

Peningkatan Efektivitas Pemasaran Produk Purun melalui Digitalisasi Katalog di Kampung Purun, Banjarbaru

Enhancing the Marketing Effectiveness of Purun Products through Catalog Digitalization in Kampung Purun, Banjarbaru

Akhmad Suwindi *

M. Fayyaz Najmi

Priscilla Aquirera Iory Siahaan

Alimatu Qurroti Ainina

Tazkiratul Hamda

Erick Namura Saut Pakpahan

Nur Salam

Department of Statistics, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Lambung Mangkurat University, Banjarbaru, South Kalimantan, Indonesia

email: aswinstk22@gmail.com

Kata Kunci

Pengabdian Masyarakat
Kerajinan Purun
Katalog Digital

Keywords:

Community Service
Purun Craft
Digital Katalog

Received: September 2025

Accepted: December 2025

Published: February 2026

Abstrak

Kerajinan anyaman purun di Kampung Purun, Banjarbaru, memiliki potensi ekonomi dan budaya yang tinggi namun menghadapi tantangan dalam pemasaran digital. Salah satu kendala utama yang dihadapi kelompok pengrajin adalah tidak adanya media promosi yang terstandar, sehingga proses pemesanan secara online menjadi tidak efisien dan membatasi jangkauan pasar. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilaksanakan program pengabdian kepada masyarakat bertajuk "Purun On Click" yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemasaran digital para pengrajin. Kegiatan ini menerapkan metode *Participatory Action Research* (PAR), yang melibatkan partisipasi aktif dari empat kelompok pengrajin dalam seluruh tahapan, mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, hingga implementasi. Hasil utama dari program ini adalah terciptanya sebuah katalog produk digital komprehensif dalam format PDF. Katalog ini dirancang secara *bilingual* (Indonesia-Inggris) dan memuat informasi lengkap mengenai produk, seperti foto, deskripsi, ukuran, dan harga. Selain itu, dibuat pula media kode QR yang dipasang di galeri untuk memberikan akses cepat dan mudah bagi pengunjung ke katalog digital tersebut. Kehadiran aset digital ini berhasil menjadi solusi praktis untuk meningkatkan efektivitas promosi dan memperlancar komunikasi dengan calon pembeli. Program ini menunjukkan bahwa digitalisasi sederhana seperti pembuatan katalog dapat menjadi langkah awal yang signifikan dalam membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah kerajinan lokal untuk beradaptasi dan bersaing di era modern.

Abstract

The purun weaving craft in Kampung Purun, Banjarbaru, holds significant economic and cultural potential but faces challenges in digital marketing. One of the main obstacles for the artisan groups is the absence of standardized promotional media, which makes the online ordering process inefficient and limits their market reach. To address this issue, a community service program titled "Purun On Click" was implemented, aiming to enhance the digital marketing capacity of the artisans. This program applied the *Participatory Action Research* (PAR) method, which involved the active participation of four artisan groups throughout all stages, from problem identification and solution design to implementation. The main result of this program was the creation of a comprehensive digital product catalog in PDF format. This catalog is *bilingual* (Indonesian-English) and contains complete product information, including photos, descriptions, dimensions, and prices. Furthermore, a QR code was created and installed in the galleries to provide visitors with quick, easy access to the digital catalog. The presence of these digital assets successfully provided a practical solution to increase promotional effectiveness and streamline communication with potential buyers. This program demonstrates that simple digitalization, such as creating a catalog, can be a significant first step in assisting local craft Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt and compete in the modern era.



