



TENUN MANUAL: SOLUSI PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA DESA SERAGE, LOMBOK TENGAH

Imbuk Risnawati^{1*}, Ika Purwanti², Windi Baskoro Prihandoyo³, Ulul Hidayah⁴,
Nining Suryani⁵

^{1,4}Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Terbuka, Indonesia, risnawati270392@gmail.com¹, ulul-hidayah@ecampus.ut.ac.id⁴

^{2,5}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia, ika230699@gmail.com², niningsuryani@ecampus.ut.ac.id⁵

³Prodi Kearsipan, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Indonesia windibaskoro@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Desa Serage merupakan desa penghasil kerajinan tenun manual yang mempunyai kualitas yang baik dan motif yang unik. Pengelolaan usaha tenun manual khususnya dalam hal pemasaran dilakukan oleh Kelompok Tenun Manual. Namun pengetahuan dan keterampilan dalam hal pemasaran usaha masih terbatas sehingga memerlukan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan penjualan dan motif yang dihasilkan lebih bervariasi. Pemberian pelatihan merupakan salah satu bentuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Tenun Manual. Kegiatan PkM dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan yang diawali dengan identifikasi permasalahan mitra, kemudian pelatihan *Digital Marketing* dan pembuatan motif serta evaluasi kegiatan PkM. Diharapkan peran Pemerintah Daerah dan instansi terkait dalam memberikan jaminan kelangsungan usaha, meningkatkan permodalan, dan memfasilitasi pemasaran berbasis *web* sehingga masyarakat umum sebagai calon konsumen dapat mengakses informasi produk secara lengkap, bahkan dapat melakukan transaksi secara online. Hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan kegiatan PkM ini menunjukkan adanya peningkatan wawasan, pengetahuan dan keterampilan mitra mengenai konsep *digital marketing*; mitra memiliki keterampilan dalam menggunakan beberapa teknologi informasi yang mendukung kegiatan produksi dan pemasaran kain tenun, mitra mampu membuat kain tenun dengan motif yang lebih variatif, dan mitra dapat memperluas jaringannya dan memperoleh mitra baru untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Kain Tenun, Tenun Manual, *Digital Marketing*.

Abstract: Serage Village is a village producing manual weaving crafts that have good quality and unique motifs. The management of the manual weaving business, especially in terms of marketing, is carried out by the Manual Weaving Group. However, knowledge and skills in terms of business marketing are still limited, so they require assistance and training so that sales increase and the resulting motives vary. Providing training is a form of Community Service (PkM) activity with the aim of increasing the knowledge and skills of the Manual Weaving Group. PkM activities are carried out through outreach and training, which begins with identifying partner problems, then *Digital Marketing* training and creating motifs, as well as evaluating PkM activities. It is hoped that the role of the Regional Government and related agencies in providing guarantees for business continuity, increasing capital, and facilitating web-based marketing so that the general public as potential consumers can access complete product information, and can even make transactions online. The results obtained after implementing this PkM activity show that there is an increase in partners' insight, knowledge, and skills regarding digital marketing concepts; partners have skills in using several information technologies to support woven cloth production and marketing activities; partners are able to make woven cloth with more varied motifs; and partners are able to expand their network and acquire new partners to increase sales.

Keywords: Woven Cloth, Dvotion, *Digital Marketing*.

**Article History:**

Received : 04-01-2024
 Revised : 12-01-2024
 Accepted : 17-01-2024
 Online : 17-01-2024



This is an open access article under the
 CC-BY-SA license

A. PENDAHULUAN

Lombok merupakan pulau dengan beragam kebudayaan yang diwariskan secara turun temurun dari generasi ke generasi. Salah satu dari banyaknya kebudayaan tersebut adalah kerajinan tangan kain tenun. Industri kreatif kerajinan tangan kain tenun memegang peran besar dalam menyumbang devisa negara. Hal tersebut didukung oleh data nilai ekspor komoditas kain tenun dan batik pada tahun 2018 mencapai USD 53,3 juta (Kementerian Perindustrian RI, 2019). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Dewi *et al* (2019) yang menyatakan bahwa kerajinan tangan kain tenun merupakan penyumbang devisa negara terbesar di sektor non-migas.

