

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

Nining Suryani¹, Windi Baskoro Prihandoyo², Ronny Basista³, Titin Mulyani⁴, Imbuk Risnawati⁵

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia

²Program Studi Kearsipan, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Indonesia

³Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Indonesia

⁴Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana, Universitas Terbuka, Indonesia

⁵Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Terbuka, Indonesia

Penulis korespondensi : niningsuryani@ecampus.ut.ac.id

E-mail : niningsuryani@ecampus.ut.ac.id

Diterima: 24 Juli 2026 | Direvisi: 03 Agustus 2026 | Disetujui: 04 Agustus 2026 | Online: 22 Agustus 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Dusun Jeruah, Desa Montong Beter, Kabupaten Lombok Timur merupakan sentra kerajinan tas ketak yang memiliki potensi ekonomi tinggi. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan keterampilan produksi masyarakat lokal, belum adanya standarisasi harga, serta pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan memperkuat kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital sehingga mampu meningkatkan kualitas produk, pengelolaan usaha, serta jangkauan pemasaran. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif melalui tahapan pemetaan masalah, pelatihan teknis produksi dengan pendekatan *learning by doing*, pelatihan manajemen usaha yang meliputi perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan penentuan harga jual, pelatihan fotografi produk, pemasaran digital melalui Instagram, TikTok Shop, dan Shopee, serta penyusunan katalog produk sebagai acuan standar harga. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta yang sebelumnya hanya terlibat pada sebagian proses produksi telah mampu memproduksi tas ketak secara mandiri dari tahap persiapan bahan hingga *finishing*. Selain itu, peserta mampu menghitung HPP dan menetapkan harga jual secara lebih konsisten, serta mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi sehingga jangkauan pemasaran semakin luas dan mulai memperoleh pesanan secara daring. Kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM, penguatan kemandirian usaha, serta pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi kerajinan tas ketak di Dusun Jeruah, Lombok Timur.

Kata kunci: UMKM; tas ketak; pelatihan produksi; manajemen usaha; pemasaran digital.

Abstract

Jeruah Hamlet, Montong Beter Village, East Lombok Regency, is a center for ketak bag handicrafts with considerable economic potential. However, local micro, small, and medium enterprises (MSMEs) continue to face several challenges, including limited production skills among local communities, the absence of standardized product pricing, and reliance on conventional marketing practices. This Community Service Program aimed to strengthen the capacity of ketak bag MSMEs through production training, business management, and digital marketing to improve product quality, business management, and market reach. The program employed a participatory mentoring approach consisting of problem identification, technical production training using the learning by doing method, business management training covering cost of goods sold (COGS) calculation and pricing strategies, product photography training, digital marketing through Instagram, TikTok Shop, and Shopee, and

the development of a product catalog as a pricing reference. The results showed that participants who had previously been involved only in the final stages of production were able to independently produce ketak bags from raw material preparation to the finishing process. In addition, participants improved their ability to calculate production costs, establish more consistent selling prices, and utilize digital platforms for product promotion, resulting in broader market exposure and the emergence of online sales. The program contributed to strengthening MSME capacity, enhancing business independence, and promoting local economic development based on the ketak bag handicraft industry in Jeruah Hamlet, East Lombok.

Keywords: MSMEs; ketak bags; production training; business management; digital marketing.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan potensi ekonomi lokal. Namun, perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya mampu menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga memiliki kapasitas dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu strategi yang diperlukan agar pelaku usaha mampu meningkatkan produktivitas, memperluas akses pasar, serta mempertahankan daya saing di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Hawari *et al.* (2026) menjelaskan bahwa peningkatan kapasitas pelaku UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kemampuan mengelola pemasaran secara efektif melalui pemanfaatan teknologi digital. Sejalan dengan itu, Auliya dan Suryani (2024) menyatakan bahwa transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan konsumen melalui pemanfaatan media digital secara optimal. Oleh karena itu, pengembangan kapasitas UMKM perlu dilakukan secara komprehensif dengan mengintegrasikan peningkatan keterampilan produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital sehingga mampu menciptakan usaha yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Kerajinan tas ketak merupakan salah satu produk unggulan berbasis sumber daya lokal yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya bagi masyarakat di Pulau Lombok. Ketak (*Lygodium circinnatum*) merupakan tanaman rambat yang banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku berbagai produk anyaman, seperti tas, dompet, keranjang, hingga berbagai produk dekoratif yang memiliki daya tarik di pasar domestik maupun internasional. Keunikan motif anyaman, penggunaan bahan alami, serta keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun menjadikan produk kerajinan ketak memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan produk kerajinan lainnya. Potensi tersebut memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan pendapatan sekaligus melestarikan kearifan lokal. Mahsun *et al.* (2021) menjelaskan bahwa kerajinan ketak di Pulau Lombok memiliki prospek pasar yang cukup baik, namun pengembangannya masih memerlukan dukungan dalam aspek peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran agar mampu bersaing pada pasar yang lebih luas. Hasil pengabdian yang dilakukan oleh Prihandoyo *et al.* (2024) juga menunjukkan bahwa penguatan kapasitas pelaku usaha kerajinan rotan dan ketak melalui pendampingan mampu meningkatkan kesiapan UMKM dalam mengembangkan usahanya secara lebih profesional. Oleh karena itu, pengembangan kerajinan tas ketak tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah produksi, tetapi juga perlu diikuti dengan peningkatan kapasitas pelaku usaha agar mampu menciptakan produk yang memiliki nilai tambah dan daya saing yang berkelanjutan.