© 2026 Akhmad Suwindi, M. Fayyaz Najmi, Priscilla Aquirera Iory Siahaan, Alimatu Qurroti Ainina, Tazkiratul Hamda, Erick Namura Saut Pakpahan, Nur Salam. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i2.10917>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta usaha berbasis kerajinan lokal memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat (Buji *et al.*, 2025). Selain membuka lapangan kerja, kerajinan juga dapat menjadi identitas budaya yang bernilai ekonomi tinggi (Farsya Zuhra, 2024). Produk kerajinan yang dikelola oleh kelompok masyarakat sering kali memiliki daya tarik tersendiri karena memuat nilai budaya dan kearifan lokal. Hal ini membuat produk tersebut berpotensi menembus pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional, jika didukung oleh strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman. Saat ini digitalisasi menjadi salah satu strategi yang banyak dipilih untuk mempermudah promosi dan memperluas jangkauan pasar (Hendriyanto *et al.*, 2024). Beberapa hasil pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa katalog produk digital dapat membantu UMKM dalam memperkenalkan produknya sekaligus mempermudah proses transaksi dengan konsumen (Nurfauziah *et al.*, 2023; Tasya Novita Devi *et al.*, 2025). Salah satu contoh kerajinan lokal yang memiliki potensi besar adalah produk anyaman purun dari Kampung Purun di Kelurahan Palam, Kecamatan Cempaka, Kota Banjarbaru (Rusdiyanti *et al.*, 2024). Kampung Purun dikenal sebagai kampung wisata unggulan yang menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung untuk menyaksikan langsung proses pembuatan berbagai produk purun, seperti tikar, tas, dan topi (Fahriannoor *et al.*, 2020). Beberapa kelompok pengrajin, seperti Galoeh Bandjar, Galoeh Tjempaka, Purun Al Firdaus, dan Bakul Bungas, aktif menjaga tradisi ini sekaligus berupaya memperluas pasar kerajinan purun. Reputasi produk purun bahkan sudah menembus pasar internasional sehingga menegaskan nilai budaya dan ekonomi yang dimilikinya. Selain itu, pengakuan Kampung Purun sebagai bagian dari *Geopark* Meratus memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata budaya yang bernilai tinggi. Akan tetapi, galeri-galeri kelompok pengrajin purun di Kampung Purun belum memiliki katalog produk dalam bentuk digital. Kondisi ini menyebabkan proses pemesanan secara online masih kurang efisien karena calon pembeli harus menanyakan rincian produk satu per satu, mulai dari harga, ukuran, warna, hingga ketersediaan barang. Menurut (Yuwono *et al.*, 2024), keterbatasan informasi produk pada kanal digital dapat menurunkan minat beli konsumen karena dianggap menyulitkan dalam proses pengambilan keputusan. Situasi ini tentu dapat mengurangi minat beli konsumen sekaligus membatasi daya saing produk purun di pasar digital. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan terobosan sederhana yang dapat membantu para pengrajin beradaptasi dengan kebutuhan pasar modern. Salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah menyusun katalog digital yang berisi foto produk, deskripsi, ukuran, warna, harga, serta informasi kontak dan alamat kelompok pengrajin (Zahra *et al.*, 2025). Katalog digital akan membantu calon pembeli dalam melihat pilihan produk yang tersedia tanpa harus menanyakan rincian secara manual. Untuk menjawab kebutuhan itu, tim mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) melaksanakan program “Purun On Click” yang menghasilkan katalog digital dalam bentuk *Portable Document Format* (PDF) serta *kode Quick Response* (QR) yang dipasang di galeri dan media sosial. Melalui kode QR, pengunjung yang datang ke Kampung Purun dapat mengakses katalog produk secara cepat dan praktis. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah membantu kelompok pengrajin purun agar lebih siap menghadapi persaingan di era digital. Katalog produk diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi, mempercepat komunikasi dengan calon pembeli, dan memperluas jangkauan pemasaran. Selain memberi manfaat langsung bagi para pengrajin, digitalisasi katalog ini juga menjadi sarana untuk memperkenalkan produk purun sebagai identitas budaya Banjarbaru kepada masyarakat yang lebih luas.