Tenun berasal dari dua suku kata, yaitu “Te” yang berarti Tuhul atau timbul dan “Nun” yang berarti Numadi atau menjelma kembali. Arti dari kata tenun adalah hasil kerajinan berupa kain (bahan) yang dibuat dari benang (kapas, sutera) dengan cara memasukkan pakan secara melintang pada lusian. Dewi (2023) mendefinisikan tenun sebagai proses pembuatan kain yang dilakukan secara berulang-ulang untuk memunculkan sebuah motif untuk mendapatkan hasil yang sempurna (p. 20).

Kain Tenun adalah kain khas Indonesia yang merupakan warisan turun temurun dari nenek moyang yang harus dijaga kelestariannya. Tenun merupakan salah satu kebudayaan yang masih sangat populer hingga sekarang. Kain tenun hingga saat ini masih digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai pakaian, pernak pernik, hiasan rumah, cinderamata atau hal lainnya. Pembuatannya masih menggunakan seperangkat alat tenun yang masih manual. Khususnya di Desa Serage, Lombok Tengah, kerajinan tenun sangat banyak di gemari, bukan hanya sebagai hasil kerajinan tangan akan tetapi juga digunakan dalam beberapa acara adat, agama, dan juga oleh-oleh yang sangat banyak diminati.

Kain tenun memiliki banyak jenis dan motif yang beragam, salah satunya adalah kain tenun kembang komak yang sedang hits saat ini. Para pengrajin kain tenun Kembang Komak Desa Serage berada dibawah koordinasi Kelompok Tenun Manual. Upaya untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia (SDM) kelompok ini melakukan rekrutmen anggota yang berdomisili di Dusun Belenje tanpa melihat latar belakang keterampilan yang mereka punya asalkan ada keinginan untuk belajar.

Proses rekrutmen anggota tanpa melalui seleksi memiliki dampak pada terbatasnya anggota yang memiliki kualitas dan pengetahuan yang memadai. Terbatasnya kualitas sumber daya manusia tidak hanya terjadi pada Kelompok Tenun Manual ini merupakan kondisi yang banyak terdapat pada UMKM. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Nur (2017)

yang menunjukkan bahwa hasil pemberdayaan yang dilakukan Dinas Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus masih belum maksimal dikarenakan masih terdapatnya faktor pendukung seperti tenaga kerja yang cukup banyak serta faktor yang menghambat antara lain rendahnya kualitas sumber daya manusia, terbatasnya akses pemasaran, dan terbatasnya permodalan. Selain itu dari segi manajemen kelompok ini masih belum memiliki sistem perencanaan kerja dan upaya pengembangan kualitas sumber daya manusia untuk mengembangkan usahanya. Hingga saat ini perencanaan kerja yang ada hanya sebatas pada perencanaan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keahlian yang dimiliki anggota kelompok. Sedangkan dari segi pemasaran masih dilakukan secara konvensional.

Pandemi Covid-19 memiliki dampak yang signifikan terhadap produksi dan penjualan produk UMKM. Purwaningdyah *et al* (2020) menyebutkan penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSPB) pada masa pandemi Covid-19 memiliki dampak mematikan berbagai aktivitas bisnis pelaku UMKM karena dibatasinya mobilitas pelaku bisnis dan warga sebagai konsumen. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Islami, Supanto, & Soeroyo (2021) yang menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan permasalahan bagi pelaku UMKM berupa penurunan penjualan, masalah permodalan, distribusi yang terhambat, kesulitan bahan baku dan masalah produksi.