Salah satu sentra kerajinan tas ketak di Kabupaten Lombok Timur berada di Dusun Jeruah, Desa Montong Beter, Kecamatan Sakra Barat. Sebagian besar masyarakat di dusun ini menggantungkan mata pencaharian pada usaha kerajinan berbasis anyaman ketak yang dikelola

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

dalam skala rumah tangga (*home industry*). Produk yang dihasilkan meliputi berbagai jenis tas dengan model, ukuran, dan motif yang disesuaikan dengan permintaan pasar, baik untuk konsumen lokal maupun luar daerah. Keberadaan usaha kerajinan tersebut tidak hanya menjadi sumber pendapatan keluarga, tetapi juga berperan dalam mempertahankan keterampilan menganyam sebagai bagian dari warisan budaya lokal yang telah diwariskan secara turun-temurun. Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan usaha kerajinan tas ketak di Dusun Jeruah masih memerlukan penguatan kapasitas agar mampu meningkatkan kualitas produk, efisiensi pengelolaan usaha, serta daya saing di tengah perkembangan pasar yang semakin dinamis. Prihandoyo et al. (2024) menjelaskan bahwa pelaku UMKM kerajinan di Dusun Jeruah memiliki peluang yang besar untuk berkembang karena didukung oleh potensi sumber daya lokal dan tingginya minat masyarakat terhadap produk anyaman. Namun, peluang tersebut perlu diikuti dengan program pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM mampu meningkatkan kompetensi, memperluas jaringan pemasaran, dan mengembangkan usaha secara lebih profesional. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pelaku UMKM di Dusun Jeruah menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi ekonomi lokal sekaligus meningkatkan keberlanjutan usaha kerajinan tas ketak.

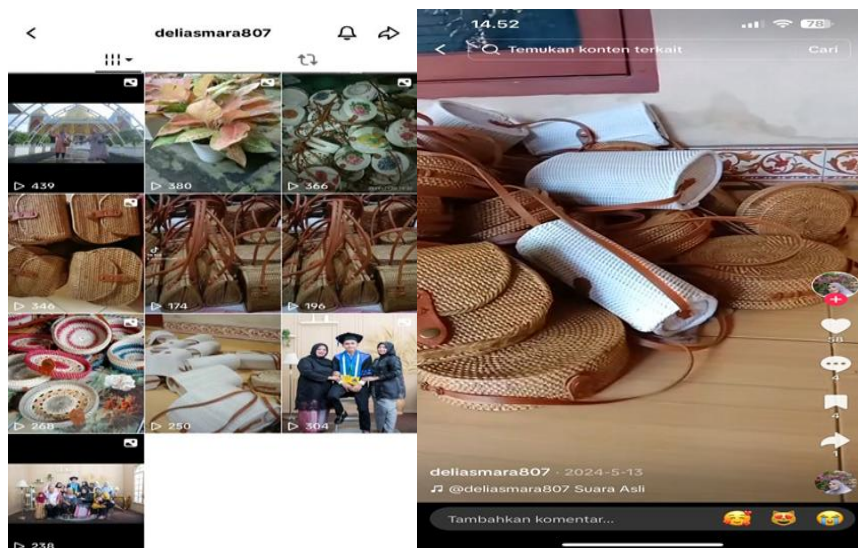
Berdasarkan hasil survei awal dan diskusi yang dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), ditemukan bahwa pelaku UMKM pengrajin tas ketak di Dusun Jeruah masih menghadapi berbagai kendala yang menghambat pengembangan usaha. Permasalahan tersebut meliputi aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Dari aspek produksi, sebagian besar masyarakat belum menguasai seluruh tahapan pembuatan tas ketak karena proses inti, seperti pembentukan rangka dan teknik anyaman, masih banyak dikerjakan oleh tenaga kerja dari luar desa. Masyarakat lokal umumnya hanya terlibat pada tahap pemasangan aksesoris dan *finishing*, sehingga proses alih keterampilan belum berlangsung secara optimal. Pada aspek manajemen usaha, pelaku UMKM belum melakukan pencatatan biaya produksi secara sistematis sehingga penentuan harga jual masih didasarkan pada perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa didukung oleh perhitungan harga pokok produksi (HPP). Sementara itu, pada aspek pemasaran, promosi produk masih mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) serta unggahan sederhana melalui akun media sosial pribadi tanpa didukung foto produk yang berkualitas, identitas produk yang jelas, maupun pemanfaatan *marketplace* sebagai media penjualan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha kerajinan tas ketak memerlukan program pendampingan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan produksi, tetapi juga mencakup penguatan manajemen usaha dan pemasaran digital agar pelaku UMKM memiliki kemampuan yang lebih komprehensif dalam mengembangkan usahanya.



