

Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Angkinan Berbasis E-Commerce

Strengthening Local Culture Through E-Commerce Based Empowerment of Angkinan Craftsman Group

Yunisvita

Sri Andaiyani *

Ariodillah Hidayat

Faculty of Economics, Sriwijaya University, Palembang, South Sumatera, Indonesia

email: sriandaiyani@fe.unsri.ac.id

Kata Kunci

UMKM
Sulam Angkinan
E-commerce
Khas Palembang

Keywords:

SMEs
Sulam Angkinan
E-commerce
Palembang Special

Received: December 2022

Accepted: Mei 2023

Published: November 2023

Abstrak

Pengrajin sulam Angkinan ini termasuk dalam pengrajin rumahan sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam mengembangkannya. Begitu pentingnya pengaplikasian budaya lokal ini ke dalam bisnis *E-Commerce* dapat membantu meningkatkan pendapatan para pengrajin sulam Angkinan. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pendampingan dalam mempromosikan produk, memberikan pelatihan penggunaan aplikasi *E-Commerce*. Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah pelatihan dengan memberikan penyuluhan, tutorial dan diskusi. Hasilnya menunjukkan bahwa peserta pelatihan mampu memahami pentingnya penguatan budaya lokal berbasis e-commerce serta mampu mengaplikasikan situs berjualan online melalui Instagram dan Shopee. Hal ini tentunya sangat relevan dengan kondisi saat ini dimana pengetahuan mengenai preferensi dan perilaku pembelanja lokal lebih dominan belanja online menggunakan aplikasi e-commerce yang terpopuler. Dalam hal ini para pengrajin sulam Angkinan dapat menyampaikan informasi detail terkait produk yang ditawarkan dan cara berinteraksi dengan pelanggan secara online. Tanpa implementasi nilai-nilai lokal, pengrajin tidak akan memiliki strategi go-to-market yang efektif, dan peluang para pengrajin sulam.

Abstract

The Angkinan Craftsmen are included in homemade crafts, so the right strategy is needed to develop them. Applying this local culture is essential to the e-commerce business that can help increase Angkinan Craftsmen's income. This activity aims to assist in promoting products and provide training on the use of e-commerce applications. The method of implementing this service is training by providing counseling, tutorials, and discussions. The results show that the training participants can understand the importance of strengthening e-commerce-based local culture and apply online selling sites through Instagram and Shopee. It is very relevant to the current conditions where knowledge of the preferences and behavior of local shoppers is more dominant in online shopping using the most popular e-commerce applications. In this case, Angkinan embroidery artisans can provide detailed information regarding the products offered and how to interact with customers online. Without implementing local values, artisans will not have an effective go-to-market strategy and opportunities for embroidery artisans..



© 2023 Yunisvita, Sri Andaiyani, Ariodillah Hidayat. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. 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.v8i6.4468>

PENDAHULUAN

Berbicara tentang kebudayaan di Indonesia memang tidak ada habisnya. Kebudayaan selalu berhubungan erat dengan kerajinan, salah satunya yaitu kerajinan yang berada di Palembang. Kerajinan tangan berikut ini ikut berkontribusi menambah khasanah keberagamannya yang ada di Indonesia, kerajinan tersebut adalah Sulam Angkinan. Sulam Angkinan merupakan budaya lokal yang ada di Kota Palembang. Sulam merupakan kerajinan khas kota Palembang yang ada sejak Kerajaan Sriwijaya. Pada Zaman dahulu, teknik sulam ini muncul dikarenakan perempuan zaman kerajaan dipingit kala terjadi peperangan antar kerajaan. Kain beludru, benang emas, benang sulam, dan aneka jenis benang lain menjadi bahan utama pembuatan aksesoris rumah tangga kerajinan sulam Angkinan. Jika dilihat dari tingkat kerumitan