Dampak ini juga dirasakan oleh para pengrajin kain tenun di Lombok berupa penurunan jumlah penjualan kain tenun yang berdampak pada penurunan tingkat produksi pembuatan kain tenun dikarenakan turunnya permintaan. Penurunan penjualan kain tenun ini disebabkan karena turunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lombok sehingga berdampak pada turunnya jumlah pembeli kain tenun. Hal ini yang mendasari pentingnya penerapan pemasaran produk secara *online* sehingga pembeli tetap dapat melihat dan memilih kain tenun serta melakukan transaksi pembelian tanpa harus datang ke toko kain tenun atau sentra kerajinan kain tenun. Kendala lainnya adalah masih belum adanya pengembangan produk kain tenun menjadi produk fashion yang siap pakai seperti tas, sepatu, baju, sandal dan lain-lain untuk menarik minat calon pembeli. Dari aspek produksi yang harus diperbaiki dan menjadi perhatian untuk meningkatkan dan memperbaiki produksi kain tenun yang pertama adalah tempat khusus produksi kain tenun, hal ini perlu ditekankan karena hingga saat para pengerajin kain tenun masih mengerjakan di rumah masing-masing. Yang kedua tingginya harga bahan baku kain tenun, dan yang ketiga adalah perlu adanya inovasi alat produksi kain tenun, karena hingga saat ini seluruh alat tenun yang digunakan adalah alat tenun manual.

Permasalahan yang dihadapi segi pengelolaan keuangan profil usaha serupa dengan kebanyakan pelaku UMKM umumnya adalah tidak disiplin

dalam pengelolaan dan pencatatan laporan keuangan sehingga masih bercampurnya uang pribadi untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan uang usaha, bahkan banyak yang tidak melakukan pencatatan laporan keuangan untuk usaha yang dijalankan. Hal ini berdampak pada tidak dapat diketahui secara pasti jumlah pendapatan dan pengeluaran perhari atau perbulan. Tanan & Dhamayanti (2020) dan Nilasari *et al* (2021) menyatakan bahwa salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah rendahnya pengelolaan keuangan bahkan masih banyak yang belum melakukan pencatatan keuangan.

Oleh karenanya diperlukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM kain tenun di Desa Serage Kabupaten Lombok Tengah dalam mengelola usaha sehingga mampu membuat laporan keuangan sederhana dan meningkatkan jumlah produksi serta penjualan produk kain tenun. Hal ini sesuai dengan hasil penyebaran angket evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Patiro *et al* (2023) yaitu sebanyak 80% peserta menyatakan sangat perlu untuk mengikuti kegiatan pelatihan lanjutan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka terkait dengan *marketplace*.

Berdasarkan analisis situasi di atas, diketahui bahwa kualitas sumber daya manusia yang dimiliki mitra masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya tingkat pendidikan dan tidak pernah mengikuti kegiatan pelatihan-pelatihan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Keterbatasan sumber daya manusia yang berkualitas berdampak pada terbatasnya kualitas dan wawasan mitra sehingga sulit untuk melakukan pengembangan produk, akses pemasaran dan mencari sumber pendanaan untuk meningkatkan usahanya.

Berdasarkan uraian diatas bahwa mitra memerlukan pendampingan dan pelatihan untuk memiliki pengetahuan tentang tata cara pemasaran dan pembuatan motif yang baik sehingga memiliki wawasan yang luas dalam manajemen usahanya. Hal inilah yang melatarbelakangi alasan mengapa PkM ini perlu dilakukan pada masyarakat Dusun Belenje Desa Serage, Lombok Tengah.

B. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini bekerjasama dengan Kelompok Tenun Manual Dusun Belenje Desa Serage yang mengkoordinir para pengrajin tenun. Kelompok Tenun ini selanjutnya akan mengambil alih kegiatan PkM dan memiliki peran untuk melanjutkan pengelolaan dan pengembangan Kelompok Tenun Manual ini, sehingga program yang ditelah dibuat tetap dapat terus berlanjut. Ketua Kelompok Tenun Manual selama kegiatan PkM ini

