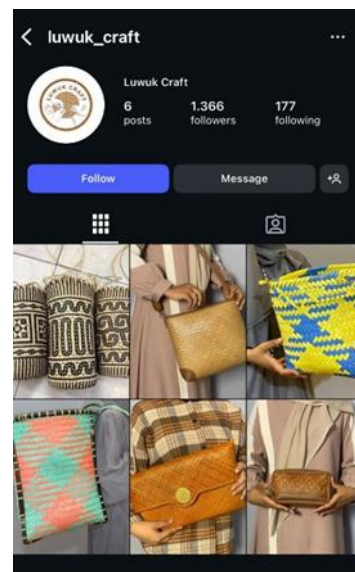


Gambar 5. Pembuatan Akun Bisnis.

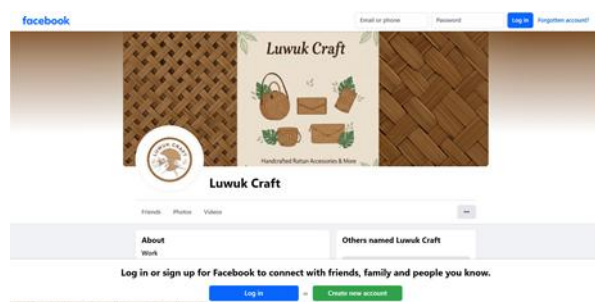
Materi yang disampaikan meliputi pengenalan *WhatsApp Business* sebagai etalase digital, optimalisasi *Instagram* untuk membangun branding visual yang menarik, serta dasar-dasar penggunaan *Facebook Ads* sebagai media promosi berbayar yang efektif. Selain penyampaian materi secara teori, peserta juga diarahkan untuk melakukan praktik langsung sebagai bagian dari pendekatan pembelajaran yang aplikatif. Pada Gambar 5 Para peserta dipandu untuk membuat akun bisnis di berbagai *platform* media sosial, menata tampilan profil yang profesional, mengunggah foto produk berkualitas tinggi, hingga penyusunan deskripsi singkat yang komunikatif dan persuasive. Gambar 6, Gambar 7, dan Gambar 8 merupakan hasil praktik pembuatan akun.



Gambar 6. Akun *WhatsApp Bussines*.



Gambar 7. Akun *Instagram*.



Gambar 8. Akun *Facebook*.

Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Hal ini menandai kemajuan signifikan dalam literasi digital pelaku usaha Handep Lewu, yang diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan dan berkembang di era digital saat ini.

Pelatihan

Pelatihan Pembuatan Konten Digital

Pada hari ketiga pelaksanaan, kegiatan difokuskan pada pelatihan praktis pembuatan konten promosi. Pelatihan diberikan kepada kalangan anak muda yang memiliki potensi kreatif dan inovatif. Diawali dengan memaparkan pemahaman mendalam mengenai dasar-dasar visual marketing, kemudian diajari teknik pengambilan gambar produk, penggunaan *tripod* dan pencahayaan (*lighting*) yang tepat diajarkan untuk menghasilkan foto dengan kualitas yang lebih baik dan tampilan yang lebih profesional sesuai tertera pada Gambar 6 dan Gambar 7.



Gambar 9. Pelatihan Pembuatan Konten.



Gambar 10. Pelatihan Pembuatan Konten Produk.

Selain itu, peserta juga dibimbing dalam memilih sudut pengambilan gambar yang dapat menarik perhatian calon konsumen, seperti pengambilan gambar *close-up* untuk menonjolkan detail kerajinan rotan dan pengambilan gambar dengan latar yang bersih agar produk lebih menonjol. Peserta juga berlatih membuat video singkat yang sesuai dengan tren media sosial terkini, seperti Reels di *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*. Proses pembuatan video mencakup pemilihan konsep cerita yang menarik dan relevan dengan produk, pengambilan gambar yang dinamis, serta penyusunan narasi promosi yang persuasif dan mudah dipahami oleh target pasar. Dari hasil pelatihan ini, terlihat peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta dalam menghasilkan konten digital yang menarik dan relevan. Peserta menjadi lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi sederhana untuk memproduksi konten promosi yang dapat meningkatkan daya tarik produk kerajinan rotan mereka di ranah online. Secara keseluruhan, pelatihan hari ketiga ini berhasil membekali peserta dengan keterampilan praktis yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital saat ini.

