

PELATIHAN PROMOSI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN USAHA KECIL DAN MENENGAH PENGRAJIN ROTAN DESA LANGKO KECAMATAN JANAPRIA

M. Hafifuddin Mansur^{1*} & Jihadul Akbar²

¹ Sistem Informasi, STMIK Lombok

² Teknik Informatika, STMIK Lombok

*email: hafifuddinmansur@gmail.com

Submit Tgl: 30-Mei-2025

Diterima Tgl: 30-Mei-2025

Diterbitkan Tgl: 31-Mei-2025

Abstrak: Pemasaran digital saat ini telah menjadi sebuah kebutuhan yang sangat mendesak, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), dalam rangka menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan kompetitif. Di Desa Langko, Kecamatan Janapria, para pengrajin rotan masih bergantung pada metode pemasaran yang bersifat konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan potensi media digital sebagai sarana promosi produk mereka. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan para pengrajin dalam menerapkan digital marketing melalui pelatihan berbasis praktik langsung. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup tahap perencanaan, pelatihan, praktik lapangan, dan evaluasi yang dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*. Kegiatan berlangsung selama dua hari dan diikuti oleh tujuh orang peserta. Materi yang diberikan meliputi pembuatan akun bisnis di media sosial, teknik mengunggah produk, penulisan caption promosi, serta strategi branding dasar produk kerajinan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta. Semua peserta berhasil menjalankan tugas-tugas pelatihan dengan baik. Namun demikian, tantangan seperti terbatasnya infrastruktur internet dan literasi digital masih menjadi kendala. Program ini menunjukkan bahwa pendekatan praktis sangat efektif dalam memberdayakan UMKM berbasis lokal.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Promosi Produk, Digitalisasi, Media Sosial

Cara mengutip Mansur, M. H., & Akbar, J. (2025). Pelatihan Promosi Digital Marketing dalam Meningkatkan Usaha Kecil dan Menengah Pengrajin Rotan Desa Langko Kecamatan Janapria. *JPEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227-234. <https://doi.org/10.71456/adc.v3i2.1270>

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional, terutama di daerah pedesaan yang bergantung pada kekuatan komunitas lokal. Dalam sektor kerajinan tangan, rotan menjadi salah satu komoditas unggulan yang mampu memberikan nilai tambah signifikan melalui kreativitas dan inovasi lokal. Keberadaan pengrajin rotan di berbagai wilayah Indonesia tidak hanya mencerminkan warisan budaya, tetapi juga menyediakan peluang ekonomi yang menjanjikan, khususnya bagi masyarakat desa. Namun, seiring dengan transformasi ekonomi

digital global, pelaku UMKM berbasis kerajinan tradisional menghadapi tantangan besar dalam hal adopsi teknologi, pemasaran modern, dan koneksi ke pasar digital yang lebih luas (Amalia et al., 2021), (Gadzali, 2024). Dalam konteks ini, pelatihan promosi digital menjadi penting untuk menjembatani kesenjangan antara potensi lokal dan tuntutan pasar global.

Desa Langko di Kecamatan Janapria merupakan salah satu wilayah di Nusa Tenggara Barat yang dikenal sebagai sentra kerajinan rotan. Namun demikian, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Mayoritas pengrajin di desa ini masih

mengandalkan metode penjualan tradisional seperti menjual langsung ke konsumen lokal atau melalui perantara. Minimnya pengetahuan mengenai promosi digital, kurangnya akses terhadap pelatihan teknologi informasi, serta keterbatasan infrastruktur digital telah menghambat perkembangan usaha mereka. Padahal, dalam era digital saat ini, keberadaan media sosial, marketplace, dan konten kreatif visual dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing produk kerajinan (Prihandoyo et al., 2024), (Arini et al., 2022).

