Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
https://journal-center.litpam.com/index.php/linov

September 2026 Vol. 11, No. 3
e-ISSN: 2541-626X
pp. 1541-1549

Penguatan Kapasitas Usaha Keben di Kabupaten Bangli Melalui Optimalisasi Produksi dan Pemasaran

Cokorda Istri Sri Widhari[1]*,Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari Sarja[1], I Made Riyan Adi Nugroho[2], Tyas Raharjeng Pamularsih[1], Nyoman Ayu Nila Dewi[3]
[1]Tourism Department, Politeknik Negeri Bali. Jl. Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung, Bali, Indonesia. Postal code:80364
[2]Information Technology Department. Politeknik Negeri Bali. Jl. Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung, Bali, Indonesia. Postal code:80364
[3]Program Studi Sistem Informasi. Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali. Jl.Raya Puputan No 86 Renon, Denpasar, Bali. Postal code:80226

*Corresponding Author e-mail: widhari@pnb.ac.id

Received: August 2026; Revised: August 2026; Published: September 2026

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UKM pengrajin keben di Desa Bunutin, Kabupaten Bangli, yang menghadapi permasalahan berupa keterbatasan peralatan produksi, variasi produk, serta pemasaran yang masih bergantung pada pasar konvensional dan pengepul. Kegiatan dilaksanakan pada Maret–September 2026 dengan melibatkan lima peserta mitra melalui tahapan sosialisasi dan identifikasi kebutuhan, pelatihan dan penerapan peralatan produksi, diversifikasi produk, pendampingan pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi. Pada aspek produksi, mitra memperoleh 15 canting, 5 kompor batik, 2 alat semprot, dan 5 set alat pelindung kerja. Pelatihan mencakup penggunaan peralatan, penerapan keselamatan dan kesehatan kerja, serta pengembangan variasi produk. Pendampingan diversifikasi menghasilkan 150 unit produk dengan bentuk dan fungsi yang lebih beragam. Pada aspek pemasaran, mitra memperoleh pelatihan pembuatan konten, foto dan deskripsi produk, serta pemanfaatan TikTok dan Facebook Marketplace sebagai media promosi dan penjualan daring. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah intervensi selama periode kegiatan. Hasil monitoring menunjukkan kapasitas produksi meningkat dari 500 menjadi 750 unit per minggu atau sebesar 50%, sedangkan penjualan meningkat dari 350 menjadi 500 unit per minggu atau sebesar 42,86%. Kegiatan juga menghasilkan variasi produk baru dan dua kanal pemasaran digital sebagai alternatif pemasaran konvensional. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan produktivitas mitra setelah penerapan peralatan produksi, diversifikasi produk, dan pendampingan pemasaran digital.

Kata Kunci: Anyaman Bambu, Keben, Marketplace, Pemasaran Digital, Teknologi Produksi

Strengthening the Capacity of Keben Businesses in Bangli Regency through Production and Marketing Optimization

Abstract: *This community service initiative was conducted with a keben (traditional woven container) artisan SME in Bunutin Village, Bangli Regency. The business faced challenges regarding limited production equipment and product variety, as well as a marketing strategy that relied heavily on conventional markets and middlemen. The project ran from March to September 2026, involving five partner participants through stages that included needs assessment, equipment training and implementation, product diversification, digital marketing mentoring, and monitoring and evaluation. Regarding production, partners received 15 *canting* tools, 5 batik stoves, 2 sprayers, and 5 sets of workplace safety gear. Training covered equipment usage, occupational health and safety practices, and product variety development. Diversification efforts resulted in the creation of 150 product units featuring more diverse shapes and functions. In terms of marketing, partners received training on content creation, product photography and descriptions, and the use of TikTok and Facebook Marketplace for online promotion and sales. Evaluation involved comparing conditions before and after the intervention period. Monitoring results indicated a 50% increase in production capacity—rising from 500 to 750 units per week—and a 42.86% increase in sales, rising from 350 to 500 units per week. The initiative also yielded new product variations and established two digital marketing channels as alternatives to conventional marketing methods. Overall, the results demonstrate increased partner productivity following the implementation of new production equipment, product diversification, and digital marketing mentoring.*

Keywords: *Bamboo Weaving, Keben, Marketplace, Digital Marketing, Production Technology*

***How to** Cite:* Widhari, C. I. S., Sarja, N. L. A. K. Y., Nugroho, I. M. R. A., Pamularsih, T. R., & Dewi, N. A. N. (2026). Penguatan Kapasitas Usaha Keben di Kabupaten Bangli Melalui Optimalisasi Produksi dan Pemasaran. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *11*(3), 1541-1549. https://doi.org/10.36312/linov.v11i3.6659

https://doi.org/10.36312/linov.v11i3.6659

Copyright© 2026, Widhari et al
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.