Gambar 1. Survei Awal Tim PkM yang Dilakukan pada Pelaku UMKM Pengrajin Rotan Tas Ketak

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran produk UMKM dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis platform digital. Perubahan tersebut menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mampu menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga memiliki kemampuan dalam menyajikan informasi produk secara menarik, membangun identitas usaha, serta menjalin komunikasi yang efektif dengan konsumen melalui media digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM pengrajin tas ketak di Dusun Jeruah masih didominasi oleh unggahan sederhana pada akun media sosial pribadi dengan kualitas foto yang belum optimal serta informasi produk yang masih terbatas. Selain itu, pemanfaatan platform *marketplace* sebagai sarana penjualan juga belum dilakukan secara maksimal sehingga peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan pemasaran bukan hanya disebabkan oleh rendahnya penggunaan media digital, tetapi juga oleh belum tersedianya konten promosi yang menarik dan strategi pemasaran yang terencana. Auliya dan Suryani (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan media digital yang didukung oleh konten promosi yang berkualitas mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendorong peningkatan penjualan UMKM. Sejalan dengan itu, Hawari et al. (2026) menyatakan bahwa keberhasilan pemasaran digital dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi sebagai media komunikasi pemasaran yang mampu membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat daya saing produk. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pada aspek pemasaran digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari upaya pengembangan usaha kerajinan tas ketak di Dusun Jeruah.



Gambar 2. Kondisi Promosi Produk oleh Pelaku UMKM Pengrajin Tas Ketak Sebelum Pelaksanaan Program Pendampingan.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital maupun penguatan manajemen usaha. Mahsun *et al.* (2021) melaporkan bahwa pendampingan digital marketing kepada pengrajin ketak di Desa Batu Mekar, Lombok Barat, mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa digital marketing menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran produk kerajinan berbasis potensi lokal. Selanjutnya, Prihandoyo et al. (2024) menunjukkan bahwa pendampingan digital marketing pada pengrajin rotan di Dusun Jeruah memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital pelaku usaha serta mendorong pemanfaatan media sosial sebagai media promosi yang lebih terstruktur. Sementara itu, Hawari et al. (2026) menjelaskan bahwa penguatan pemasaran UMKM melalui transformasi digital tidak hanya

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga mendorong peningkatan daya saing usaha melalui pengembangan strategi promosi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Berbagai hasil pengabdian tersebut menunjukkan bahwa program pendampingan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas UMKM, khususnya pada aspek pemasaran digital. Namun demikian, sebagian besar kegiatan masih berfokus pada peningkatan kemampuan pemasaran sehingga aspek produksi dan manajemen usaha belum memperoleh perhatian yang seimbang.

Meskipun berbagai kegiatan pengabdian telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan kapasitas UMKM, sebagian besar program masih dilaksanakan secara parsial dengan menitikberatkan pada satu aspek pengembangan usaha, terutama pemasaran digital atau promosi produk. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan pelaku UMKM yang menghadapi permasalahan pada berbagai aspek usaha secara bersamaan, mulai dari keterbatasan keterampilan produksi, lemahnya pengelolaan usaha, hingga rendahnya pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran. Berdasarkan kondisi tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif melalui integrasi pelatihan produksi, manajemen usaha, fotografi produk, pemasaran digital, dan penyusunan katalog produk dalam satu rangkaian kegiatan pendampingan. Integrasi tersebut menjadi kebaruan (*novelty*) program karena tidak hanya berorientasi pada peningkatan kemampuan promosi, tetapi juga memperkuat kapasitas pelaku UMKM sejak proses produksi hingga pemasaran produk. Dengan pendekatan yang terpadu tersebut, pelaku UMKM diharapkan memiliki kemampuan yang lebih menyeluruh dalam menghasilkan produk yang berkualitas, mengelola usaha secara lebih profesional, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM pengrajin tas ketak di Dusun Jeruah, Desa Montong Beter, Kecamatan Sakra Barat, Kabupaten Lombok Timur, diperlukan program pendampingan yang mampu memperkuat kapasitas pelaku usaha secara terpadu. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, fotografi produk, pemasaran digital, dan penyusunan katalog produk sebagai upaya meningkatkan kualitas produk, profesionalisme pengelolaan usaha, serta daya saing pemasaran. Melalui pendekatan pendampingan partisipatif yang dipadukan dengan metode *learning by doing*, program ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memproduksi tas ketak secara mandiri, memperkuat kemampuan mengelola usaha melalui penyusunan harga pokok produksi (HPP) dan penetapan harga jual yang lebih tepat, serta mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Selain menghasilkan peningkatan kompetensi pelaku UMKM, program ini juga diharapkan mampu menciptakan model penguatan kapasitas yang terintegrasi sehingga dapat menjadi salah satu alternatif pendekatan dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Dusun Jeruah, Desa Montong Beter, Kecamatan Sakra Barat, Kabupaten Lombok Timur dengan sasaran pelaku UMKM pengrajin tas ketak. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif (*participatory mentoring*) yang dipadukan dengan pendekatan *learning by doing*. Pendekatan ini dipilih karena memberikan kesempatan kepada peserta untuk terlibat secara aktif mulai dari identifikasi permasalahan, pelaksanaan pelatihan, praktik langsung, hingga evaluasi hasil kegiatan. Pendampingan partisipatif dinilai efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian masyarakat melalui keterlibatan aktif peserta pada setiap tahapan kegiatan (Prihandoyo, *et al.* (2024). Selain itu, metode *learning by doing* memungkinkan peserta memperoleh pengalaman praktis sehingga keterampilan yang diberikan lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari (Suryani *et al.* 2021).