Pelatihan Pembuatan Kerajinan Rotan

Pelatihan pada hari keempat berfokus pada praktik langsung pembuatan kerajinan rotan. Pada Gambar 9 dan Gambar 10, peserta mengikuti tahapan mulai dari pemilihan bahan berkualitas, teknik pemotongan, penyusunan rangka, hingga proses finishing sehingga menghasilkan produk yang rapi dan tahan lama.



Gambar 11. Praktik Pembuatan Kerajinan.



Gambar 12. Pemantauan Praktik Pembuatan Kerajinan.

Pada Gambar 11 dan Gambar 12 atas terlihat interaksi antara tim pengabdian masyarakat dengan para pengrajin rotan. Kegiatan difokuskan pada pemberian penjelasan mengenai tren desain produk rotan yang sedang diminati pasar, sehingga para pengrajin dapat menyesuaikan kreativitas mereka dengan kebutuhan konsumen.



Gambar 13. Penyampaian Penjelasan Inovasi Produk.

Tim pengabdian memberikan arahan terkait variasi bentuk dan kombinasi warna yang lebih modern, sambil berdiskusi langsung dengan pengrajin mengenai teknik produksi yang efisien. Kehadiran mahasiswa juga memperkuat proses

transfer pengetahuan, di mana mereka turut mendampingi pengrajin dalam mengeksplorasi desain baru yang lebih adaptif terhadap selera pasar.



Gambar 14. Penjelasan Inovasi Produk.

Metode praktik tersebut terbukti efektif meningkatkan keterampilan sekaligus memperluas wawasan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya potensi pengembangan usaha kerajinan rotan yang lebih professional, berdaya saing, dan relevan dengan kebutuhan pasar lokal maupun digital.

Penerapan Teknologi, Pendampingan, dan Keberlanjutan Program

Pada hari terakhir, peserta difokuskan pada penerapan teknologi pemasaran digital melalui *platform e-Commerce*. Pada Gambar 14 peserta dilatih mengunggah produk kerajinan rotan, menyusun deskripsi yang menarik, hingga melakukan simulasi transaksi. Pemaparan dibawakan oleh pendamping teknis lapangan, peserta memperoleh arahan teknis sekaligus praktik langsung mengenai penggunaan *platform* digital untuk pemasaran produk.



Gambar 15. Praktik Pelatihan *e-Commerce*.



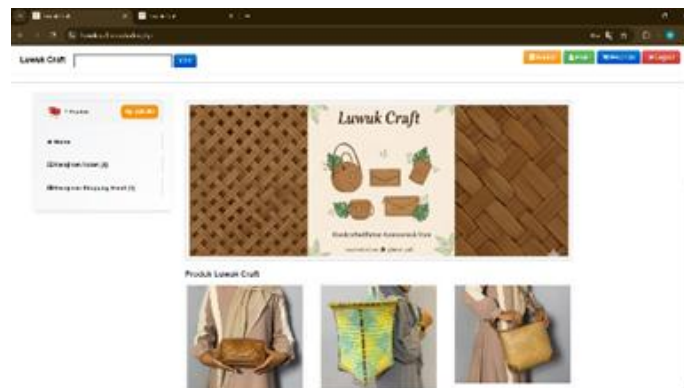
Gambar 16. Peserta Pelatihan Penggunaan *e-Commerce*.

Peserta terlihat antusias memperhatikan penjelasan, mencoba langkah-langkah yang dipandu, mulai dari proses unggah produk hingga simulasi transaksi, sehingga kegiatan berlangsung interaktif dan aplikatif.