METODE

Lokasi pengabdian berada di Kampung Purun, Kelurahan Palam, Kecamatan Cempaka, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Program pengabdian ini menasar 4 kelompok pengrajin purun yang memiliki potensi besar dalam melestarikan sekaligus mengembangkan kerajinan khas daerah Kalimantan Selatan.

Tabel I. Daftar Kelompok Pengrajin Purun.

No.	Nama	Lokasi	Fokus Produk
1.	Galoeh Bandjar	Kampung Purun	Tas, Aksesoris, Dekorasi, dan Perabotan
2.	Galoeh Tjempaka	Kampung Purun	Tas, Aksesoris, Dekorasi, dan Perabotan
3.	Bakul Bungas	Kampung Purun	Tas, Aksesoris, dan Dekorasi
4.	Pelangi Al-Firdaus	Kampung Purun	Tas, Aksesoris, Dekorasi, dan Perabotan

Metode yang dilakukan adalah observasi yang dilakukan tim sebanyak 7 orang dengan rincian sebagai berikut.

Tabel II. Tim Pelaksana Pengabdian.

No.	Nama	Jabatan	Tugas
1.	Akhmad Suwindi	Ketua KKN	Mengkoordinir Kelompok
2.	M. Fayyaz Najmi	Anggota KKN	Memilah produk, wawancara pengrajin, memasukkan ukuran produk
3.	Priscilla Aquirera Iory Siahaan	Anggota KKN	Foto produk, membuat design katalog
4.	Alima Qurroti Ainina	Anggota KKN	Foto produk, membuat katalog, memasukkan foto produk
5.	Tazkiratul Hamda	Anggota KKN	Mengukur produk, wawancara pengrajin
6.	Erick Namura Saut Pakpahan	Anggota KKN	Memilah produk, wawancara pengrajin, membuat deskripsi produk
7.	Nur Salam	Dosen Pembimbing Lapangan	Membimbing Kelompok

Tim mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) melakukan penggalan informasi dan penilaian untuk menentukan objek pengabdian. Selanjutnya digunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) untuk menggali masalah, merumuskan permasalahan, melakukan diskusi, merancang solusi, serta melaksanakan program pengabdian sesuai dengan kebutuhan dan tepat sasaran (Rahmat *et al.*, 2020). Tahapan kegiatan dalam pengabdian ini sebagai berikut :

Tabel III. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian.

Tahap	Waktu Pelaksanaan	Materi/Kegiatan	Pelaksana/Narasumber
Persiapan	Juli 2025	Survei & Penilaian Mitra	Tim KKN
Sosialisasi	Juli 2025	Diskusi Permasalahan & Solusi (FGD)	Tim KKN
Pelaksanaan	Juli-Agust 2025	1. Pemotretan Produk 2. Desain Katalog Digital 3. Pembuatan QR Code	Tim KKN & Mitra
Evaluasi	Agustus 2025	Penyerahan Katalog & Uji Coba QR	Tim KKN & Mitra