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas lima tahapan utama, yaitu pemetaan masalah dan koordinasi, persiapan program pendampingan, pelaksanaan pelatihan teknis produksi, pelatihan manajemen

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

usaha dan pemasaran digital, serta evaluasi dan pendampingan. Tahapan pelaksanaan kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1	Pemetaan Masalah dan Koordinasi	Tim PkM melakukan observasi lapangan, wawancara, dan diskusi dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan pemerintah desa dan kelompok pengrajin sebagai mitra kegiatan.
2	Persiapan Program Pendampingan	Tim menyusun materi pelatihan, menyiapkan alat dan bahan, menyusun jadwal kegiatan, serta mempersiapkan media pelatihan yang meliputi teknik produksi, manajemen usaha, fotografi produk, pemasaran digital, dan keselamatan kerja (K3).
3	Pelaksanaan Pelatihan Teknis Produksi	Peserta memperoleh pelatihan teknis mengenai pemilihan bahan, pembentukan rangka, teknik anyaman, hingga proses <i>finishing</i> . Pelatihan dilakukan menggunakan metode <i>learning by doing</i> sehingga peserta dapat mempraktikkan langsung seluruh tahapan produksi.
4	Pelatihan Manajemen dan Pemasaran Digital	Peserta diberikan pelatihan mengenai penyusunan HPP, penetapan harga jual, fotografi produk, penyusunan katalog digital, serta pemanfaatan Instagram, TikTok Shop, dan Shopee sebagai media pemasaran.
5	Evaluasi dan Pendampingan	Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, dan praktik peserta. Pendampingan lanjutan diberikan untuk memastikan peserta mampu menerapkan keterampilan produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital secara mandiri.

Sumber: Diolah dari kegiatan PkM Dusun Jeruah

Tahapan tersebut kemudian diimplementasikan dalam beberapa kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Setiap kegiatan dirancang untuk menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi pada tahap survei awal. Rincian implementasi kegiatan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rincian Kegiatan

No	Kegiatan	Agenda	Deskripsi
1	Survei Awal dan Identifikasi Masalah	Observasi lapangan dan wawancara	Tim melakukan identifikasi kondisi usaha kerajinan tas ketak. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum menguasai seluruh tahapan produksi, penentuan harga jual belum berdasarkan HPP, dan pemasaran masih dilakukan secara konvensional.
2	Pelatihan Teknis Produksi Tas Ketak	Pengenalan bahan dan teknik produksi	Peserta mempelajari pemilihan bahan, teknik pembentukan rangka, teknik anyaman, hingga proses <i>finishing</i> sehingga mampu memproduksi tas ketak secara mandiri.
3	Pelatihan Manajemen Usaha	Perhitungan HPP dan penentuan harga jual	Peserta diberikan pelatihan menghitung HPP, menentukan harga jual yang lebih terstandar, serta memahami pentingnya pencatatan biaya usaha.

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

No	Kegiatan	Agenda	Deskripsi
4	Pelatihan Fotografi Produk	Teknik pengambilan foto produk	Peserta dilatih menghasilkan foto produk menggunakan telepon pintar (<i>smartphone</i>) dengan memperhatikan pencahayaan, komposisi, dan latar belakang agar lebih menarik untuk promosi digital.
5	Pelatihan Digital Marketing	Pemanfaatan media sosial dan <i>marketplace</i>	Peserta didampingi membuat akun bisnis, menyusun konten promosi, serta memasarkan produk melalui Instagram, TikTok Shop, dan Shopee.
6	Penyusunan Katalog Produk	Standarisasi harga dan identitas produk	Tim bersama mitra menyusun katalog produk yang memuat foto produk, spesifikasi, dan harga jual sebagai acuan dalam kegiatan pemasaran dan negosiasi dengan konsumen.

Sumber: Diolah dari kegiatan PkM Dusun Jeruah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program Penguatan Kapasitas UMKM

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Dusun Jeruah, Desa Montong Beter, Kecamatan Sakra Barat, Kabupaten Lombok Timur dengan sasaran pelaku UMKM pengrajin tas ketak. Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra, tim PkM menyusun program penguatan kapasitas melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, fotografi produk, pemasaran digital, dan penyusunan katalog produk. Seluruh kegiatan dirancang secara bertahap menggunakan pendekatan partisipatif sehingga peserta terlibat aktif dalam setiap proses pembelajaran dan praktik. Menurut Renaldi *et al.* (2025), pendekatan partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan peserta dan mendorong penerapan pengetahuan secara langsung dalam aktivitas usaha.

Pelaksanaan program memperoleh respons yang positif dari peserta. Keterlibatan aktif dalam setiap sesi pelatihan menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan mitra. Integrasi pelatihan produksi, manajemen usaha, fotografi produk, dan pemasaran digital memberikan pengalaman belajar yang saling melengkapi sehingga peserta memperoleh kompetensi yang lebih komprehensif. Temuan ini didukung oleh Nugroho *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, serta Azizah (2025) yang menegaskan bahwa model pemberdayaan yang mengintegrasikan pelatihan dan pendampingan dapat memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan.