Beberapa isu yang dihadapi oleh para mitra pengrajin rotan di Desa Langko mencakup rendahnya literasi digital, tidak adanya strategi pemasaran yang berbasis data, dan kurangnya pemahaman terhadap branding produk. Hal ini berdampak langsung pada keterbatasan akses pasar dan stagnasi pendapatan usaha. Selain itu, kurangnya kepercayaan diri untuk memanfaatkan platform digital menjadi salah satu penghambat utama dalam transformasi digital UMKM lokal. Beberapa pengrajin bahkan tidak memiliki dokumentasi produk yang layak, seperti foto berkualitas tinggi atau deskripsi produk yang informatif, yang sejatinya menjadi elemen penting dalam pemasaran digital (Putria et al., 2023), (Zoraifi & Arifin, 2025). Ketiadaan pelatihan formal dan pendampingan berkelanjutan turut memperparah situasi ini, sehingga diperlukan intervensi yang sistematis dan partisipatif.

Upaya peningkatan kapasitas pengrajin rotan dalam ranah promosi digital telah menjadi fokus berbagai kegiatan pengabdian masyarakat di sejumlah daerah. (Etrisia et al., 2022). menyatakan bahwa pelatihan digital marketing secara signifikan dapat meningkatkan kemampuan promosi serta keterhubungan pengrajin dengan konsumen baru melalui platform online. (Nasution et al., 2022). juga menegaskan bahwa pelatihan e-commerce dan pemanfaatan media digital memberikan dampak positif dalam hal peningkatan volume penjualan dan perluasan pasar. Sementara itu, (Syafei et al., 2023). menunjukkan bahwa strategi digital branding yang dikembangkan melalui pelatihan berdampak pada peningkatan daya saing UMKM berbasis rotan di Desa Langko .

Pendekatan serupa telah berhasil diterapkan di Dusun Lengarok Desa Langko, dengan hasil yang menunjukkan penguatan ekonomi lokal berbasis teknologi digital (Indahsari et al., 2024), (Rakhmadi & Hutagalung, 2023).

Solusi yang ditawarkan dalam program pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan promosi digital marketing yang terintegrasi dan aplikatif, dirancang untuk meningkatkan kemampuan teknis pengrajin rotan dalam memasarkan produknya. Kegiatan ini mencakup pelatihan penggunaan media sosial untuk promosi, pemanfaatan marketplace seperti Facebook, Tik Tok Shop, dan lain-lain. pembuatan konten visual produk, dan teknik dasar fotografi serta desain grafis menggunakan perangkat sederhana. Selain itu, peserta akan dibekali dengan pengetahuan mengenai branding, storytelling produk, manajemen akun bisnis digital, serta strategi komunikasi pemasaran berbasis audiens (Mualfah et al., 2023). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan praktik langsung (hands-on training) yang disertai dengan simulasi pemasaran nyata agar hasil pelatihan dapat segera diimplementasikan oleh peserta.

Pelatihan ini juga menekankan pentingnya narasi produk sebagai bagian dari strategi branding. Dalam konteks kerajinan rotan, nilai cerita lokal yang menyertai produk dapat menjadi daya tarik tersendiri di pasar digital. Oleh karena itu, kegiatan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menggali potensi kultural dan nilai-nilai lokal sebagai materi promosi yang autentik. Upaya ini selaras dengan gagasan pengembangan potensi daerah melalui narasi visual dan video promosi seperti yang dilakukan oleh (Kalis et al., 2024). Dan (Sukarman & Rahmat, 2024), yang menunjukkan bahwa dokumentasi visual kreatif mampu meningkatkan minat beli serta persepsi positif konsumen terhadap produk lokal.

Selain pelatihan teknis, pendampingan pasca pelatihan menjadi aspek penting dalam memastikan keberlanjutan hasil program. Pendampingan ini mencakup evaluasi strategi digital yang telah diterapkan, bimbingan dalam mengelola akun bisnis secara konsisten, serta penguatan jejaring bisnis antar pengrajin. Model pendampingan ini merujuk pada

pendekatan yang diterapkan oleh (Puspitosarie et al., 2021). dan (Ditahardiyani et al., 2023). yang menekankan pentingnya monitoring dan asistensi berkelanjutan untuk menjaga semangat pelaku usaha serta memperbaiki strategi yang kurang optimal secara dinamis. Selain itu, pelibatan komunitas lokal dalam kegiatan promosi digital seperti pameran daring atau kampanye media sosial bersama akan memperkuat rasa memiliki dan meningkatkan partisipasi kolektif.

Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas promosi digital pengrajin rotan di Desa Langko melalui pelatihan yang terstruktur dan pendampingan yang berkelanjutan. Dengan meningkatkan keterampilan digital marketing, diharapkan para pengrajin mampu memperluas jangkauan pemasaran produknya, meningkatkan nilai jual, serta mendorong pertumbuhan usaha secara signifikan. Lebih jauh, pengabdian ini diharapkan dapat mendorong transformasi digital UMKM lokal secara menyeluruh dan berkelanjutan, serta memperkuat ekosistem kewirausahaan desa yang berbasis pada kekuatan budaya dan potensi sumber daya local (Wicaksono et al., 2021), (Aryaningtyas et al., 2025).

Melalui pelatihan promosi digital marketing ini, pengrajin rotan diharapkan tidak hanya menjadi pelaku ekonomi yang adaptif terhadap teknologi, tetapi juga mampu menjadi agen perubahan di komunitasnya masing-masing. Penguatan kapasitas ini menjadi fondasi penting dalam upaya membangun desa berbasis ekonomi kreatif dan digital yang berdaya saing tinggi. Dengan demikian, intervensi ini bukan hanya menjawab kebutuhan jangka pendek dalam hal peningkatan penjualan, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan model pemberdayaan ekonomi lokal yang inklusif, berkelanjutan, dan relevan dengan perkembangan zaman. (Mualfah et al., 2023).

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Di tengah perkembangan ekonomi digital yang pesat, pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di sektor kerajinan tradisional, seperti pengrajin rotan di Desa Langko, Kecamatan Janapria, menghadapi

tantangan besar dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. eberapa permasalahan utama yang dihadapi masyarakat mitra (UMKM pengrajin rotan) antara lain:

a. Rendahnya Literasi Digital

Sebagian besar pengrajin belum memiliki pengetahuan dasar tentang konsep digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, marketplace, atau teknik promosi berbasis konten visual.

b. Tidak Adanya Strategi Promosi Berbasis Data

Para pengrajin belum memahami bagaimana mengembangkan strategi pemasaran yang sistematis dan terukur, termasuk pentingnya branding, narasi produk H(storytelling), dan pengelolaan akun bisnis digital.

c. Kurangnya Dokumentasi Produk Berkualitas

Minimnya keterampilan dalam membuat foto produk yang menarik, menulis deskripsi yang informatif, serta desain promosi, menghambat daya tarik visual produk di pasar digital.

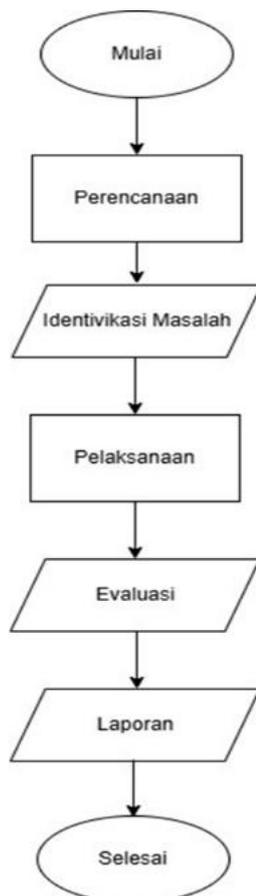
d. Keterbatasan Rasa Percaya Diri dan Pendampingan

Banyak pengrajin belum merasa percaya diri untuk mengelola akun bisnis sendiri, serta belum mendapatkan pendampingan yang berkelanjutan untuk mengembangkan keterampilan promosi digital mereka.