PENDAHULUAN

Keben merupakan kebutuhan primer bagi umat Hindu di Bali untuk menunjang aktivitas ritual keagamaan sehari-hari. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini Ibu Agung Oka Tirta adalah UKM Pengrajin Keben yang berlokasi di wilayah Desa Bunutin Kecamatan Bangli. Usaha mitra sudah di mulai dari tahun 2017 dengan 5 orang karyawan yang membantu usaha keben. Secara kewilayahan daerah ini merupakan sentra kerajinan bambu dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah. Namun potensi geografis ini belum diimbangi dengan teknologi produksi yang mumpuni. Dalam tahap proses produksi dan bahan baku mitra masih menggunakan proses manual dalam pengolahan bambu mentah menjadi irisan tipis. Standarisasi ketebalan anyaman belum konsisten karena hanya mengandalkan perasaan atau intuisi (Agustine et al., 2021; Rosyida et al., 2022). Proses pemberian motif atau desain pada keben masih menggunakan teknik lukis manual atau kuas biasa yang memakan waktu lama(Anthori et al., 2021; Fibriyanti et al., 2021). Selain itu, proses pengeringan produk setelah tahap *finishing* (pernis atau cat) sangat bergantung pada cuaca yaitu sinar matahari(Muslih et al., 2020). Jika hujan turun, produksi terhenti total atau produk menjadi lembap dan berjamur tingkat kerusakan produk mencapai 15-20% di musim hujan. Kapasitas produksi saat ini rata-rata hanya mencapai 500 keben per minggu. Produk cenderung monoton dengan bentuk itu saja dan belum bervariasi sehingga produk sulit untuk dapat bersaing di pasar atau pusat oleh-oleh. Penghasilan UKM dalam 1 bulan mencapai Rp 5.000.000 hal ini menjadi tidak menentu dikarenakan faktor cuaca dan beberapa material yang sulit didapatkan yaitu minyak tanah. Proses pengerjaan satu buah keben dari tahap menganyam hingga dekorasi memerlukan waktu 2-3 hari.

Alat yang digunakan masih konvensional yaitu pisau raut, kuas, dan jemuran bambu. Manajemen keuangan masih bersifat manual(Fibriyanti & Zulyanti, 2020). Pemasaran dilakukan secara konvensional dengan menitipkan barang di pasar tradisional atau menunggu pesanan dari pengepul(Abdurrahman et al., 2020). Harga jual saat ini berada di kisaran Rp50.000 hingga Rp150.000 per unit, dengan margin keuntungan yang tipis karena panjangnya rantai distribusi penjualan. Pemasaran hanya dilakukan dengan menunggu pedagang atau *resseler* yang datang untuk mengambil produk yang akan dijual kembali. Mitra memiliki pemahaman yang minim terkait dengan teknologi untuk memasarkan produk yang dihasilkan.



Gambar 1. Analisis Situasi Mitra

Permasalahan dalam kegiatan pengabdian ini berfokus pada 2 aspek yaitu aspek produksi dan aspek pemasaran. Dengan permasalahan utama berkaitan

dengan produk yang dihasilkan tidak bervariasi dan alat produksi yang digunakan masih manual. Untuk aspek pemasaran dimana mitra belum memiliki media sosial untuk dapat memasarkan produk(T. Widiastuti et al., 2022). Solusi yang dapat diberikan dalam kegiatan pengabdian ini untuk dapat membantu mitra dalam meningkatkan jumlah produksi adalah dengan memberikan alat bantuan berupa alat canting, satu set canting untuk membatik keben. Dari sisi bahan baku, ketersediaan bambu jenis tali dan bambu di wilayah Bangli relatif stabil karena didukung oleh lingkungan geografis sebagai sentra kerajinan bambu.