How to cite: Yunisvita., Andaiyani, S., Hidayat, A., (2023). Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Angkinan Berbasis E-Commerce. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(6), 816-825. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.4468>

dan ketekunan pembuatannya, sedikit yang mengetahui mengenai teknik sulam Angkinan, hal tersebut membuktikan bahwa Angkinan kurang populer di kalangan masyarakat apabila dibandingkan kain songket yang lebih dikenal luas. Budaya lokal seperti ini tentunya wajib kita lestarikan. Di Palembang sendiri terdapat perkampungan Angkinan yang berlokasi di kawasan Jalan Mayor Zen Lorong Peternakan. Dalam masa pandemi COVID-19 ini ternyata banyak masalah yang tengah dihadapi oleh para pengrajin kain sulam khas Palembang ini. Salah satunya adalah belum populernya kain sulam Angkinan ini dan belum meluasnya pemasaran Angkinan ini. Selain itu, semakin berkurangnya jumlah pengrajin yang menekuni usaha ini dan terbatasnya regenerasi. Beberapa produk kain sulam Angkinan yang saat ini dipasarkan antara lain: sarung bantal, taplak meja, wadah tisu, atau selendang.



Gambar 1. Contoh Kain Sulam Angkinan

Rencana pendampingan penguatan budaya lokal ini didasari pada kondisi pandemi Covid-19 ini melemahkan sektor perdagangan sehingga menurunkan perekonomian global. Menurut (Bashith *et al.*, (2021) budaya lokal perlu dikembangkan dengan baik sehingga dapat dijadikan sebagai identitas suatu daerah. Oleh sebab itu, penguatan UMKM khususnya pengrajin sulam Angkinan ini mutlak dilakukan. Pengrajin sulam Angkinan ini termasuk dalam pengrajin rumahan sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam mengembangkannya. Kehadiran *fintech* yang fokus ke *E-Commerce* sudah tepat, apalagi fokus ke daerah, dengan begitu *E-Commerce* tersebut dapat lebih mengembangkan berbagai potensi lokal (Andaiyani *et al.*, 2020).

Seiring dengan meningkatnya kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja online ini tentu menjadi peluang bagi para pengrajin sulam Angkinan untuk memperkenalkan berbagai produk mereka kepada khalayak ramai. Adaptasi kebiasaan baru dengan berbagai perubahan perilaku masyarakat menuntut pelaku bisnis terus memahami tren dan perilaku konsumen, baik itu sebelum maupun saat pandemi (Udayana, 2020). Pelaku usaha tidak dapat hanya memanfaatkan pemasaran konvensional saja tetapi harus mulai memanfaatkan pemasaran melalui media online sehingga produk yang dihasilkan dapat eksis di pasar global dan dapat menjangkau konsumen lebih luas (Ridzal *et al.*, 2022).

Selama ini pengrajin mendapat bantuan pinjaman dana/modal dari BPJS Kesehatan dan Taspen dan yang saat ini masing berlangsung adalah pinjaman taspen. Tetapi masalah yang muncul adalah sedikit jumlah orang yang mempunyai kemampuan dan menekuni kerajinan ini. selain permasalahan modal terdapat dua permasalahan yang menjadi

penghambat yakni minimnya sumber daya manusia dan kurangnya pemahaman teknologi digital (Novika *et al.*, 2022). Selain itu kerajinan sulam Angkinan ini sudah memiliki hak paten dari Kemenkumham.



Gambar 2. Suasana Pembuatan Sulam Angkinan

Solusi menghadapi belum optimalnya pemasaran produk sulam Angkinan serta rendahnya omzet pengrajin adalah fokus pada penguatan permintaan produk melalui media online berbasis e-commerce (Rozaki *et al.*, 2022). Pemasaran melalui digitalisasi akan memberikan efektifitas dalam menjangkau konsumen lebih luas. Begitu pentingnya pengaplikasian budaya lokal ini ke dalam bisnis *E-Commerce* dapat membantu meningkatkan pendapatan para pengrajin sulam Angkinan (Suwarsi *et al.*, 2021). Hal ini tentunya sangat relevan dengan kondisi saat ini dimana pengetahuan mengenai preferensi dan perilaku pembelanja lokal lebih dominan belanja online menggunakan aplikasi *E-Commerce* yang terpopuler (Adnan *et al.*, 2021). Dalam hal ini para pengrajin sulam Angkinan dapat menyampaikan informasi detail terkait produk yang ditawarkan dan cara berinteraksi dengan pelanggan secara online Fidiana *et al.*, (2020). Tanpa implementasi nilai-nilai lokal, pengrajin tidak akan memiliki strategi go-to-market yang efektif, dan peluang para pengrajin sulam Angkinan untuk tumbuh dan dikenal masyarakat luas akan terhambat.