Strategi yang dilakukan adalah membangun komunikasi terbuka dengan kelompok pengrajin purun mengenai tujuan kegiatan yang didasari oleh penilaian awal tim mahasiswa KKN. Pendekatan dilakukan dengan persuasi untuk menjalin kolaborasi yang menghasilkan produk maupun program yang saling menguntungkan. Pelaksanaan pengabdian selalu melibatkan pengrajin dan unsur-unsur yang memiliki peran di dalam kelompok, sehingga program pengabdian ini menjadi tanggung jawab bersama. Proses kegiatan juga mencakup review bersama kelompok pengrajin terhadap desain dan katalog produk sementara yang telah disusun, kemudian dilakukan revisi sesuai masukan hingga katalog final disetujui, serta dilanjutkan dengan penyusunan laporan kegiatan. Alat dan bahan yang digunakan dalam penyusunan katalog berupa kamera iPhone 13 dan *software Canva*, dengan alat pendukung berupa kain putih sebagai latar pemotretan serta keterlibatan model sebagai peraga produk. Bahan pendukung berupa hasil kerajinan purun siap dipasarkan maupun produk yang masih dalam proses pembuatan. Pengukuran ketercapaian dan keberhasilan dalam pendampingan ini ditandai dengan tersedianya aset digital berupa foto produk kerajinan purun, katalog produk, serta Kode QR yang dapat dipindai untuk mengakses katalog. Selain itu, diharapkan terjadi peningkatan *awareness*, peningkatan penjualan, serta perhatian dari pihak terkait sehingga kelompok pengrajin dapat memperluas jaringan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kampung Purun yang secara administratif terletak di RT 05 dan RT 06 di Kelurahan Palam, Kecamatan Cempaka, Kota Banjarbaru. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada bulan Juli hingga Agustus 2025, dimulai dari tahap survei awal dan pemilihan kelompok pengrajin purun yang potensial, hingga diakhiri penyerahan katalog purun. Tahapan kegiatan diawali dengan survei dan observasi lapangan di lokasi kampung purun kepada sejumlah kelompok pengrajin purun yang berpotensi. Survei ini bertujuan agar tim mahasiswa KKN memahami secara mendalam mengenai kondisi usaha pengrajin purun. Kemudian dilakukan penilaian untuk menetapkan kelompok purun yang menjadi sasaran pengabdian. Pada tahap ini, tim mahasiswa KKN juga mengidentifikasi permasalahan serta tantangan yang dihadapi oleh kelompok purun. Setelah kelompok sasaran ditentukan, tim mahasiswa KKN mengadakan diskusi bersama para kelompok pengrajin purun untuk menggali lebih rinci permasalahan yang dihadapi seperti yang terlihat pada Gambar 1. Hasil diskusi kemudian disepakati bersama sebagai dasar perumusan solusi yang akan dilakukan.



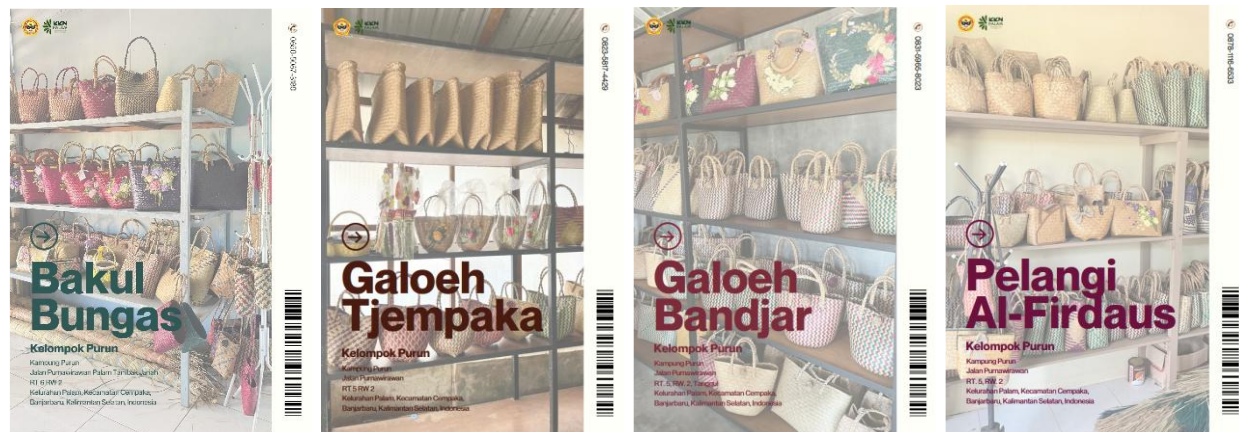
Gambar 1. Diskusi Bersama Kelompok Purun.