E-commerce Luwuk Craft

Halaman Utama

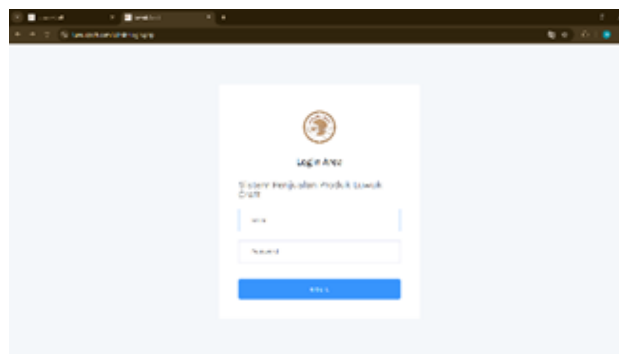
Menampilkan halaman utama saat *website* diakses.



Gambar 17. Halaman Utama.

Halaman Login Admin

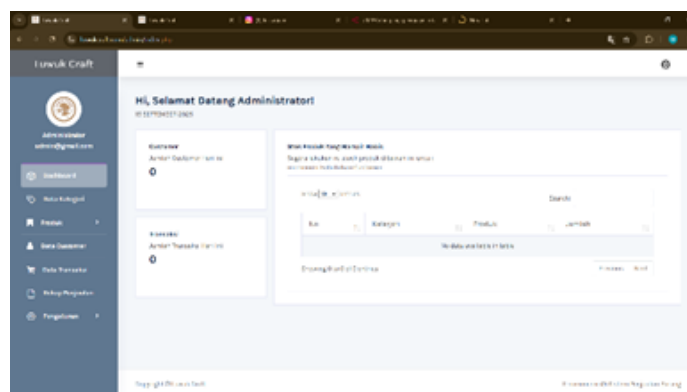
Menampilkan halaman login dari Admin yang berisi *email* dan *password*.



Gambar 18. Login Admin.

Halaman Utama Admin

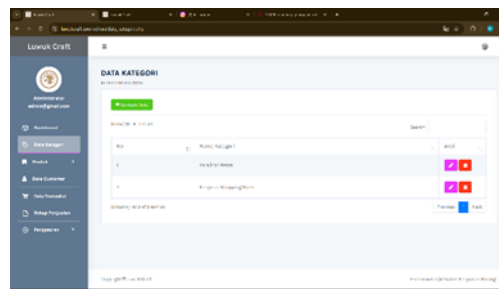
Menampilkan halaman utama Admin yang sekilas berisi customer, transaksi, stok produk yang hampir habis, dan menu-menu yang dapat dikelola oleh Admin.



Gambar 19. Beranda Admin.

Halaman Kategori

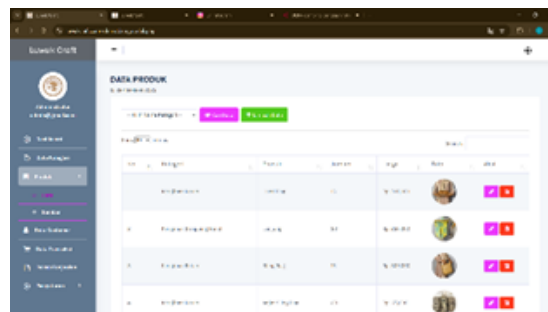
Menampilkan semua daftar kategori dari produk yang ada di *website*.



Gambar 20. Kategori.

Halaman Data Produk

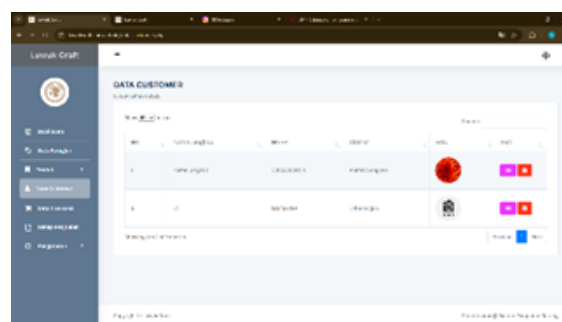
Menampilkan semua daftar produk dari data kategori, nama, harga, dan stok.