Gambar 3. Pelaksanaan Program Penguatan Kapasitas UMKM Pengrajin Tas Ketak di Dusun Jeruah

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

Pelatihan Produksi Tas Ketak

Kemampuan pelaku UMKM dalam memproduksi tas ketak mengalami peningkatan setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan oleh tim PkM. Peserta tidak hanya mampu memahami karakteristik bahan baku, teknik anyaman, dan proses *finishing*, tetapi juga mulai menerapkan tahapan produksi secara lebih sistematis untuk menghasilkan produk yang lebih rapi dan konsisten. Peningkatan tersebut didukung oleh penerapan metode *learning by doing* yang memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan setiap tahapan produksi secara langsung dengan pendampingan intensif. Hanif *et al.* (2023) menjelaskan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap proses produksi, pengelolaan operasional, dan pengendalian kualitas sehingga efisiensi serta produktivitas usaha dapat meningkat.

Perubahan kemampuan peserta dalam menguasai proses produksi menjadi salah satu indikator keberhasilan program penguatan kapasitas UMKM. Penguasaan teknik produksi secara mandiri tidak hanya mengurangi ketergantungan terhadap tenaga kerja dari luar daerah, tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk secara lebih konsisten sesuai dengan kebutuhan pasar. Hasil ini sejalan dengan Sutoni dan Randany (2021) yang menyatakan bahwa pelatihan dan pendampingan produksi berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, kapasitas produksi, serta kualitas produk sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas peluang pemasaran. Dengan demikian, pelatihan produksi tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis peserta, tetapi juga memperkuat kapasitas produksi sebagai salah satu faktor utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM pengrajin tas ketak.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Produksi Tas Ketak kepada Pelaku UMKM di Dusun Jeruah

Pelatihan Manajemen Usaha

Kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola biaya produksi dan menentukan harga jual menunjukkan peningkatan setelah mengikuti pelatihan manajemen usaha. Peserta mulai memahami pentingnya penyusunan komponen biaya produksi, perhitungan harga pokok produksi (HPP), serta penetapan harga jual berdasarkan biaya riil sehingga keputusan penetapan harga tidak lagi hanya didasarkan pada perkiraan atau mengikuti harga pasar. Peningkatan pemahaman tersebut diperoleh melalui pendampingan yang mengombinasikan penyampaian materi, diskusi, dan praktik penyusunan HPP sesuai dengan kondisi usaha kerajinan tas ketak. Pendekatan tersebut mendorong peserta untuk lebih percaya diri dalam mengelola aspek keuangan usaha dan mengambil keputusan bisnis secara lebih terukur.

Perubahan kemampuan dalam menyusun HPP menjadi salah satu indikator penting keberhasilan program karena memberikan dasar yang lebih kuat dalam menentukan harga jual serta mengelola usaha secara berkelanjutan. Hutomo *et al.* (2025) menjelaskan bahwa pelatihan dan pendampingan perhitungan HPP membantu pelaku UMKM memahami komponen biaya produksi

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

sehingga penetapan harga jual dapat dilakukan secara lebih tepat dan rasional. Temuan tersebut diperkuat oleh Priyastiwi et al. (2025) yang menyatakan bahwa kemampuan menghitung HPP secara sistematis berkontribusi terhadap efisiensi biaya, peningkatan keuntungan usaha, serta mendukung keberlanjutan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Dengan demikian, pelatihan manajemen usaha tidak hanya meningkatkan kemampuan peserta dalam menghitung biaya produksi, tetapi juga memperkuat kapasitas manajerial sebagai dasar pengambilan keputusan usaha yang lebih efektif, profesional, dan berkelanjutan.



Gambar 5. Pelatihan Manajemen Usaha dan Simulasi Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) kepada Pelaku UMKM Pengrajin Tas Ketak

Pelatihan Fotografi Produk

Visual produk yang lebih menarik mulai terlihat setelah pelaku UMKM mengikuti pelatihan fotografi produk sebagai bagian dari penguatan strategi pemasaran. Melalui pendampingan ini, peserta mempelajari teknik pengambilan gambar menggunakan *smartphone* dengan memperhatikan pencahayaan, sudut pengambilan gambar (*angle*), komposisi, dan pemilihan latar belakang (*background*) sehingga mampu menampilkan karakteristik tas ketak secara lebih jelas dan estetik. Praktik dilakukan secara langsung menggunakan produk masing-masing sehingga peserta dapat membandingkan hasil foto sebelum dan sesudah menerapkan teknik yang diberikan. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan perangkat sederhana yang didukung teknik fotografi yang tepat mampu menghasilkan konten visual yang lebih layak digunakan sebagai media promosi digital. Hasil ini selaras dengan Lukitasari et al. (2026) yang menyatakan bahwa pelatihan fotografi produk berbasis *smartphone* mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam menghasilkan foto yang lebih berkualitas sekaligus memperkuat visual branding untuk mendukung pemasaran digital.