Kegiatan Pengabdian ini memiliki kaitan dengan indikator capaian: (1) SDGs (Sustainable Development Goals): Mendukung poin ke-8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan poin ke-9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) melalui penguatan usaha mikro berbasis kearifan lokal; (2) IKU (Indikator Kinerja Utama) Perguruan Tinggi: Memenuhi IKU 3 (Dosen berkegiatan di luar kampus) dan IKU 5 (Hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat); (3) Asta Cita: Sejalan dengan misi penguatan ekonomi kerakyatan dan pembangunan dari desa untuk pemerataan ekonomi.

Berdasarkan identifikasi permasalahan prioritas yang telah disepakati bersama mitra UKM Pengrajin Keben, tim pengusul menawarkan solusi komprehensif yang mengintegrasikan intervensi teknologi tepat guna (TTG) dan penguatan manajemen usaha. Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diberikan tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu produksi, tetapi juga dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi secara terukur. Berdasarkan hasil identifikasi awal, UKM pengrajin keben di Desa Bunutin, Kabupaten Bangli menghadapi dua permasalahan utama, yaitu aspek produksi dan pemasaran. Pada aspek produksi, keterbatasan peralatan menyebabkan proses pengerjaan masih membutuhkan waktu relatif lama dan kapasitas produksi terbatas. Variasi produk yang dihasilkan juga masih terbatas, sehingga diperlukan pengembangan produk yang lebih beragam dengan tetap mempertahankan karakteristik kerajinan anyaman bambu. Pada aspek pemasaran, penjualan masih didominasi melalui pasar konvensional dan pengepul, sedangkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran belum optimal.

Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan program pengabdian yang difokuskan pada penerapan peralatan produksi, diversifikasi produk, penerapan keselamatan dan kesehatan kerja (K3), serta pendampingan pemasaran digital. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas variasi produk, dan membuka alternatif saluran pemasaran melalui pemanfaatan TikTok dan Facebook Marketplace. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memperkuat kapasitas usaha mitra melalui peningkatan produktivitas dan perluasan akses pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada Maret–September 2026 pada UKM pengrajin keben di Desa Bunutin, Kabupaten Bangli, dengan melibatkan 5 orang peserta mitra. Pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui empat tahapan, yaitu sosialisasi dan identifikasi kebutuhan, pelatihan dan penerapan teknologi produksi, pendampingan pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi. Intervensi produksi meliputi pemberian 15 canting, 5 kompor batik, 2 alat semprot, 5 set alat pelindung kerja, serta pendampingan diversifikasi sebanyak 150 unit produk. Pelatihan mencakup penggunaan dan perawatan peralatan, penerapan K3, pengembangan variasi produk, serta pemasaran digital melalui TikTok dan Facebook Marketplace.

Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan before-after dengan membandingkan kondisi awal mitra sebelum intervensi dengan hasil monitoring hingga September 2026. Indikator evaluasi meliputi kapasitas produksi dan penjualan mingguan, diversifikasi produk, penggunaan peralatan produksi dan alat pelindung kerja, serta penerapan pemasaran digital. Data produksi dan penjualan diperoleh dari catatan mitra atau hasil wawancara dan observasi tim - sesuaikan dengan sumber data sebenarnya dan digunakan untuk mengukur perubahan setelah pelaksanaan program.

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan pada proposal, meliputi kegiatan sosialisasi, penyerahan peralatan produksi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan bersama mitra UKM pengrajin keben di Desa Bunutin, Kabupaten Bangli, dengan tujuan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pada aspek produksi dan pemasaran. Kegiatan diawali dengan sosialisasi kepada mitra mengenai tujuan, tahapan pelaksanaan, serta luaran yang akan dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat(Wayan et al., 2025). Sosialisasi dilaksanakan melalui diskusi bersama mitra untuk menyamakan persepsi mengenai permasalahan yang dihadapi dan solusi yang akan diterapkan. Pada tahap identifikasi kebutuhan, tim melakukan observasi terhadap proses produksi yang sedang berjalan, mulai dari proses pembuatan motif, proses finishing, hingga variasi produk yang dihasilkan(Evasari et al., 2019; Nugrahaningsih et al., 2021). Hasil identifikasi menunjukkan bahwa proses produksi masih menggunakan peralatan sederhana, waktu pengerjaan relatif lama, serta produk yang dihasilkan masih terbatas pada keben dengan desain konvensional. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, disepakati bahwa fokus kegiatan pada aspek produksi diarahkan pada peningkatan efisiensi proses kerja, peningkatan kualitas hasil produksi, dan pengembangan variasi produk.