3. METODE PELAKSANAAN

Metode menjelaskan rancangan kegiatn pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "*Pelatihan Promosi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Pengrajin Rotan Desa Langko Kecamatan Janapria*" dilaksanakan di Dusun Lengarok, Desa Langko, Kecamatan Janapria. kegiatan dilangsungkan selama dua hari, pada Sabtu, 28 Februari 2025, pukul 09.00–10.00 WITA dan Minggu, 1 Maret 2025, pukul 09.00–11.00 WITA, dengan jumlah peserta sebanyak tujuh orang yang merupakan pelaku usaha pengrajin rotan. Mitra kegiatan ini adalah para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kerajinan

rotan dan berdomisili di Dusun Lengarak, Desa Langko. Mitra memiliki keterampilan teknis dalam produksi kerajinan, namun menghadapi kendala serius dalam pemasaran, terutama dalam mengakses dan memanfaatkan platform digital. Peralatan yg digunakan dalam pelatihan ini berupa 1). Leptop, untuk penyampaian materi dalam bentuk ceramah maupun praktek tutorial. 2). Gadget berupa Handphone beserta paket data ataupun jaringan internet, Gadget ini berguna untuk mengakses media digital yang akan dibuat akhirnya untuk pelaku UMKM tersebut.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

Langkah Kerja:

1. Tahap Perencanaan

a. Perencanaan: Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan, Lokasi kegiatan dan peserta kegiatan. Dalam koordinasi awal ini dapat menyesuaikan Lokasi, hari dan jam yang sesuai sehingga

pemberian materi pelatihan bisa dilaksanakan dan tepat sasaran.

b. Persiapan: Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah dan penataan Lokasi kegiatan serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir, konsumsi, soal pre-test, soal post-test dll.

2. Identifikasi Masalah:

a. Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung kondisi UMKM pengrajin rotan.

b. Wawancara dilakukan secara langsung untuk mengetahui informasi terkait permasalahan kendala yang dihadapi UMKM, serta kebutuhan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digital marketing.

c. Sudi Pustaka.

3. Tahap Pelaksanaan

a. Pelaksanaan pelatihan H-1: yaitu memberikan soal pre-test kepada peserta dan melakukan penyampaian materi tentang digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi. Kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan diskusi terbuka agar peserta dapat menyampaikan kendala dan pertanyaan secara langsung.

b. Pelaksanaan pelatihan H-2: Dilaksanakan dalam bentuk praktik langsung, dan disertai tutorial pembuatan akun dimedia sosial. di mana peserta membuat akun bisnis dan mengunggah konten produk rotan. Peserta didampingi secara individual selama proses praktik untuk memastikan efektivitas pembelajaran. Pendekatan seperti ini terbukti memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan digital pelaku UMKM.

4. Tahap evaluasi

Kegiatan dilakukan dengan cara memberikan soal post-test Dimana soal post-test ini diberikan setelah melakukan penyampaian materi pelatihan dan praktik. Tujuannya untuk menilai peningkatan keterampilan dan pengetahuan peserta sampai sejauh mana pemahaman setelah dilaksanakannya pelatihan ini.

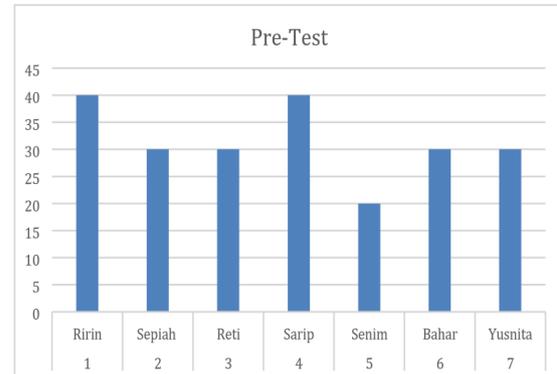
5. Penulisan laporan kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