Gambar 6. Pelatihan Fotografi Produk Menggunakan *Smartphone* kepada Pelaku UMKM Pengrajin Tas Ketak

Kualitas visual produk yang semakin baik memberikan nilai tambah bagi pelaku UMKM karena foto produk menjadi salah satu faktor yang memengaruhi persepsi dan ketertarikan konsumen

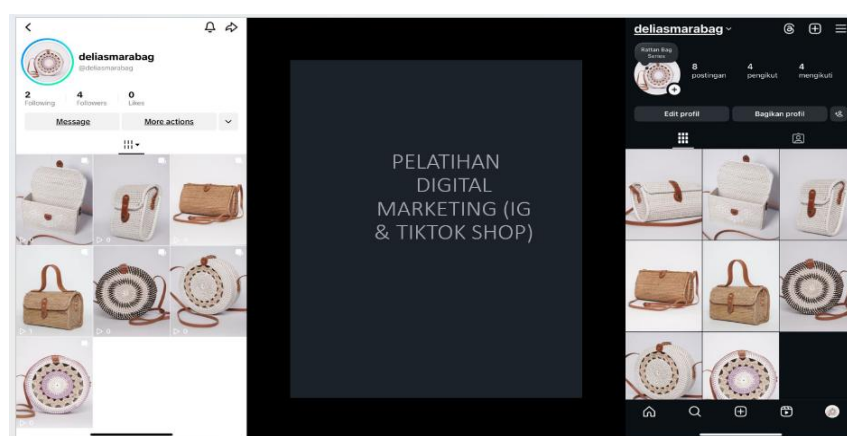
Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

terhadap produk yang dipasarkan. Foto yang informatif, menarik, dan konsisten tidak hanya memperkuat citra usaha, tetapi juga meningkatkan efektivitas promosi pada media sosial maupun *marketplace*. Temuan tersebut didukung oleh Rahmat *et al.* (2025) yang menjelaskan bahwa pelatihan fotografi produk berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan promosi serta daya saing UMKM melalui penyajian visual yang lebih profesional sebagai bagian dari strategi *marketing* kreatif. Dengan demikian, pelatihan fotografi produk tidak hanya menghasilkan perbaikan pada aspek teknis pengambilan gambar, tetapi juga menjadi fondasi dalam mendukung keberhasilan pemasaran digital dan penyusunan katalog produk pada tahap selanjutnya.

Pelatihan Digital Marketing

Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran mulai diterapkan secara lebih terstruktur oleh pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan digital marketing. Peserta mampu mengoptimalkan media sosial dan *marketplace* sebagai media promosi melalui pembuatan akun bisnis, penyusunan konten promosi, penulisan deskripsi produk, serta penggunaan platform seperti Instagram, TikTok Shop, dan Shopee. Seluruh materi dipraktikkan secara langsung dengan memanfaatkan foto produk yang telah dihasilkan pada pelatihan sebelumnya sehingga peserta memperoleh pengalaman dalam menyusun materi promosi yang lebih informatif dan menarik. Perubahan tersebut menunjukkan adanya peningkatan literasi digital yang mendukung kemampuan peserta dalam memasarkan produk secara lebih efektif melalui pemanfaatan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan Yusniar *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing berbasis media sosial dan *marketplace* mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas pemasaran produk.

Peningkatan kemampuan pemasaran digital memberikan peluang yang lebih besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkuat daya saing produk di era ekonomi digital. Integrasi antara keterampilan produksi, fotografi produk, dan pemasaran digital memungkinkan peserta tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu membangun identitas merek dan menyampaikan informasi produk secara lebih profesional kepada calon konsumen. Akbar *et al.* (2024) menjelaskan bahwa penerapan *digital branding* mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat hubungan UMKM dengan konsumen melalui pemanfaatan media digital. Sejalan dengan itu, Hakim *et al.* (2025) menegaskan bahwa strategi digital marketing yang diterapkan secara konsisten melalui media sosial berkontribusi terhadap peningkatan daya saing, perluasan pasar, dan keberlanjutan hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, pelatihan digital marketing menjadi salah satu tahapan penting dalam memperkuat kapasitas pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi serta mampu mengembangkan usaha secara berkelanjutan.



Gambar 6. Pelatihan Digital Marketing melalui Pemanfaatan Instagram, TikTok Shop, dan Shopee kepada Pelaku UMKM Pengrajin Tas Ketak

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

Penyusunan Katalog Produk

Sebagai luaran akhir dari rangkaian program penguatan kapasitas UMKM, disusun katalog produk yang mengintegrasikan hasil pelatihan produksi, manajemen usaha, fotografi produk, dan pemasaran digital. Katalog disusun secara kolaboratif antara tim PkM dan pelaku UMKM dengan memuat foto produk, spesifikasi, ukuran, bahan baku, serta harga jual yang telah ditetapkan berdasarkan perhitungan harga pokok produksi (HPP). Penyusunan katalog tidak hanya bertujuan mendokumentasikan produk yang dihasilkan, tetapi juga menyediakan media promosi yang mampu menyajikan informasi produk secara lebih sistematis, menarik, dan mudah dipahami oleh calon konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah memiliki media promosi yang lebih profesional dan terstandar dibandingkan sebelum pelaksanaan program. Kondisi tersebut sejalan dengan Dhifaldi *et al.* (2025) yang menjelaskan bahwa katalog produk yang memadukan informasi visual dan deskriptif mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi promosi sekaligus menjadi media promosi yang efektif dalam memperkuat daya saing produk.