Kerajinan Sulam Angkinan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi kain sulam Angkinan yang mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan terutama pada bagian promosi dan pemasaran produk panganan yang dihasilkannya. Hal tersebut karena selama ini proses pemasaran yang dilakukan selama ini hanya terbatas di wilayah Kota Palembang serta hanya melalui promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu untuk mendukung proses promosi dan pemasaran produk perlu dikembangkan media dengan penerapan teknologi informasi (*E-Commerce*) untuk membantu dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk (Maharani *et al.*, 2021).

Peranan sistem informasi dalam suatu organisasi tidak diragukan lagi. Dukungannya dapat membuat sebuah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif, yang berarti bahwa suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan mempergunakan sistem informasi (Barovich & Nurussama, 2018). Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi akan memberikan pelatihan pemasaran yang lebih baik dan bantuan pembuatan website produk. Sehingga para pengrajin menunggu pemesanan oleh pelanggan, namun juga secara proaktif melakukan pemasaran melalui website (Yulida *et al.*, 2021). Dalam mengatasi belum optimalnya penggunaan media online dalam pemasaran produk, tim pengabdian berinisiatif untuk memberikan pelatihan penggunaan aplikasi *E-Commerce* seperti Shopee, Instagram dan Website.

Pelatihan ini memberikan kemampuan dalam mengorganisir pesanan konsumen serta dapat memudahkan pengguna untuk menampilkan status setiap barang dalam transaksi online dengan mengaplikasikan dalam kegiatan pelatihan (Indriani *et al.*, 2020). Tim pengabdian juga mencoba membuat dan mengembangkan website E-Commerce untuk proses promosi serta pemasaran produk sulam Angkinan dari awal pengenalan website *E-Commerce* sampai dengan implementasinya. Pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan website yang dapat digunakan oleh para pengrajin sebagai salah satu media promosi (Hazilina & Suryadi, 2022). Tujuan pengabdian ini untuk optimalisasi pemasaran produk sulam Angkinan sebagai budaya lokal melalui media online berbasis *E-Commerce* agar meningkatkan pendapatan para pengrajin sulam Angkinan.

METODE

Khalayak sasaran yang dipilih adalah para pengrajin sulam Angkinan sebanyak lima puluh orang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Tahap Pertama

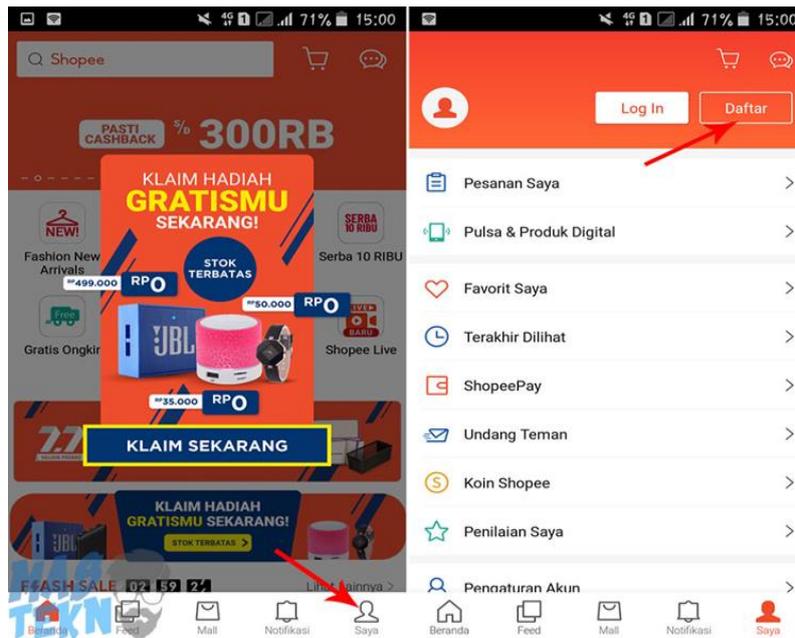
Peserta diberikan ilmu dan pengetahuan mengenai pentingnya pemasaran produk dengan media online berbasis e-commerce, aplikasi E-Commerce yang bisa digunakan, cara membuat akun *e-commerce*, dan menunjukkan tampilan website yang telah dibuat oleh tim pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya



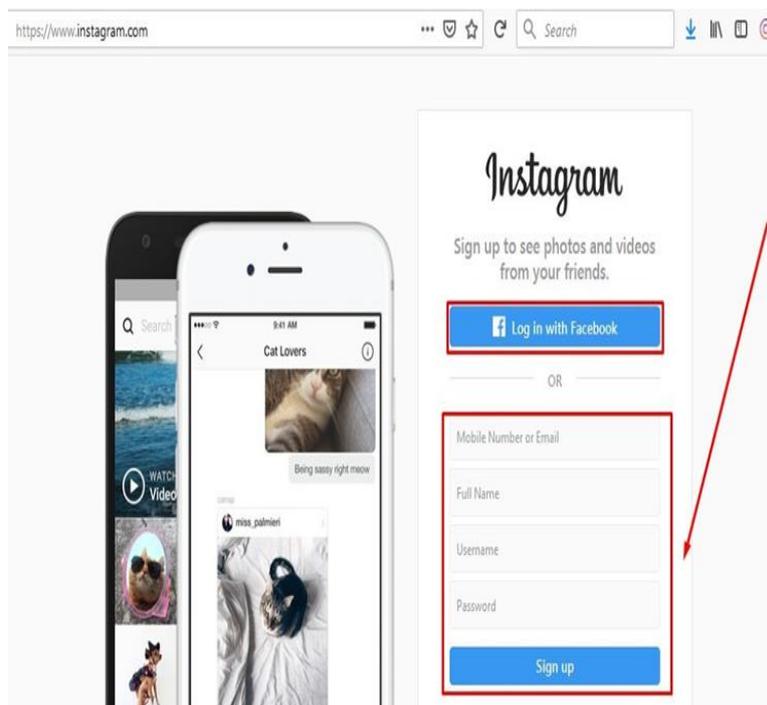
Gambar 3. Penyampaian Materi oleh 2 Narasumber

Tahap Kedua

Peserta diberikan pelatihan cara membuat media sosial sebagai alternatif cara pemasaran produk berbasis E-Commerce seperti akun instagram dan akun shopee. Peserta diajak menggunakan media sosial instagram dan shopee. Peserta diminta untuk mengunduh salah satu media online sebagai alternative pemasaran produk. Contoh :



Gambar 4. Contoh Media E-commerce



Gambar 5. Contoh Media E-commerce

Tahap Ketiga

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan proses penggunaan aplikasi berbasis *E-Commerce* dan website yang mungkin akan dihadapi. Kegiatan pengabdian “Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Sulam Angkingan Khas Kota Palembang Berbasis *E-Commerce*” ini dilaksanakan dalam jangka waktu 1 hari pada tanggal 21 Oktober 2020 di Jalan Mayor Zen Lorong Perternakan Kelurahan Selincah Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang. Evaluasi dilakukan saat berakhirnya rangkaian kegiatan edukasi, pelatihan dan diskusi. Metode yang digunakan dalam melakukan evaluasi adalah memberikan umpan balik (*feed back*) kepada narasumber terkait pemahaman dan persepsi terhadap mengenai aplikasi penjualan online berbasis *E-Commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini diikuti oleh kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya sebanyak 50 orang. Bapak Abdul Karim merupakan ketua kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya. Kerajinan ini telah ditekunin selama kurang lebih 30 tahun. Usaha ini merupakan usaha turun menurun keluarga. Angkinan Jaya ini merupakan merek yang sudah dipatenkan di Kementerian Hukum dan HAM. Angkinan Jaya menerima pembuatan baju busana pria & wanita, baju pengantin, tirai, taplak meja, bantal kursi, sauerenir yang berasal dari sulaman khas Palembang. Menurut ketua kelompok pengrajin Angkinan Jaya, kegiatan menyulam ini merupakan kegiatan produktif warga Kelurahan Sungai Selincah yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Sejak ada kelompok pengrajin ini, warga setempat mendapatkan penghasilan tambahan yang dapat membantu kehidupan masyarakat.