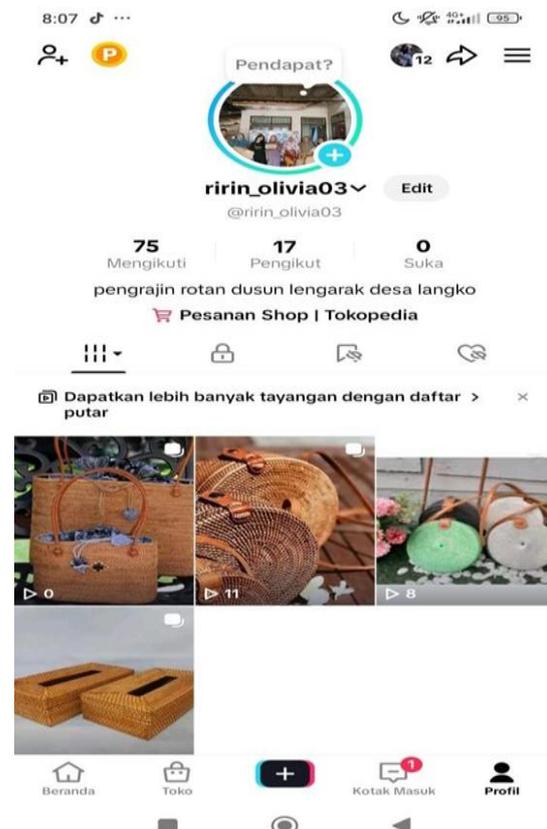
Gambar 2. Pelaksanaan dan Pelatatihan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan promosi digital marketing bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) pengrajin rotan di Desa Langko, Kecamatan Janapria, menghasilkan sejumlah temuan yang signifikan terkait peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Kegiatan ini terdiri atas empat tahapan utama, yakni perencanaan, pelatihan, praktik dan evaluasi. Kegiatan ini diikuti oleh tujuh orang peserta yang seluruhnya merupakan pengrajin rotan aktif di Dusun Lengarok. Kehadiran seluruh peserta pada pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap tema kegiatan. Dalam proses sosialisasi dan pelatihan, peserta menunjukkan keterlibatan aktif melalui tanya



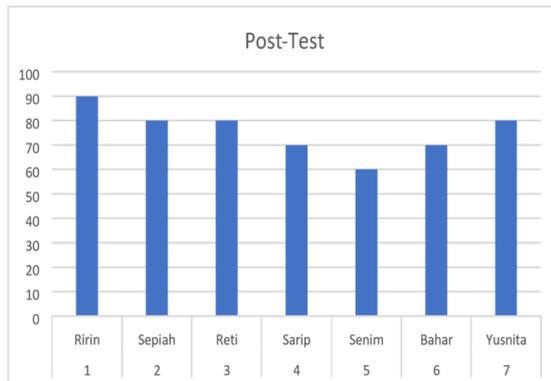
Grafik 1. Hasil Pre-Test Pelatihan

Untuk mengukur efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan peserta, dilakukan pengujian awal (pre-test). Hasil pre-test menunjukkan nilai rata-rata peserta sebelum pelatihan berada di kisaran 30–40 dari skala 100. mayoritas peserta UMKM memiliki pemahaman yang sangat terbatas mengenai digital marketing.



Gambar 3. Tutorial Mempostingngan Produk Rotan

Gambar dibawah mendeskripsikan kegiatan Pelatihan dan pendampingan kepada peserta UMKM Untuk Pembuatan Akun di Tiktok Shop dan mengajarkan cara memasarkan/memposting produk rotan yang akan dipasarkan. Dalam sesi ini pelaku UMKM diberikan tutorial dan praktik membuat akun dan memposting produk sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yg lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik. Dan diharapkan bagi peserta UMKM dapat memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar, daya saing dalam mengembangkan usaha UMKM di era digital saat ini.