Keberadaan katalog juga memberikan manfaat yang lebih luas karena dapat dimanfaatkan sebagai media promosi pada berbagai saluran pemasaran, baik secara langsung maupun melalui media sosial dan *marketplace*. Informasi produk yang tersaji secara lengkap memudahkan calon konsumen memperoleh gambaran mengenai karakteristik produk sehingga proses promosi menjadi lebih efektif dan profesional. Dhifaldi *et al.* (2025) menegaskan bahwa katalog yang disusun dengan desain visual yang menarik serta informasi produk yang lengkap mampu meningkatkan ketertarikan konsumen sekaligus memperluas peluang pemasaran UMKM. Dengan demikian, penyusunan katalog produk tidak hanya menghasilkan media promosi yang lebih efektif, tetapi juga memperkuat identitas usaha dan mendukung keberlanjutan pengembangan UMKM kerajinan tas ketak di Dusun Jeruah.



Gambar 7. Katalog Produk Kerajinan Tas Ketak Hasil Pendampingan Program Penguatan Kapasitas UMKM

Dampak Program terhadap Penguatan Kapasitas UMKM

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan pada setiap aspek pelatihan, tetapi juga membentuk kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha secara lebih terpadu. Perubahan tersebut terlihat dari meningkatnya kemampuan peserta dalam menguasai proses produksi secara lebih mandiri, menghitung harga pokok produksi (HPP) sebagai dasar penetapan harga jual, menghasilkan foto produk yang lebih menarik, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Integrasi seluruh rangkaian kegiatan mendorong peserta untuk lebih percaya diri dalam mengembangkan usahanya sekaligus meningkatkan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Temuan ini sejalan dengan Setyawan *et al.* (2025) yang menjelaskan bahwa penguatan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan secara partisipatif mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta daya saing pelaku UMKM secara berkelanjutan.

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

Secara keseluruhan, hasil program memperlihatkan bahwa pengembangan UMKM akan memberikan dampak yang lebih optimal apabila peningkatan kompetensi teknis diintegrasikan dengan penguatan manajemen usaha dan pemanfaatan teknologi digital. Sinergi antar-komponen tersebut tidak hanya memperbaiki kualitas produk dan strategi pemasaran, tetapi juga memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis secara lebih adaptif. Karima *et al.* (2025) menyatakan bahwa peningkatan kapasitas yang didukung pelatihan manajemen, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta mendukung keberlanjutan pertumbuhan UMKM. Dengan demikian, program ini tidak hanya menghasilkan peningkatan kompetensi individu, tetapi juga menjadi fondasi bagi pengembangan usaha kerajinan tas ketak yang lebih mandiri, profesional, dan berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Jeruah, Desa Montong Beter, Kecamatan Sakra Barat, Kabupaten Lombok Timur telah berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM pengrajin tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Pendekatan pendampingan partisipatif yang dipadukan dengan metode *learning by doing* memberikan kesempatan kepada peserta untuk memperoleh pengetahuan sekaligus keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usahanya. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menguasai proses produksi tas ketak secara lebih mandiri, menghitung harga pokok produksi (HPP) sebagai dasar penetapan harga jual, menghasilkan foto produk yang lebih berkualitas, memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran, serta menyusun katalog produk sebagai media promosi yang lebih profesional.

Integrasi antara pelatihan produksi, manajemen usaha, fotografi produk, pemasaran digital, dan penyusunan katalog memberikan dampak positif terhadap penguatan kapasitas pelaku UMKM. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan meningkatnya kompetensi tersebut, pelaku UMKM memiliki kesiapan yang lebih baik untuk mengembangkan usaha kerajinan tas ketak secara mandiri, meningkatkan daya saing produk, serta mendukung keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal.

Keberlanjutan program penguatan kapasitas UMKM memerlukan pendampingan yang dilakukan secara berkesinambungan agar keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat terus berkembang dan diterapkan secara konsisten dalam kegiatan usaha. Pendampingan lanjutan dapat diarahkan pada penguatan strategi pemasaran digital yang lebih luas, seperti optimalisasi *marketplace*, pengelolaan *branding*, pembuatan konten promosi yang lebih kreatif, serta pemanfaatan iklan digital untuk meningkatkan jangkauan pasar. Selain itu, diperlukan pembinaan mengenai pengelolaan keuangan usaha, pencatatan transaksi, dan pengembangan inovasi produk agar pelaku UMKM mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing produknya secara berkelanjutan.

Pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan lainnya diharapkan dapat memperkuat sinergi dalam memberikan pendampingan, akses terhadap pelatihan lanjutan, serta dukungan promosi dan pemasaran bagi UMKM kerajinan tas ketak. Kolaborasi tersebut diharapkan dapat memperluas akses pasar, meningkatkan produktivitas, serta mendorong kerajinan tas ketak sebagai salah satu produk unggulan daerah yang mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengembangan ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih terutama ditujukan kepada Universitas Terbuka selaku pemberi dana pengabdian atau donatur. Ucapan terimakasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

Akbar, A. A.; Lexianingrum, S. R. P.; Misnawati, D. 2024. "Pemanfaatan Digital Branding Dalam

Penguatan kapasitas UMKM kerajinan tas ketak melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital

- Upaya Peningkatan Pemasaran Umkm (Studi Kasus Palembang Harum)." *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(4):477–84.
- Auliya, S. M.; Suryani, N. 2024. "Analisis Peran Digital Dalam Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di CV . GTT Gudange Tahu Takwa Kabupaten Kediri." *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humani* 4(2):534–44.
- Azizah, Nur. 2025. "Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Model Pemberdayaan Digital Marketing." *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(4):795–800. doi: <https://10.30762/welfare.v3i4.3208>.
- Dhifaldi, D. A.; Annisa, K.; Yati, W. A.; Nada, A. F.; Rizqullah, Z. W.; Hikmawati, M. 2025. "Pembuatan Buku Katalog Sebagai Media Promosi UMKM Desa Pandanrejo." *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti* 6(2):515–25.
- Hakim, M. R.; Abdillah, K.; Sitinjak, G. A.; Prasetyoningtyas, A. A. W. 2025. "Strategi Pemasaran Digital UMKM Kuliner di Era Media Sosial." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan* 5(5):161–70. doi: 10.59818/jpm.v5i5.2058.
- Hanif, Hernawan, Taufik Hidayat, and Rofiq Noorman Haryadi. 2023. "Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional Bagi UMKM : Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas." *JABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(1):24–28. doi: <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i1.52>.
- Hawari, M. A.; Wulanningtyas, E. S.; Purnamasari, A.; Yanuariamy, C. D.; Shinta, K. S.; Itlay, I.; ... dan Wiratama, N. S. 2026. "Penguatan Pemasaran UMKM Pengrajin Anyaman Tas Plastik Melalui Pemasaran Digital." Pp. 589–96 in *Proceedings of The National Conference on Community Engagement*. Vol. 3.
- Hutomo, Yoyok Priyo, Awa Awa, Tubagus Maulana Ibrahim, Siti Adinda Fatimatul, and Ade Budi Setiawan. 2025. "Pelatihan Dan Pendampingan Penghitungan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Daur Ulang Limbah Kecamatan Bogor Selatan Adalah Produk Yang Bisa Mendukung Perkembangan Produk Domestik Bruto (PDB), Dan Menjadi Pemain Kunci Dalam." *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 6(1):24–39. doi: 10.30997/ejpm.v6i1.16282.
- Karima, K. N.; Faizah, F. N.; Abdillah, M. R. I. 2025. "Peningkatan Kapasitas Dan Daya Saing UMKM Melalui Seminar Pemberdayaan." *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 7(1):1–10. doi: 10.36407/berdaya.v7i1.1435.
- Lukitasari, E. H.; Primasanti, Y.; Pambudi, R. S. 2026. "Pemberdayaan UMKM Pujasera Gedongan Melalui Pendampingan Foto Produk Smartphone." *Community Empowerment Journal* 4(2):257–66. doi: <https://doi.org/10.61251/cej.v4i2.378>.
- Mahsun, M.; Gadu, P.; Damayanti, S. L. P. 2021. "Penguatan Digital Marketing Pengrajin Ketak Desa Batu Mekar Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat." *Journal Of Responsible Tourism* 1(2):155–64.
- Nugroho, F.; Fauzi, A.A.; Farras, F.; Mindiyarti, N.; Hanafi, M.I.; Kamilah, S. 2025. "Pelatihan Dan Pemberdayaan UMKM Di Kota Pangkal Pinang Melalui Digital Marketing." *Pelayanan Unggulan; Jurnal Pengabdian Masyarakat Terapan* 2(1):120–30. doi: <https://doi.org/10.62951/unggulan.v2i1.1206>.
- Prihandoyo, W.B.; Suryani, N. .. Hulaifi. 2024. "Pendampingan Digital Marketing Pada Pengrajin Rotan Di Dusun Jerua Desa Montong Beter , Kecamatan Sakra Barat , Kabupaten Lombok Timur." *JCES (Journal of Character Education Society)* 7(4):303–10.
- Rahmat, M. R. A.; Setiawan, A.; Macenning, A. R. A. D. 2025. "PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK UNTUK STRATEGI MARKETING KREATIF." *Jurnal Pengabdian Indonesia (JPI)* 1(1):40–48.
- Renaldi, Faiza, Sigit Anggoro, Irma Santikarama, Tacbir Hendro P, and Dea Destiani. 2025. "Peningkatan Kapasitas Pengetahuan UMKM Dalam Pemasaran Digital Di Kota Cirebon : Sebuah Kegiatan Terintegrasi Dalam Program Pengabdian Masyarakat." *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma* 6:706–17.
- Setyawan, Y.; Maulana, F.; Fahmi, M.; Putratawa, T.; Jatisunda, M. G. 2025. "Pemberdayaan UMKM Melalui Sosialisasi Dan Penguatan Kapasitas Pelaku Usaha Di Desa Cageur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan." *SANISKALA: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(2):72–77.
- Suryani, N.; W. B. .. Prihandoyo, R. .. Sudarwo, and K. .. Hulaifi Anam. 2021. "Bros and Viral

- Marketing Training for Households." *JCES (Journal of Character Education Society)* 4(1):270–79. doi: <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.3770>.
- Sutoni, A.; Randany, M. R. 2021. "Pendampingan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Di Desa Rancagoong .," *Ikra-Ith Abdimas* 4(2):127–34.
- Yusniar, M. W.; Rifani, A.; Dewi, M. S.; Redawati, R.; Asma, R.; Stiadi, D.; Budiman, A. 2024. "Pelatihan Digital Marketing Berbasis Media Sosial Dan Marketplace Bagi UMKM Di Lahan Basah." *Urnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 2(10):4492–99.