Gambar 21. Produk.

Halaman Data Pelanggan

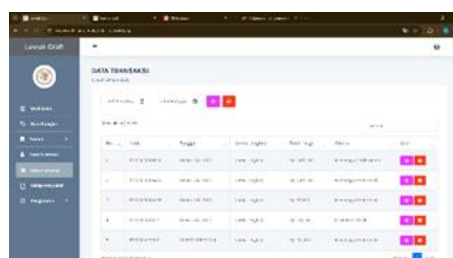
Menampilkan daftar pelanggan dari biodata nama, alamat, nomor telepon. Yang nantinya akan berguna untuk proses pengiriman barang atau produk yang ingin diantarkan ke alamat tujuan



Gambar 22. Pelanggan.

Halaman Data Transaksi

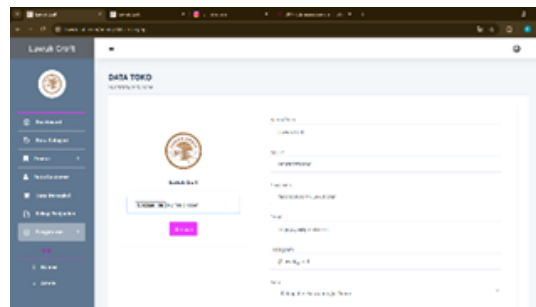
Menampilkan segala transaksi yang dilakukan oleh pelanggan, bahkan juga menampilkan status pesanan dari pelanggan.



Gambar 23. Transaksi.

Halaman Pengaturan Toko

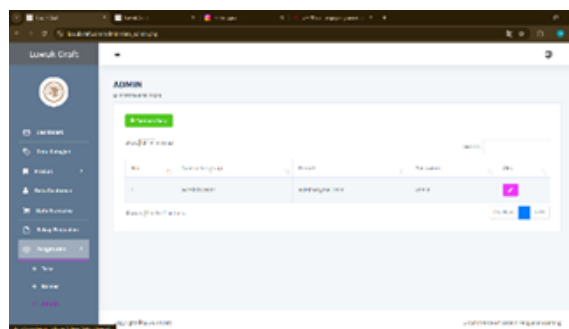
Menampilkan data dari profil toko yang juga terintegrasi dengan sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, dan Nomor *WhatsApp*.



Gambar 24. Pengaturan Toko.

Halaman Pengaturan Admin

Menampilkan seluruh daftar Admin yang ada, dan juga bisa menambahkan akun Admin yang lain jika dibutuhkan.



Gambar 25. Pengaturan Admin.

Halaman Login Pelanggan

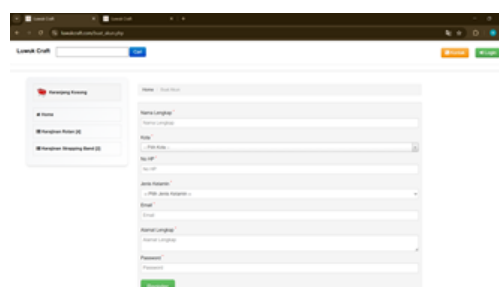
Menampilkan halaman login untuk pelanggan yang berisi *email* dan *password*.



Gambar 26. Login Pelanggan.

Halaman Register Pelanggan

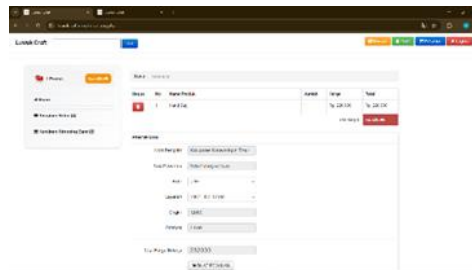
Menampilkan halaman yang berguna untuk pelanggan yang belum memiliki akun dan melakukan pembuatan akun agar bisa melakukan transaksi didalam sistem.