Grafik 3. Hasil Post-Test Pelatihan

Hasil post-test menunjukkan pemahaman peningkatan yang signifikan, dengan nilai rata-rata peserta meningkat hingga 70–85. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta dalam hal teori dan praktik promosi digital. Peningkatan skor post-test yang cukup merata ini mencerminkan efektivitas pendekatan pembelajaran praktik langsung, dalam konteks pengabdian kepada endidikan, strategi ini terbukti efektif terutama bagi mitra dengan latar belakang endidikan formal yang beragam.

Tabel 1. Peningkatan Skor Pemahaman Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No.	Nama	Pre-Test	Post-Test
1	Ririn	40	90
2	Sepiah	30	80
3	Reti	30	80
4	Sarip	40	70
5	Senim	20	60
6	Bahar	30	70
7	Yusnita	30	80
Nilai Rata-Rata		31,42857	75,71429

Tabel diatas menunjukkan hasil awal (Pre-Test) dan hasil akhir (Post-Test) dari peserta UMKM pengrajin rotan Desa Langko Kecamatan Janapria. Tabel ini bertujuan untuk memperlihatkan perbandingan dari sebelum pelatihan sampai selesai pelatihan.



Gambar 3. Foto kegiatan UMKM

f. Terakhir kegiatan pengabdian ditutup dengan sesi foto Bersama dan ucapan terima kasih kepada peserta pengabdian dengan harapan pelatihan yg diberikan bermanfaat bagi kemajuan usaha UMKM Desa Langko Kecamatan Janapria ke depannya.

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan promosi digital marketing bagi pengrajin rotan di Desa Langko, Kecamatan Janapria, telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan

peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi usaha. Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap konsep digital marketing, penggunaan media sosial, serta kemampuan praktis dalam membuat dan mengelola konten promosi produk secara mandiri. Seluruh peserta berhasil membuat akun bisnis, mengunggah foto produk, serta memahami dasar-dasar strategi branding produk kerajinan mereka. Kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga membuka kesadaran peserta terhadap pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. Dengan meningkatnya kemampuan promosi mandiri, para pengrajin memiliki potensi untuk memperluas pasar, memperbaiki strategi harga, dan mengurangi ketergantungan terhadap perantara. Hal ini mendukung terwujudnya ekosistem wirausaha lokal berbasis komunitas yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kontribusi utama dari kegiatan ini terletak pada penerapan model pelatihan berbasis praktik langsung yang efektif dalam meningkatkan keterampilan digital masyarakat perdesaan. Pendekatan ini dapat direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa untuk memberdayakan UMKM berbasis kearifan lokal. Namun demikian, keterbatasan jumlah peserta dan durasi pelatihan menjadi tantangan tersendiri dalam mengoptimalkan cakupan dan kedalaman.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima Kasih kepada dosen pembimbing saya yaitu Bapak Jihadul Akbar, S.Kom, M.Kom yang telah memberikan bimbingan dan ucapan terimakasih juga kepada Masyarakat yang meluangkan waktu untuk mengikuti pelatihan ini.

7. REFERENSI

Amalia, A., Haris, A., Rahmayanti, S., Hanafi, K., & Novchi, R. W. (2021). Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah Perajin Rotan Di Kecamatan

Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 20–25.

Arini, M., Primastuti, H. I., Triatmaja, R., Wijayasari, E. Y. T., Rachmawati, D. N., & Ramadhanu, V. (2022). Pendampingan Promosi Media Sosial dan Kesehatan Kerja pada UMKM Kerajinan Rotan. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3).

Aryaningtyas, A. T., Suwarti, S., Wuntu, G., Putriningsih, T. S. L., & Putri, A. L. (2025). Optimalisasi Produk Lokal sebagai Daya Tarik Kampung Wisata Pakintelan Semarang. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 25(1), 77–90.

Ditahardiyani, P., Hartoni, H., & Aulia, R. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran Hijau Kerajinan Rotan untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(5), 362–373.