Tahap pertama pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya memberikan sosialisasi terkait pentingnya penguatan budaya lokal. Selain itu, Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi memperkenalkan *E-Commerce* sebagai alternatif pemasaran yang dapat dilakukan oleh kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya. Selama ini, kerajinan sulam Angkinan Jaya belum dikenal banyak orang, sekalipun warga Palembang. Budaya lokal ini tentunya harus dilestarikan dan dipertahankan di era globalisasi saat ini.



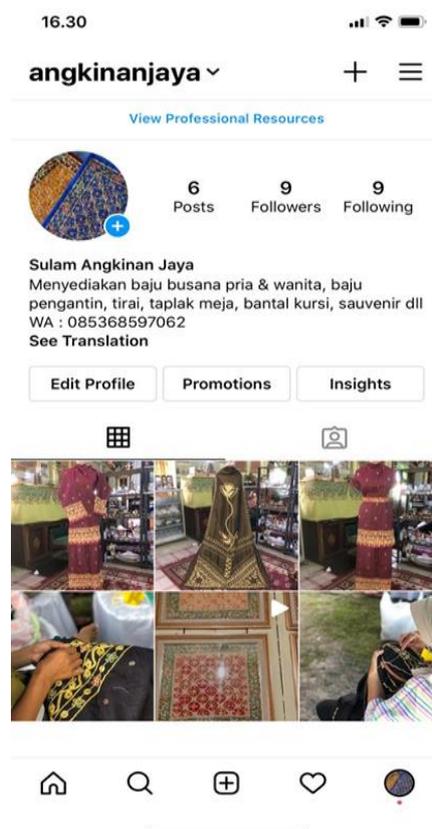
Gambar 6. Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian



Gambar 7. Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian

Setelah memberikan sosialisasi Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Sulam Angkinan Khas Kota Palembang Berbasis *E-Commerce*, Tim pengabdian menemukan bahwa pemasaran kerajinan sulam Angkinan hanya dari mulut ke mulut. Selama ini ketua kelompok hanya menerima pesanan dari rekanan-rekanan desainer atau pihak *wedding organizer*. Pihak pengrajin yang masih menerima upahan bukan menjual produk dengan brand “Angkinan Jaya” yang telah dipatenkan tadi. Pihak pengrajin Angkinan belum mengetahui cara menjual produk melalui online atau berbasis *E-Commerce* sehingga mereka sangat antusias dalam mengikuti pelatihan dan aktif berdiskusi mengenai cara menggunakan aplikasi penjualan berbasis digital. Dari kegiatan pengabdian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengrajin sulam Angkinan Jaya belum paham cara menggunakan aplikasi penjualan berbasis *E-Commerce*. Ketua Kelompok pun belum berani untuk menjual produk sulam Angkinan dengan berbasis *e-commerce*.

Salah satu solusi awal yang diberikan sebagai tahap kedua pengabdian adalah memilih tenaga administrasi yang dapat membantu Ketua Kelompok Pengrajin dalam membuat akun *E-Commerce*. Tenaga administrasi yang dipilih untuk membantu jalannya penjualan digital adalah Ibu Ani, Selanjutnya Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi memandu tenaga administrasi untuk membuat akun instagram sebagai media promosi dan pejualan produk sulam Angkinan. Akun instagram kelompok pengrajin sulam ini diberi nama @Angkinanjaya seperti pada Gambar 8. Dengan adanya instagram @Angkinanjaya ini dapat memperkenalkan budaya lokal khas Palembang yang selama ini masih banyak masyarakat yang hanya mengetahui rupanya tapi tidak tahu namanya. Instagram @Angkinanjaya ini akan dijadikan salah satu media komunikasi dan promosi produk yang dihasilkan oleh kelompok pengrajin sulam Angkinan.