Gambar 27. Register Pelanggan.

Halaman Keranjang

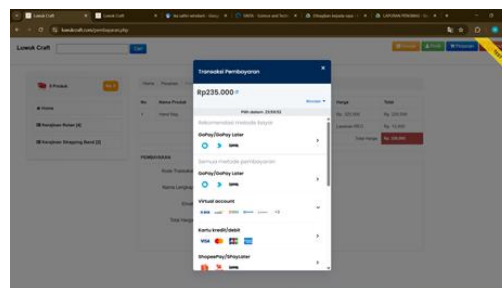
Menampilkan daftar produk yang telah dimasukkan dikeranjang. Menampilkan halaman setelah melakukan konfirmasi ekspedisi pengiriman dan jenis layanan pengiriman.



Gambar 28. Keranjang.

Halaman Pembayaran

Menampilkan halaman pembayaran dengan pilihan berbagai metode.



Gambar 29. Pembayaran.

Luaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat berhasil dipublikasikan melalui portal berita Antara Kalteng dengan judul “UMPR dampingi pengrajin rotan lewat literasi digital” pada 14 September 2025. Publikasi ini menjadi luaran penting yang berfungsi sebagai dokumentasi resmi sekaligus sarana diseminasi informasi kepada masyarakat luas mengenai kontribusi perguruan tinggi dalam pemberdayaan pengrajin rotan berbasis literasi digital.



Gambar 30. Publikasi Media Masa.

KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Luwuk Rangan, Kecamatan Cempaga, Kabupaten Kotawaringin Timur, telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan dan kapasitas kelompok pengrajin Handep Lewu. Kegiatan yang meliputi perencanaan, sosialisasi literasi digital, pelatihan pembuatan konten promosi, praktik pembuatan kerajinan rotan, hingga penerapan teknologi *e-commerce* terbukti mampu memperluas wawasan peserta serta meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan era digital. Melalui kegiatan ini, para pengrajin tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam produksi kerajinan, tetapi juga pemahaman strategis mengenai pemasaran digital, branding produk, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Kehadiran platform *e-commerce* turut menjadi inovasi penting dalam memperkuat daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran produk rotan khas Kalimantan. Secara keseluruhan, program ini berhasil mendorong penguatan usaha kerajinan tradisional yang adaptif terhadap perkembangan teknologi serta berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

SARAN

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan rutin agar keterampilan digital yang telah diperoleh dapat terus dikembangkan secara konsisten. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, serta mitra strategis diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan dukungan, baik dalam bentuk pelatihan lanjutan, akses permodalan, maupun perluasan jaringan pemasaran. Selain itu, kelompok pengrajin Handep Lewu disarankan untuk menjaga semangat kolaboratif, meningkatkan kualitas produksi sesuai tren pasar, serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pemasaran utama. Dengan adanya sinergi antara inovasi, keterampilan, dan pelestarian budaya, diharapkan usaha kerajinan rotan di Desa Luwuk Rangan dapat tumbuh berkelanjutan, berdaya saing tinggi, serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi lokal dan pelestarian budaya Kalimantan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia melalui skema hibah Program Pengabdian kepada Masyarakat bidang Saintek yang telah memberikan dukungan pendanaan pada kegiatan berjudul “Pemberdayaan Desa Luwuk Rangan Kecamatan Cempaga Kabupaten Kotawaringin Timur sebagai Sentral Produksi Kerajinan Tangan Khas Kalimantan Berbasis Digital.” Dukungan ini menjadi faktor penting dalam terlaksananya program hingga dapat memberikan manfaat nyata bagi mitra pengrajin serta masyarakat setempat.