Penyerahan peralatan dilakukan secara langsung kepada mitra disertai penjelasan mengenai fungsi, cara penggunaan, serta perawatan masing-masing peralatan. Adapun dokumentasi kegiatan ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Penyerahan Alat produksi

Gambar 2 merupakan dokumentasi penyerahan alat produksi yang dibutuhkan untuk mendukung kemajuan usaha mitra. Pada aspek produksi, tim menyerahkan 15 canting, 5 unit kompor batik, dan 2 unit alat semprot kepada mitra. Peralatan tersebut digunakan untuk mendukung proses pembuatan motif, pewarnaan, dan finishing produk. Penyerahan alat dilanjutkan dengan pelatihan praktik penggunaan dan perawatan peralatan sehingga mitra memperoleh pengalaman langsung dalam penerapannya pada proses produksi (Parnata et al., 2021). Materi pelatihan meliputi pengaturan suhu kompor batik, teknik penggunaan canting untuk menghasilkan motif yang rapi, serta teknik penyemprotan warna dan finishing menggunakan alat semprot. Selama pelatihan, mitra diberikan kesempatan untuk mempraktikkan penggunaan setiap peralatan dengan pendampingan dari tim pengabdian hingga mampu mengoperasikan seluruh peralatan secara mandiri.



Gambar 3. Pelatihan penggunaan alat

Selain peningkatan proses produksi, kegiatan juga difokuskan pada pengembangan variasi produk sebagai upaya meningkatkan nilai tambah usaha. Tim pengabdian mendampingi mitra dalam merancang dan membuat produk baru berupa wakul serta variasi desain keben yang memiliki bentuk, motif, dan fungsi yang lebih beragam. Pengembangan produk dilakukan dengan tetap mempertahankan ciri khas kerajinan anyaman bambu Bali, namun disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang lebih luas. Pelatihan juga mencakup penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) dengan pemberian 5 set alat perlindungan kerja dan edukasi penggunaan masker pada proses pencantingan dan penyemprotan untuk mengurangi paparan asap dan partikel selama proses produksi. Diversifikasi produk ini diharapkan dapat memberikan alternatif pilihan kepada konsumen serta membuka peluang pasar baru di luar kebutuhan sarana upacara keagamaan.



Gambar 4. Variasi Produk

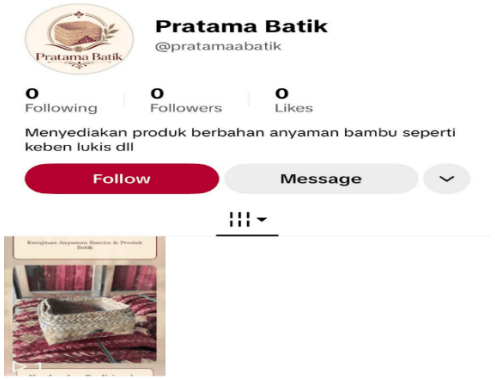
Gambar 4 merupakan variasi produk, dimana mitra diberikan produk baru selain yang telah diproduksi selama ini. Beberapa produk baru yang diberikan adalah wakul, tempat souvenir, dan tempat buah. Selain diberikan produk mitra juga diberikan variasi warna dan desain yang baru untuk menambah karya usaha. Harapan nya dengan kegiatan ini menjadi lebih beragam produk yang dihasilkan.

Kegiatan pada aspek pemasaran diawali dengan pelatihan digital marketing yang bertujuan meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya pemasaran berbasis digital dalam memperluas jangkauan pasar(Herman Was et al., 2021; Nugrahaningsih et al., 2021). Pelatihan dilaksanakan melalui penyampaian materi dan praktik langsung mengenai konsep pemasaran digital, pengenalan berbagai platform media sosial dan marketplace, teknik pengambilan foto produk, penyusunan deskripsi produk yang menarik, serta strategi promosi untuk meningkatkan minat konsumen.