Gambar 8. Akun Instagram Sulam “Angkinan Jaya”

Media penjualan berbasis *E-Commerce* yang akan digunakan selanjutnya adalah Shopee. Tim telah membantu tenaga administrasi kelompok pengrajin Angkinan Jaya untuk membuat akun shopee. Akun ini akan digunakan sebagai media penjualan yang lebih fleksibel dan lebih mudah untuk diakses. Shopee diluncurkan pada 2015, Shopee adalah aplikasi belanja C2C yang paling populer di Asia Tenggara (Moore, 2018). Tim pengabdian merekomendasikan akun shopee sebagai media penjualan karena aplikasi ini memungkinkan bagi UMKM mengelola toko online atau mengunggah konten

yang ada dari yang lain platform seperti Instagram atau Facebook. Antusiasme peserta pelatihan dalam mengikuti pelatihan ini menunjukkan keingintahuan peserta mengenai aplikasi penjualan online berbasis *E-Commerce*. Dari hasil edukasi ini, tercapai pemahaman sebesar 72.6 % melebihi standar capaian sebesar 70 %.

Tabel I. Evaluasi Kegiatan

No	Butir Pertanyaan	Kode	Persentase
1	Pemahaman mengenai pentingnya budaya lokal	Q1	70%
2	Pemahaman mengenai manfaat <i>e-commerce</i>	Q2	75%
3	Pemahaman mengenai jenis <i>e-commerce</i>	Q3	68%
4	Pemahaman mengenai tentang penggunaan <i>e-commerce</i>	Q4	72%
5	Pemahaman dalam mengunduh aplikasi instagram dan shopee	Q5	76%
6	Pemahaman cara penggunaan instagram dan shopee	Q6	70%
Rata-rata			71,8%

Sumber: Data Diolah, 2020

Tahap terakhir didapatkan hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian, peserta sudah 71.8 persen memahami pentingnya penguatan budaya lokal berbasis *E-Commerce* serta mampu mengaplikasikan situs berjualan online melalui instagram dan shopee. Selain itu, kegiatan pengabdian ini telah memberikan kontribusi nyata pada kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya, sebelumnya kelompok ini hanya memasarkan produknya dari mulut ke mulut tanpa adanya digitalisasi pemasaran. Setelah pengabdian ini dilakukan kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya ini telah memiliki akun *E-Commerce* yang dapat digunakan dalam memperkenalkan, mempromosikan dan menjual produk sulam Angkinan Jaya. Hal tersebut tentunya sangat mendukung tercapainya keberhasilan kegiatan pengabdian ini. Akhirnya, penjualan berbasis *E-Commerce* ini dapat digunakan dalam membangun usaha budaya lokal yang berkelanjutan.



Gambar 9. Foto bersama Peserta Pelatihan, Narasumber, Mahasiswa dan Ketua Kelompok Pengrajin Sulam Angkinan Jaya

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan tim pelaksana dari Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya memberikan manfaat kepada masyarakat Sei, Selincah, Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan dalam memperkenalkan, mempromosikan dan menjual produk melalui aplikasi berbasis *E-Commerce* yaitu Instagram dan Shopee. Pihak pengrajin sulam Angkinan Jaya telah memiliki akun instagram dan akun shopee yang dapat digunakan dalam membangun usaha yang berkelanjutan di era pandemi Covid-19. Peserta telah mampu memahami pentingnya penguatan budaya lokal berbasis *E-Commerce* serta mampu mengaplikasikan situs berjualan online melalui Instagram dan Shopee. Selain itu, kegiatan pengabdian ini telah memberikan kontribusi nyata pada kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya, sebelumnya kelompok ini hanya memasarkan produknya dari mulut ke mulut tanpa adanya digitalisasi pemasaran. Setelah pengabdian ini dilakukan kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya ini telah memiliki akun *E-Commerce* yang dapat digunakan dalam memperkenalkan, mempromosikan dan menjual produk sulam Angkinan Jaya. Kegiatan selanjutnya dapat berkesinambungan. Kegiatan ini memerlukan partisipasi dari kedua belah pihak. Pihak Fakultas Ekonomi harus lebih aktif dalam memantau tenaga administrasi dalam menggunakan aplikasi Instagram dan Shopee sebagai media promosi dan berjualan. Demikian juga, Pihak Kelompok Pengrajin sulam Angkinan Jaya harus berperan aktif untuk terselenggaranya pengabdian kepada masyarakat dalam menyediakan sarana tempat pelatihan. Harapannya, tahun 2021 akan ada pendampingan yang lebih intens dalam meningkatkan penjualan sulam Angkinan. Hasil evaluasi menunjukkan peserta memahami pentingnya penguatan budaya lokal berbasis *E-Commerce* dan mampu mengaplikasikan situs berjualan online melalui instagram dan shopee. Akhirnya kelompok pengrajin sulam Angkinan Jaya sebagai usaha budaya lokal yang berkelanjutan memiliki akun *E-Commerce* untuk memperkenalkan, mempromosikan dan menjual produknya sesuai dengan tujuan pengabdian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan dana Hibah PNPB sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana.