REFERENSI

- Aliah, N., Mahdani, R., & Soufyan, D. A. (2025). *Kontribusi Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. **3**, 1070–1083. <https://doi.org/10.61579/future.v3i3.511>
- I Nyoman Jayanegara, Anak Agung Gede Bagus Ariana, & Ni Made Mila Rosa Desmayani. (2025). Optimalisasi Kualitas dan Diversifikasi Produk dengan Sistem Pesanan Berbasis Web pada Kelompok Pengrajin Kipas Tangan Sesetan. *International Journal of Community Service Learning*, **9**(1), 142–149. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v9i1.85233>
- Istiqomah, W. S., & Purnomo, D. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Pada Usaha Kerajinan Tangan Rotan Wickercane Wiwit. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, **3**(2), 169–175. <https://doi.org/10.23917/determinasi.v3i2.449>
- Komariah, A., Fikri, R. U., Fiana, M., Ningsih, R., Nuryanto, U. W., Subroto, D. E., Muti'ah, E., Malinda, T., Romlah, S., & Maharani, S. (2024). Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Kerajinan Bambu di Kelurahan Pasuluhan,

- Walantaka - Kota Serang. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, **4**(3), 517–524. <http://journal.msti-indonesia.com/index.php/ajad/article/view/377>
- Konore, C. R., Rorong, I. P. F., & Siwu, H. fendy D. (2022). Kajian Produksi Kerajinan Tangan Serat Pisang Abaka Di desa Esang Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, **22**(5), 97–108. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/42777>
- Mutmainah, Armawati, & Tovan. (2024). PENGARUH TEKNOLOGI DIGITAL, STRATEGI PEMASARAN ONLINE, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN. **7**(2), 90–92. <https://ejournal.methodist.ac.id/index.php/methonomix/article/view/3372>
- Nanda Defi Anita, N., Finatsiyatull Rosida, D., Wardhani Mas'udah, K., Abidin Achmad, Z., Muruah, I., & Almira Nur Aini, Z. (2022). Pendampingan Penggunaan Platform Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Desa Kebondalem. *PATIKALA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, **2**(1), 428–436. <https://doi.org/10.51574/patikala.v2i1.499>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi Umkm. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, **12**(1), 1–8. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>
- Nuswantoro, S. A., Muhammad Ulfi, Miftahurrizqi, & Muhammad Rafli. (2024). Identification of Factors Influencing the Use of QRIS Using TAM and UTAUT 2 Methods. *Scientific Journal of Informatics*, **11**(2), 451–466. <https://doi.org/10.15294/sji.v11i2.3562>
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). INOVASI DALAM RISET AKADEMIK: STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS DAN RELEVANSI PENELITIAN PERGURUAN TINGGI. **2**(2), 306–312. <https://doi.org/10.51878/academia.v5i2.4921>
- Rohmah, J., Ully Aryawati, N., & Putri Wahyunintyas, S. (2025). Peran Pembangunan Ekonomi dalam Membentuk Sumber Daya Manusia yang Unggul di Indonesia. *Jinu*, **2**(3), 70–87. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i3.4403>
- Siregar, S., Wibasuri, A., & Azima, M. F. (2025). Penguatan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM: Pendekatan Partisipatif dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Sosial Media. **3**(2), 74–85. <https://doi.org/10.70900/jpkm.v3i2.106>
- Tojir, Y., Rachdawati Santanu, T., Sugiat, J., Rosita, Y., Indra Gunawan, T., Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana, S., Korespondensi Penulis, G., & Pengajuan, A. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Penerapan Teknologi dan Pemasaran Digital di Kecamatan Leles Kabupaten Garut ARTIKEL INFO ABSTRAK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, **1**(1), 61–69. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17911.89767>
- Vio, R., Zakaria, N., Hahesa, S., She, E., Karauwan, Y., Putra, S., Rahmat, A. M., & Telkom, U. (2025). STRATEGI PEREMPUAN DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK. **1**(4), 58–66. <https://journal.independentresearchcenter.com/jedsoc/article/view/38>