Gambar 5. Pelatihan Digital Marketing

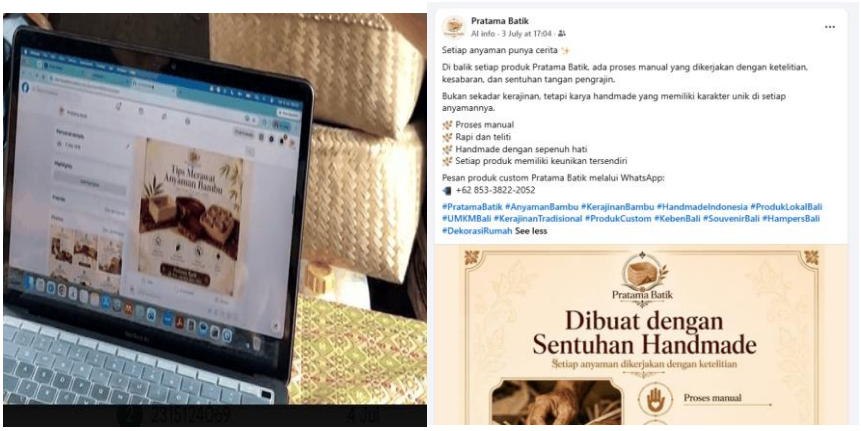
Sebagai tindak lanjut dari pelatihan, tim pengabdian mendampingi mitra dalam pembuatan akun TikTok sebagai media promosi produk(Eri Werdani et al., 2020). Pendampingan meliputi proses registrasi akun, penyusunan profil usaha, pembuatan identitas usaha, hingga pengunggahan konten perdana yang menampilkan proses produksi dan hasil kerajinan keben. Selain itu, mitra juga diberikan pendampingan mengenai teknik pembuatan konten yang menarik, penggunaan tagar (hashtag), penulisan caption, serta waktu yang efektif untuk mengunggah konten agar dapat menjangkau lebih banyak pengguna. Dengan adanya akun TikTok, mitra memiliki media promosi yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas.



Gambar 6. Akun media sosial Tiktok

Gambar 6 merupakan tampilan media sosial TikTok yang diberikan kepada UKM. Salah satu media sosial yang saat ini menjadi populer untuk pemasaran online. Sehingga upaya peningkatan pemasaran dilakukan dengan memberikan pelatihan pembuatan akun dan konten pada TikTok. Akun mitra dapat dilihat pada @pratamabatik.

Selain media sosial, tim pengabdian juga mendampingi mitra dalam pembuatan toko pada platform marketplace sebagai sarana penjualan produk secara daring. Tahapan yang dilakukan meliputi pendaftaran akun penjual, pengaturan profil toko, pengunggahan foto produk, penulisan spesifikasi dan deskripsi produk, penentuan harga jual, serta pengaturan metode pengiriman. Pendampingan ini bertujuan agar mitra mampu mengelola toko daring secara mandiri dan memanfaatkan marketplace sebagai alternatif saluran penjualan selain pemasaran secara langsung maupun melalui pengepul.



Gambar 7. Facebook

Dokumentasi 7 merupakan tampilan hasil kegiatan untuk pelatihan marketplace yang diberikan ke UKM. Pelatihan ini untuk dapat memperluas informasi tentang pembuatan produk anyaman bambu. Masyarakat dapat melihat produk melalui @ Pratama Batik pada Facebook. Seluruh produk yang akan di pasarkan juga di promosikan pada media sosial ini.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Program

Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program	Perubahan
Kapasitas produksi	500 unit/minggu	750 unit/minggu	+50%
Penjualan	350 unit/minggu	500 unit/minggu	+42,86%
Pemasaran digital	Belum tersedia	TikTok & Facebook Marketplace	2 kanal digital
Diversifikasi produk	Produk terbatas	150 unit produk diversifikasi	Meningkat

Sumber: Hasil monitoring dan data mitra selama pelaksanaan program, Maret–September 2026.

Hasil monitoring menunjukkan adanya perubahan pada kapasitas produksi dan penjualan setelah pelaksanaan program. Kapasitas produksi meningkat dari 500 menjadi 750 unit per minggu atau sebesar 50%, sedangkan penjualan meningkat dari

350 menjadi 500 unit per minggu atau sebesar 42,86%. Selain peningkatan tersebut, kegiatan menghasilkan 150 unit produk diversifikasi serta pemanfaatan TikTok dan Facebook Marketplace sebagai kanal pemasaran digital. Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan produktivitas dan perluasan sarana pemasaran setelah penerapan peralatan produksi, diversifikasi produk, dan pendampingan pemasaran digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UKM pengrajin keben di Desa Bunutin, Kabupaten Bangli telah dilaksanakan melalui penerapan peralatan produksi, diversifikasi produk, penerapan K3, dan pendampingan pemasaran digital.