Setelah permasalahan dan tantangan yang dihadapi kelompok purun teridentifikasi dengan jelas, tim mahasiswa KKN melakukan diskusi lanjutan untuk merencanakan solusi yang relevan. Hasil diskusi tersebut menghasilkan kesepakatan bahwa pembuatan katalog produk dalam bentuk digital merupakan salah satu solusi yang tepat untuk mendukung pemasaran kerajinan purun. Selanjutnya, tim mahasiswa KKN mengimplementasikan solusi tersebut dengan menyusun rancangan program kerja dan mengatur tahapan pelaksanaan secara sistematis. Pada tahap pendampingan, tim mahasiswa KKN mendatangi galeri-galeri purun yang menjadi mitra kegiatan. Setiap galeri yang didatangi telah memiliki stok produk kerajinan purun yang tersusun di rak, mencakup berbagai jenis produk seperti tas, bakul, topi, hingga tikar purun. Seperti yang terlihat pada Gambar 2, tim mahasiswa KKN kemudian melakukan pendataan dan pengumpulan sampel produk dari setiap jenis untuk didokumentasikan melalui proses pemotretan sebagai bahan penyusunan katalog produk.



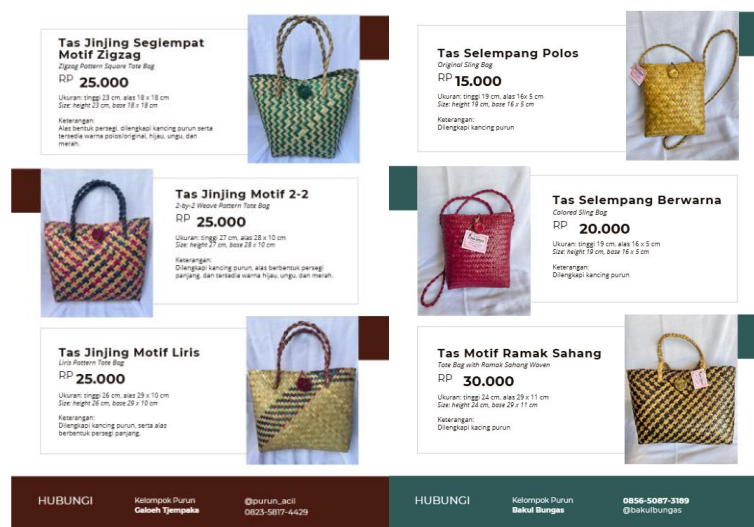
Gambar 2. Proses Pemilihan dan Pemotretan Produk Purun.

Secara bersamaan, sebagian anggota tim mahasiswa KKN melakukan pengukuran dimensi setiap produk purun serta pencatatan harga dan deskripsi produk melalui wawancara langsung kepada pengrajin. Setelah seluruh dokumentasi dan data produk purun terkumpul, tim mahasiswa KKN melanjutkan ke tahap perancangan katalog produk purun dengan melakukan diskusi internal untuk menyusun konsep dan desain katalog. Proses perancangan katalog dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu penentuan isi dan perancangan tata letak (*layout*). Pada tahap penentuan isi, seluruh informasi disusun secara sistematis agar dapat mengakomodasi kebutuhan promosi dan mempermudah calon konsumen dalam memperoleh informasi. Sementara itu, pada tahap perancangan tata letak, tim mahasiswa KKN memanfaatkan *software Canva* untuk menghasilkan desain katalog yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik produk purun.



Gambar 3. Sampul Katalog.

Halaman sampul depan katalog, sebagaimana yang ditampilkan pada Gambar 3, dirancang untuk menonjolkan identitas utama kelompok mitra, yaitu nama kelompok purun beserta alamatnya. Pemilihan foto latar disesuaikan dengan etalase produk masing-masing kelompok, sehingga mampu mencerminkan keberagaman sekaligus memperlihatkan karakteristik khas setiap galeri. Hal ini memberikan kesan personal dan menegaskan identitas produk yang dihasilkan oleh pengrajin purun. Pada halaman-halaman berikutnya, katalog difokuskan untuk menampilkan ragam produk kerajinan purun seperti tas, tikar, topi, dompet, dan lainnya. Setiap produk disajikan secara sistematis dengan mencantumkan nama, ukuran, serta deskripsi produk. Sebagai upaya strategis untuk memperluas jangkauan pasar, deskripsi produk ditulis dalam dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, sehingga tidak hanya dapat dipahami oleh dalam negeri, namun juga mancanegara.