berperan sebagai fasilitator dan mengkoordinir sasaran kegiatan serta menentukan waktu yang disesuaikan dengan waktu luang peserta sehingga tidak mengganggu produksi usaha kain tenun dan menyiapkan tempat pelaksanaan kegiatan PkM. Tim Pelaksana dalam kegiatan ini berperan sebagai narasumber sosialisasi dan pelatihan kegiatan PkM yang diselenggarakan di Dusun Belenje Desa Serage, Lombok Tengah. Berikut ini tahapan pelaksanaan kegiatan PkM. Tahap persiapan ini meliputi kegiatan survey awal, mencari dan mengumpulkan referensi yang digunakan sebagai bahan rujukan, melakukan pengumpulan data awal dalam Focus Group Discussion (FGD) dengan mitra untuk mengetahui permasalahan utama dan solusi yang dapat ditawarkan serta mempersiapkan alat dan bahan yang akan digunakan saat pelatihan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Serage merupakan merupakan salah satu desa adat yang hingga saat ini masih mempertahankan adat-istiadat mereka sebagai bentuk eksistensi kebudayaan lokal yang memiliki keunikan dalam tatanan adat mereka. Hal ini dibuktikan dengan adanya pelestarian simbol-simbol adat dengan tujuan peningkatan perekonomian masyarakat setempat dengan mempertahankan dan mengembangkan tenun manual untuk dijual. Pengabdian ini berlokasi di Dusun Belenje Desa Serage Kecamatan Praya Barat Daya dengan memberdayakan Ibu-ibu Rumah Tangga yang tidak mempunyai pekerjaan tetap sehingga mereka mampu meningkatkan perekonomiannya melalui pemberdayaan ini. Kegiatan ini dilakukan selama 2 hari sejak tanggal 26-27 Juli 2023 dengan menggunakan metode persentasi sebagai bentuk pertukaran ide antara pemateri dengan masyarakat setempat untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran *digital* serta memberikan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

Kegiatan pengabdian dilakukan oleh tim PkM dengan fokus pada *Digital Marketing* dan pembuatan motif. Para pelaku usaha ini disamping melaksanakan kegiatan produksi kain tenun juga harus memahami cara-cara pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat ditingkatkan melalui pelatihan *Digital Marketing* dan pelatihan pengembangan motif agar dapat meningkatkan perekonomian melalui penjualan dan dapat menambah kreativitas para pengerajin.



Gambar 1. Pelatihan *Digital Marketing*.

Pada gambar 1 terlihat suasana kegiatan pemaparan materi pelatihan pemasaran digital kepada para pelaku usaha kain tenun. Dalam sesi materi ini instruktur menekankan pentingnya penerapan *digital marketing* untuk mengembangkan usaha dan melakukan praktik bagaimana menerapkan *digital marketing*.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Motif.

Pada gambar 2 menunjukkan sesi pelatihan pembuatan motif. Tujuan dari pelatihan ini adalah memperbanyak jumlah koleksi motif kain tenun, sehingga kain tenun yang dihasilkan motifnya lebih bervariasi. Banyaknya motif kain tenun yang dihasilkan oleh para pelaku usaha kain tenun ini diharapkan meningkatkan daya tarik bagi konsumen sekaligus menjadi pembeda dan ciri khas tersendiri untuk produk kain tenun yang dihasilkan.

Selama kegiatan pelatihan berlangsung dengan pemateri yang merupakan Manajer Pariwisata Desa Wisata Hijau Bilebante, kami mendapatkan tawaran untuk penjualan produk yang dihasilkan oleh mitra akan di bawa langsung oleh ke Wisata tersebut. Solusi yang ditawarkan Tim setelah melaksanakan kegiatan PkM kepada mitra antara lain sebagai berikut.

1. Peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan pembuatan berbagai jenis motif agar kain yang dihasilkan memiliki motif yang beragam.
2. Pelatihan *Digital Marketing* guna meningkatkan penjualan, serta Dinas Koperasi dan UMKM diharapkan mampu menjadi supplier kain tenun sehingga pengrajin lebih fokus untuk menenun dan tidak terkendala dalam hal pemasaran.

3. Pemberian modal tambahan oleh Dinas terkait kepada penenun agar proses produksi tidak terkendala dan penenun dapat mengembangkan usahanya

D. TEMUAN ATAU DISKUSI

Berikut ini merupakan hasil diskusi yang berhasil direkam selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu.