Hasil monitoring menunjukkan bahwa kapasitas produksi meningkat dari 500 menjadi 750 unit per minggu atau sebesar 50%, sedangkan penjualan meningkat dari 350 menjadi 500 unit per minggu atau sebesar 42,86%. Kegiatan juga menghasilkan 150 unit produk diversifikasi serta penerapan TikTok dan Facebook Marketplace sebagai alternatif kanal pemasaran digital.

Pemberian peralatan produksi dan alat perlindungan kerja disertai pelatihan penggunaan peralatan serta penerapan K3 dalam proses produksi.

Secara keseluruhan, kegiatan menunjukkan adanya peningkatan produktivitas dan perluasan sarana pemasaran mitra setelah pelaksanaan program.

REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian serupa diharapkan dapat dilanjutkan dengan fokus pada pengembangan kemasan produk, perluasan jaringan pemasaran, dan peningkatan kapasitas manajemen usaha sehingga keberlanjutan dan kemandirian UKM dapat terus ditingkatkan.

ACKNOWLEDGMENT

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Politeknik Negeri Bali melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) atas dukungan dan pendanaan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada mitra dan seluruh peserta atas partisipasi aktif dan kerja sama selama seluruh rangkaian program berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, *2*(1), 88–92.

Agustine, D., Septiana Windyasari, V., & Rismaningsih, F. (2021). *Pelatihan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Desa Rancagong*. https://doi.org/10.24853/jpmt.3.2.57-64

Anthori, M., Mirana, L. Y., Syah, M. F. J., Fauziati, E., Fadhli, M., & Kusparlina, E. P. (2021). Peningkatan Mutu Kreativitas Masyarakat Melalui Pemanfaatan Kerajinan Tangan Anyaman di Dukuh Jiwir Magetan. *Buletin KKN Pendidikan*, *3*(2), 107–116. https://doi.org/10.23917/bkkndik.v3i2.15693

Eri Werdani, R., Imani Kurniawati, N., Bhimo Sukoco, J., Windriya, A., Iskandar, D., Pemasaran, M., Perkantoran, A., Perusahaan, A., Publik, K., & Universitas

Diponegoro Jl ProfSoedharto, S. (2020). *Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media Training Of Marketing Homemade Product Through Social Media 1)*. *4*(1).

Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 75. https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603

Fibriyanti, Y. V., & Zulyanti, N. R. (2020). Pengembangan UMKM Kerajinan Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan. *Jurnal Karya Abdi*, *4*(3), 394–398.

Fibriyanti, Y. V., Zulyanti, N. R., & Alfiani. (2021). Pengembangan Umkm Kerajinan Anyaman Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, *5*(2), 438–446.

Herman Was, G., Sariningsih, A., Bina Mandiri, S., Bogor, K., & Barat, J. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, *1*(1).

Muslih, M., Etica, U., & dkk. (2020). Pengembangan Sentra Produksi Kemasan Berbasis Anyaman Bambu Melalui Pemberdayaan Karang Taruna dan PKK untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *ENGAGEMENT Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 343–362.

Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 8. https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574

Parnata, I. K., Wahyuni, L. M., Sadguna, I. G. A. J., & Yuniastari Sarja, N. L. A. K. (2021). Penerapan Teknologi Tepat Guna Dalam Produksi Dan Pemasaran Usaha Betutu Khas Bali Di Banjar Mawang Kaja, Ubud, Gianyar. *Dharmakarya*, *10*(4), 353. https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i4.35247

Rosyida, I. A., Sofeny, D., Setyawan, W. A., Ningrum, E. W., & Fajri, R. N. L. (2022). Pemberdayaan Pengrajin Anyaman Bambu Untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar Di Desa Krangkong. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, *3*(2), 244–255. https://doi.org/10.35311/jmpm.v3i2.107

Wayan, N., Astuti, W., Luh, N., Kartika, A., Sarja, Y., Made, I., Adiaksa, A., Pamularsih, R., Ketut Pradani, N., Sarja, G., Dwijuliasri, K. A., Made, N., & Puspita, A. M. (2025). Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Digital Branding untuk Penguatan Pemasaran Produk Dodol Khas Desa Selat Karangasem sebagai Kearifan Lokal Bali. *Desember*, *10*(4), 1210–1218. https://doi.org/10.36312/etx3w337

Widiastuti, T., Widayat, G. M., Kharisma, D., Prasetyani, E. T., & Ilyasa Fatkhur, D. F. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran Online Bagi Umkm Di Kelurahan Mlatibaru Semarang. In *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 4, Number 1). https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3261