Gambar 4. Isi Katalog.

Setelah penyusunan isi katalog selesai, tahap berikutnya adalah perancangan *layout* dengan tujuan menciptakan tampilan yang menarik sekaligus informatif. Desain katalog dirancang menggunakan perpaduan warna putih dan warna pendukung lainnya untuk memberikan kesan yang khas. Katalog dibuat dalam ukuran 21.0 x 29.7 cm (A4) agar seluruh informasi produk dapat disajikan secara lengkap dan jelas. Jumlah halaman katalog disesuaikan berdasarkan jumlah produk yang tersedia, dengan ketentuan setiap halaman memuat tiga produk. Selain informasi dalam bentuk teks, katalog juga dilengkapi dengan foto produk purun, hasil dokumentasi sebelumnya. Melalui foto-foto tersebut, harapannya mampu menarik perhatian konsumen dan mendorong minat pembelian. Setelah perancangan katalog selesai, hasilnya akan dibahas kembali bersama kelompok purun untuk memastikan bahwa isi katalog telah sesuai dengan kebutuhan. Kemudian, katalog disimpan dalam format PDF untuk memudahkan proses distribusi secara digital. File PDF ini diserahkan kepada kelompok pengrajin purun melalui Aplikasi *Whatsapp* agar dapat dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi produk kepada calon pembeli. Selain itu, katalog digital ini juga berfungsi sebagai bahan promosi, khususnya melalui media sosial.



Gambar 5. Kode QR Katalog.

Mahasiswa KKN kemudian mengusulkan pembuatan kode QR untuk mempermudah akses katalog oleh pembeli. Kode QR ini dibuat dengan cara menyimpan katalog di *Google Drive*, lalu mempersingkat tautan menggunakan *website Bitly* menjadi kode QR. Hasil dari kode QR ini dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 6. Penyerahan Kode QR.

Selanjutnya, kode QR dicetak terlebih dahulu, lalu diserahkan dan ditempatkan di lokasi strategis, yang memungkinkan pengunjung untuk memindai dan langsung mengakses katalog produk secara praktis melalui perangkat digital. Langkah ini diharapkan dapat mempermudah proses promosi sekaligus meningkatkan interaksi dengan calon pembeli, namun katalog ini tidak dapat diperbaharui karena sudah dalam format PDF. Sebagai hasil dari pengabdian ini, dihasilkan katalog digital beserta foto produk yang dapat digunakan untuk mendukung operasional bisnis, memperlancar komunikasi pemasaran, serta memudahkan calon pelanggan dalam memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pemanfaatan media promosi berbasis daring, seperti katalog digital, dinilai lebih efektif karena mampu meningkatkan jangkauan pasar serta memperkuat loyalitas konsumen (Wierenga *et al.*, 2017).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui 'Purun On Click' telah berhasil mendigitalisasi produk dari 4 kelompok pengrajin mitra (Galoeh Bandjar, Galoeh Tjempaka, Purun Al Firdaus, dan Bakul Bungas). Luaran utama berupa katalog digital *bilingual* (Indonesia-Inggris) dalam format PDF telah disusun, memuat foto dan deskripsi rinci produk unggulan, serta terintegrasi dengan sistem kode QR yang kini terpasang di galeri mitra. Implementasi solusi praktis ini secara efektif menjawab permasalahan inefisiensi komunikasi pemasaran yang sebelumnya dihadapi para pengrajin, sekaligus menjadi fondasi awal bagi mereka untuk beradaptasi dengan persaingan di pasar modern. Adapun pengembangan selanjutnya selain pembuatan katalog digital dan kode QR, dapat berfokus pada pendampingan yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran digital, seperti pelatihan manajemen media sosial untuk penyebaran katalog secara masif, serta pengenalan dan pembuatan akun pada platform e-commerce guna menjangkau pasar yang lebih luas dan memfasilitasi transaksi secara langsung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Lambung Mangkurat atas dukungan yang telah diberikan sehingga seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini dapat berjalan lancar. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada para pemilik dan pengrajin UMKM Purun di Kelurahan Palam yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini serta memberikan kepercayaan penuh kepada tim mahasiswa KKN untuk melaksanakan program "Purun on Click". Semoga hasil dari program ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dan mendorong pengembangan UMKM berbasis budaya lokal.