1. Kain tenun Manual Desa Serage merupakan suatu tradisi masyarakat lokal yang menggambarkan kehidupan masyarakat adat desa Serage yang digunakan sebagai sumber mata pencaharian masyarakat setempat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Indah *et al* (2023) yang menyatakan bahwa produksi kerajinan tenun di Kelurahan Sulaa merupakan salah satu mata pencaharian yang menunjang peningkatan kesejahteraan perekonomian melalui penjualan kain tenun.
2. Para pengrajin mengharapkan adanya bantuan dan perhatian pemerintah daerah bagi mereka sehingga usaha kain tenun dapat berkembang dan dipromosikan dalam setiap kegiatan kebudayaan yang diselenggarakan di kabupaten Lombok Tengah khususnya. Harapan para pengrajin ini sesuai dengan hasil penelitian Afdal (2022) yang menyatakan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Kendari yang bekerjasama dengan dawn kerajinan nasional daerah Kota Kendari sudah berjalan dengan baik yang ditandai dengan adanya peningkatan keterampilan pengrajin tenun dengan diselenggarakannya kegiatan pelatihan, pemberian sarana prasarana dalam produksi tenun, serta pameran produk guna meningkatkan promosi kain tenun. Pentingnya peran pemerintah daerah ini sesuai dengan hasil penelitian Simanjorang *et al* (2020) yang menyatakan bahwa kurangnya pengawasan berkelanjutan dari pemerintah daerah berdampak pada penurunan kualitas penyedia jasa baik yang berhubungan dengan atraksi, amenities, maupun aksesibilitas. Memperoleh mitra baru yaitu dengan membangun kerjasama dengan Desa Wisata Hijau Bilebante dan NTB Mall untuk meningkatkan penjualan.
3. Selama kegiatan pengabdian berlangsung, mitra memperoleh pengalaman serta pengetahuan baru tentang tata cara penjualan berbasis *digital marketing*. Hal ini yang mendasari memberikan pembekalan materi tentang *digital marketing* ini adalah pengrajin kain tenun di Dusun Serage masih belum memanfaatkan media digital untuk mempromosikan dan menjual produknya. Kondisi ini merupakan hal yang masih banyak terjadi pada pelaku UMKM di Indonesia. Sebagaimana disampaikan oleh Naimah *et al* (2020)

bahwa UMKM memiliki peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, namun hingga saat ini masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan dan memahami manfaat serta peranan media digital untuk mengembangkan usahanya.

4. Salahsatu kendala yang dihadapi para pengrajin kain tenun adalah tambahan modal untuk meningkatkan produksi usahanya. Tambahan modal merupakan kendala yang banyak dihadapi UMKM di Indonesia. Wiriutama & Andiani (2021) tantangan yang dihadapi para pengrajin di desa wisata Tigawasa adalah perlunya tambahan modal untuk meningkatkan usahanya. Sulistiogo (2019) membuktikan melalui hasil penelitiannya bahwa akses permodalan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja UMKN. Untuk itu keberadaan modal usaha merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menunjang pengembangan UMKM. Pada kegiatan ini tim pengabdian kepada masyarakat berhasil membantu dan memfasilitasi para pengrajin kain tenun untuk mendapatkan pendanaan melalui pemberian modal tambahan usaha bagi Mitra melalui Dinas Koperasi dan Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Berdasarkan uraian diatas bahwa mitra memerlukan pendampingan dan pelatihan untuk memiliki pengetahuan tentang tata cara pemasaran dan pembuatan motif yang baik sehingga memiliki wawasan yang luas dalam manajemen usahanya. Hal inilah yang melatarbelakangi alasan mengapa PkM ini perlu dilakukan pada masyarakat Dusun Belenje Desa Serage, Lombok Tengah.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PkM yang di Desa Serage Kabupaten Lombok Tengah, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan wawasan, pengetahuan dan keterampilan mitra tentang konsep *digital marketing* serta penggunaan beberapa teknologi informasi yang dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan produksi, pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Mitra juga memiliki keterampilan berupa pembuatan berbagai motif baru yang lebih berbvariasi sehingga memperkaya hasil produksi kain tenun. Disamping itu melalui pelatihan ini mitra juga mampu memperluas jaringan usaha dan memperoleh mitra baru untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR RUJUKAN

- Adi Wiriutama, G. N., & Andiani, N. D. (2021). Peluang dan Tantangan Pengembangan Souvenir Desa Wisata Berbasis Kerajinan Lokal. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(2), 75–98.