Etrisia, M., Izhanoor, H., Sitompul, M. C., Raskita, E. D., Syafaad, N. H., Musinin, M. A., Widiawan, R., Alimuddin, N. A., & Indrayanti, L. (2022). PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI PENGRAJIN ROTAN DI DESA PANTAI BERTUJUAN UNTUK PENINGKATAN DAYA JUAL PRODUK: Indonesia. *Pengabdian Kampus: Jurnal Informasi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(2), 36–46.

Gadzali, S. S. (2024). Pelatihan Ekonomi Kreatif Dalam Mengembangkan Produk Unggulan Lokal. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(04), 185–190.

Indahsari, L. I. N., Muawwanah, R., Hafifah, N., Sholekhatun, S., Nurhaliza, N., Akbar, R., & Amin, Z. S. (2024). Optimalisasi Branding dan Marketing Kerajinan Menjawet Rotan Khas Dayak di Desa Sepang Simin, Gunung Mas,

- Kalimantan Tengah. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 513–518.
- Kalis, M. C. I., Wahyudi, T., Arsyad, M. I., Achmad, Z. A., Mustameer, H., Ashari, A. G. P., & Rahmawan, A. R. (2024). Produksi Film Promosi Kerajinan Rotan Khas Desa Sekida, Kecamatan Jagoi Babang, Kabupaten Bengkayang. *JABN*, 4(2), 22–39.
- Mualfah, D., Malindo, Q., Gunawan, S., Zacki, M. S., & Novia, S. O. (2023). Revolusi Digital Dalam Meningkatkan Sosial Branding Dan Pemasaran Kerajinan Rotan Untuk Kesejahteraan Umkm Di Kelurahan Meranti Pandak. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 7(2), 211–220.
- Nasution, N., Nasution, F. B., & Hasan, M. A. (2022). Pelatihan Marketing Online dan Workshop E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1591–1601.
- Prihandoyo, W. B., Suryani, N., & Sudarwo, R. (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), 302–310.
- Puspitosarie, E., Mulyani, A. F., Putri, A. A., Febriliyanti, H., Husnaini, I. A., Sari, M. A. P., & Efendi, M. T. (2021). Pengabdian Masyarakat Pada Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan Sintetis Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas"(J-Solid)*, 4(2), 238.
- Putria, N. E., Hakim, A. R., & Azwanti, N. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital bagi Kelompok UMKM Sulaman Rotan. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 84–89.
- Rakhmadi, R., & Hutagalung, S. S. (2023). Training on the Using of Digital Media to Optimize Promotion of Regional Potential in Bandar Lampung City, Lampung Province: Pelatihan Pemanfaatan Media Digital Sebagai Optimalisasi Promosi Potensi Daerah Di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. *Ragom Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Sukarman, S., & Rahmat, L. B. S. D. (2024). Pembuatan Video Dokumenter Promosi dan Pameran Hasil Kerajinan Anyaman dari Bahan Rotan. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi*, 3(2), 211–220.
- Syafei, M. Y., Putra, Y. H., Hidayatullah, T., Maryadi, Y., & Feriyansyah, A. (2023). Pelatihan Promosi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Pengrajin Rotan Desa Muara Tenang Kecamatan Dempo Selatan Kota Pagar Alam. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 2378–2385.
- Wicaksono, A. R., Jauhari, J. J., Nidyah, N. W., Lalita, L. G., Hermansyah, H. M., & Yudhanto, S. H. (2021). Pelatihan Pembuatan Website Katalog Online untuk Promosi Produk Kerajinan Rotan Desa Wisata Trangsan Sukoharjo. *Abdi Seni*, 12(2), 71–75.
- Zoraifi, R., & Arifin, S. (2025). Peran Kewirausahaan dan Kualitas Layanan dalam Mendorong Daya Saing Pengrajin Rotan. *MARGIN ECO*, 9(1), 1–10.
- Sukarman, S., & Rahmat, L. B. S. D. (2024). Pembuatan Video Dokumenter Promosi dan Pameran Hasil Kerajinan Anyaman dari Bahan Rotan. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi*, 3(2), 211–220.