REFERENSI

- Buji, G. E., Alexandro, R., Hariatama, F., & Uda, T. (2025). Peran UMKM Industri Kerajinan dalam Mendorong Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Kota Palangka Raya: Studi Kasus Industri Aksesoris Khas Dayak. *Edunomics Journal*, 6(1), 38–45. <https://doi.org/10.37304/ej.v6i1.18854>
- Fahriannoor, A. R., Mariani, M., & Hamdani, H. (2020). Pola Pengembangan Usaha Pengrajin Olahan Purun Melalui Diversifikasi Produk di Kampung Purun Kelurahan Palam Kecamatan Cempaka Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 3(4), 8–17. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v3i4.1935>
- Farsya Zuhra. (2024). Membangun UMKM dengan Identitas Budaya Batik Melalui Kerajinan Tas Kulit di Lingkungan XXIX Kelurahan Rengas Pulau Kecamatan Medan Marelan Kabupaten Kota Medan. *Indonesia Bergerak: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat*, 2(4). <https://doi.org/10.61132/inber.v2i4.582>
- Hendriyanto, R., Suchendra, D. R., Siregar, S., Gunawan, T., Dillak, R. G., & Ema, E. (2024). Pengembangan Website Katalog Untuk Produk Umkm Desa Binaan Komunitas Kampung Digital Sentrakreasi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4). <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.31274>

- Nurfauziah, S., Puspitasari, A. F., Hidayatinnisa, N., Dhakirah, S., & Mustain, K. (2023). Pelatihan Penggunaan dan Pengembangan E-Katalog Pada UMKM Anggota Asosiasi Rumah Pengusaha Malang Raya (RPMR). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *10*(1), 78–83. <https://doi.org/10.33795/abdimas.v10i1.3575>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research dalam Pemberdayaan Masyarakat. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, *6*(1), 62–71. <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>
- Rusdiyanti, D., Hayati, L., Husna, N., Annur, S., & Sya'ban, M. F. (2024). Eksistensi Anyaman Purun Sebagai Penopang Perekonomian Masyarakat di Kampung Purun Banjarbaru. *Hamzanwadi Journal of Science Education*, *1*(1), 25–35. <https://doi.org/10.35931/ak.v1i1.700>
- Tasya Novita Devi, N. K., I Putu Agus Eka Yatna Cipta, I Komang Budi Mas Aryawan, I Ni Komang Nandita Putri Wiardani, & Celvina. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Sarana Upakara Melalui Digitalisasi Katalog Produk dan Strategi Pemasaran Berbasis Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, *5*(1), 80–91. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v5i1.6610>
- Wierenga, B., & Van der Lans, R. (2017). Marketing Decision Models: Progress and Perspectives. In *Handbook of Marketing Decision Models*. Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-56941-3_1
- Yuwono, T., Triwibowo, R. N., Tajudin, T., & Sefiani, H. N. (2024). Digital Marketing UMKM. Unaic Press Cilacap.
- Zahra, S. A. A., Remalya, A. B., & Rahmatin, L. S. (2025). Pembuatan E-Katalog Sebagai Media Promosi Digital UMKM Warga Rw 03 Kelurahan Manyar Sabrangan. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, *7*(1), 17–23. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v7i1.5836>