- <https://doi.org/10.34013/mp.v2i2.397>
- Afdal, A. (2022). *Pemberdayaan Pengrajin Kain Tenun Bermotif Kearifan Lokal Di Kelurahan Tobimeita Oleh Dinas Tenaga Kerja Dan Perindustrian Kota Kendari* [Institut Pemerintahan Dalam Negeri]. <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/10732>
- Dewi, et al. (2023). *Perempuan Hindu dan Tenun: Kajian Strategi Komunikasi - Google Books*. Bali: NilaCakra. https://www.google.co.id/books/edition/Perempuan_Hindu_dan_Tenun_Kajian_Strategi/PGroEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Perempuan+Hindu+dan+Tenun:+Kajian+Strategi+Komunikasi&pg=PR7&printsec=frontcover
- Dewi, I. G. A. M., Ardika, I. W., & Sunarta, I. N. (2019). Kreasi Ikat Endek Sebagai Produk Penunjang Pariwisata Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 391. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2018.V05.I02.P10>
- Indah, W. O. I. N., Rizal, & Abdullah Igo. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Nilai Kearifan Lokal Di Kelurahan Sulaa, Kecamatan Betoambari, Kota Baubau. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 329–338. <https://doi.org/10.36709/jopspe.v8i2.112>
- Islami, N. W., Supanto, F., & Soeroyo, A. (2021). Peran pemerintah daerah dalam mengembangkan UMKM yang terdampak covid-19. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan Dan Inovasi*, 3(1), 45–57. <http://ejurnal.malangkab.go.id/index.php/kr/article/view/44>
- Kementerian Perindustrian RI. (2019). *Berkontribusi Hingga USD53 Juta, Kemenperin Pacu IKM Tenun dan Batik*. <https://Kemenperin.Go.Id/Artikel/20424/Berkontribusi-Hingga-USD53-Juta,-Kemenperin-Pacu-IKM-Tenun-Dan-Batik>.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nilasari, B. M., Risqiani, R., Anggraini, S. I., & Alisa, I. A. (2021). Pelatihan Pembukuan Bagi Pelaku Umkm Yang Tergabung Dalam Forum Umkm Ikm Kecamatan Tajur Halang – Bogor. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 3(1). <https://doi.org/10.25105/jamin.v3i1.8776>
- Nur, I. R. (2017). Peran Dinas Perindustrian, Koperasi Dan Umkm Dalam Pemberdayaan Umkm Sentra Industri Konveksi Di Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. *Journal of Politic and Government Studies*, 6(2), 1–16. https://www.mendeley.com/catalogue/4b7074ee-1fae-320e-8c1a-7660f70dafdf/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bea575bea-5009-3f86-a7c9-076659fbfd74%7D
- Patiro, S. P. S., Aryani, D., Rekarti, E., & Wibowo, M. (2023). Peningkatan pengetahuan marketplace pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan website education marketplace. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(1), 12–26. <https://doi.org/10.33474/JIPEMAS.V6I1.19282>
- Purwaningdyah, S. W. S., Sumadhinata, Y. E., & Kuswara, G. B. (2020). Pentingnya Pelatihan Peningkatan Pengetahuan Marketing Online Di Era Pandemi Covid 19 Bagi UMKM Di Wilayah Jawa Barat. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3. <https://doi.org/10.37695/pkmesr.v3i0.951>
- Simanjorang, F., Hakim, L., & Sunarti, S. (2020). Peran Stakeholder Dalam Pembangunan Pariwisata Di Pulau Samosir. *Profit*, 14(01), 42–52. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.5>

- Sulistiogo, undefined A. (2019). Pengaruh Kualitas SDM Dan Akses Informasi Terhadap Akses Permodalan Dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM Mitra LPDB-KUMKM. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 65–76. <https://doi.org/10.21009/JDMB.02.1.5>
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.37680/AMALEE.V1I2.408>