REFERENSI

- Adnan, N., Andaiyani, S., Marissa, F., Widyanata, F., & Ishak, Z. (2021). Bisnis Online: Upaya Peningkatan Pendapatan Perempuan Penerima PKH Di Tengah Pandemi COVID-19. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5), 1247-1254. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i5.7544>
- Andaiyani, S., Yunisvita, Y., & Tarmizi, N. (2020). Peran Financial Technology sebagai Alternatif Permodalan bagi UMKM di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(2), 85-92. <https://doi.org/10.29259/jscs.v1i2.16>
- Barovich, G., & Nurussama. (2018). Penerapan E-Commerce dan Inovasi Kemasan untuk Produsen Pita Kota Palembang. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Litbangyasa Industri*, 1(1), 118-128.
- Bashith, A., Nashith, A., & Amin, S. (2021). Tembang Macapat: Penggerak Kelurahan Tunggulwulung Menuju Kampung Wisata Budaya Kota Malang. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 484 - 501.

- Bede Moore, K. A. and S. S. (2018). E-Commerce in Indonesia, A guide for Australian Business. In Commonwealth of Australia.
- Fidiana, Rochdianingrum, W. A., Retnani, E. D., & Widyawati, D. (2020). Peningkatan Kapabilitas dan Performa UMKM melalui Monitoring dan Pendampingan. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 376–382.
- Hazilina, H., & Suryadi, E. (2022). PKM Kelompok Pengerajin Bakol Berbasis E-Commerce di Era Pandemi Covid. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 414–424. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i3.2774>
- Indriani, E. E., Utomo, A. A., Edy, I. I. C., Utomo, U. A., & Edy, I. I. C. (2020). Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal. In DEEPUBLISH.
- Maharani, B., Fendisty, A. L., Masjidin, U. L., Ardiyan, D., Rizky, N. D., & Hidayah, N. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM di Desa Srumbung Magelang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 434–440. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i4.1926>
- Novika, F., Addini, F. F., Jakarta, E., Capital, J., Region, S., & Kunci, K. (2022). Menumbuhkan Bisnis Digital dengan “ Grow with Google ” Implementasi Teknologi Era Pandemi COVID-19. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 782–791.
- Ridzal, N. A., Sujana, I. W., Malik, E., Mahmud, M. A., & Elfianti, W. O. (2022). Strategi Promosi Dan Peningkatan Omset Penjualan Pada Umkm Kain Tenun Khas Wabula Kabupaten Buton. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 248–253. <https://doi.org/10.47841/jsoshum.v3i1.80>
- Rozaki, Z., Rahmawati, N., Paksi, A. K., & Pramudya, Y. (2022). Pemberdayaan UMKM dan Kelompok Dasa Wisma Berbasis Teknologi Informasi di Desa Bangunjiwo Kabupaten Bantul. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 8–16. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i1.2244>
- Suwarsi, A. A., Satyarini, J. N. E., Hayati, S. R., Sharfina, A. G., & Anggraeni, A. (2021). Inovasi Produk Pengrajin Gerabah di Dusun Jetis, Panjangrejo, Pundong Bantul Yogyakarta. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 197–205. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i2.1726>
- Udayana, A. A. G. B. (2020). Disrupsi Teknologi Digital: Tumbuh Kembangnya Industri Kreatif Berbasis Budaya. Seminar Nasional Envisi : Industri Kreatif.
- Yulida, R., Rosnita, R., Kurnia, D., Andriani, Y., & Septya, F. (2021). Pembuatan dan Pelatihan Website Administrasi Desa Bukit Lingkar Kecamatan Batang Cenaku Kabupaten Indragiri Hulu. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 164–169. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i2.1677>