



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

# Pemberdayaan Industri Pengerajin Bambu di Dusun Gunung Mijil untuk Meningkatkan Penjualan melalui Pemasaran Digital

Wawan Sadtyo Nugroho<sup>1</sup> | Abizart Wicaksonando<sup>2</sup> | Vikri Putra Nur Hanan<sup>3</sup> |  
Naufal Rizky Kurniawan<sup>4\*</sup> | Agil Zamzam Kurniawan<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Muhammadiyah Magelang,  
Kota Magelang, Provinsi Jawa Tengah,  
Indonesia.

## Correspondence

<sup>4\*</sup> Universitas Muhammadiyah Magelang, Kota  
Magelang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.  
Email: naufalrizky10.nr.nr@gmail.com

## Funding information

Universitas Muhammadiyah Magelang.

## Abstract

The purpose of this service is to provide new understanding and insight to Bamboo Craftsmen that digitalized marketing and good branding will be able to expand consumers of handicraft products being sold and also retain existing consumers. The method used to achieve this goal is to carry out five stages of service activities, namely socialization, training, practice, mentoring and evaluation. The results achieved are additional insight, understanding and knowledge of bamboo craftsmen in operating social media as a means of digital marketing to sell their products. In addition, this digitalized marketing is expected to have an economic impact on bamboo craftsmen in Gunung Mijil Hamlet, Kebonsari Village.

## Keywords

Digital Marketing; Social Media; MSME; Bamboo Craftsmen.

## Abstrak

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman dan wawasan baru kepada Pengerajin Bambu bahwa dengan pemasaran yang terdigitalisasi dan branding yang baik akan dapat memperluas konsumen dari produk kerajinan yang dijual dan juga mempertahankan konsumen yang ada. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan melakukan lima tahapan kegiatan pengabdian, yaitu sosialisasi, pelatihan, praktik, pendampingan dan evaluasi. Hasil yang dicapai adalah tambahan wawasan, pemahaman dan pengetahuan para pengerajin bambu dalam mengoperasikan sosial media sebagai sarana pemasaran digital untuk menjual produknya. Selain itu, pemasaran yang terdigitalisasi ini diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi terhadap Para pengerajin bambu di Dusun Gunung Mijil, Desa Kebonsari.

## Kata Kunci

Pemasaran Digital; Sosial Media; UMKM; Pengerajin Bambu.

## 1 | PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang sangat penting dalam perekonomian suatu daerah. Sebagai pilar penting dalam perekonomian, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat stabilitas ekonomi daerah [1]. Meskipun begitu, UMKM menghadapi banyak hambatan dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Salah satu hambatan utama yang dihadapi UMKM adalah persaingan yang semakin ketat dengan banyak pesaing serupa yang menjalankan usaha yang sama. Kondisi ini membuat persaingan semakin sengit, dan setiap pengusaha harus memiliki strategi yang tepat agar bisa bertahan di pasar [2][3]. Selain itu, UMKM juga dihadapkan dengan berbagai masalah lain seperti keterbatasan modal, manajemen yang kurang efektif, kurangnya akses terhadap teknologi, dan kurangnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Masalah-masalah ini mempengaruhi kinerja UMKM dan menjadi kendala yang perlu diatasi agar UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan baik [4][5]. Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh UMKM, pemerintah dan berbagai lembaga terkait telah memberikan berbagai dukungan seperti program pelatihan, bantuan modal, akses ke pasar, serta akses ke teknologi dan Informasi [6][7]. Dukungan ini bertujuan untuk membantu UMKM agar dapat tumbuh dan berkembang menjadi lebih kompetitif di pasar [8][9].

Salah satu jenis UMKM yang harus bersaing secara ketat adalah industri kerajinan bambu. Dusun Gunung Mijil, Desa Kebonsari, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang merupakan sentra kerajinan bambu yang cukup terkenal di daerah Borobudur. Hasil kreasi warga desa yang berada di kawasan wisata candi Borobudur ini masih dipasarkan di daerah lokal. Hasil kerajinan bambu yang dihasilkan warga pun bervariasi. Mulai dari perlengkapan rumah tangga hingga hiasan rumah. Diantaranya, gelas bambu, teko bambu, sendok bambu, piring bambu. Sentra kerajinan bambu sudah menjadi sumber mata pencaharian warga kedua setelah bertani. Kerajinan bambu di Desa Kebonsari sudah ada secara turun-temurun dari generasi ke generasi. Proses pemasaran mereka masih mengandalkan penjualan secara offline baik dititipkan ke tengkulak atau langsung dipasarkan di pasar. Covid-19 menyebabkan kerugian di segala sektor, salah satu yang paling berdampak yaitu pada sektor ekonomi. Masyarakat Kebonsari khususnya para pengrajin bentuk souvenir mengalami kerugian yang cukup besar, karena tutupnya objek wisata Candi Borobudur yang menjadi pasar mereka. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi para pengrajin bambu di Dusun Gunung Mijil tersebut, kami berinisiatif untuk memberikan pendampingan kepada para pengrajin agar tahu tentang bagaimana melakukan pemasaran melalui media digital. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada para pengrajin bambu bahwa dengan pemasaran yang baik dan branding yang baik akan dapat memperluas pemasaran dari produk kerajinan yang dijual dan juga mempertahankan konsumen yang ada. Serta, tujuan lebih jauhnya adalah untuk meningkatkan perekonomian di Desa Kebonsari secara umum, dengan peningkatan penjualan dari para pengrajin desa.

Dalam upaya meningkatkan penjualan produk kerajinan anyaman bambu, beberapa peneliti melakukan berbagai inisiatif pemasaran online dan pemberdayaan pengrajin. Winanta dan Ghazali (2019) melakukan inisiasi pemasaran online melalui pembuatan website dan sosialisasi digital marketing untuk kelompok usaha kerajinan anyaman bambu di Dusun Tangkil Muntuk, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, Yogyakarta [10]. Demikian pula dengan Yunita dan Purwanto (2020) yang berhasil meningkatkan pemasaran produk kerajinan bambu di Dusun Sanggrahan I, Desa Muntuk, Dlingo, Bantul melalui program pelatihan keterampilan pemasaran, pembuatan media promosi, dan pendampingan pemasaran online [11]. Penelitian terbaru Putra *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa pelatihan keterampilan produksi dan pemasaran, serta pengembangan media promosi dan pemasaran online merupakan hal yang penting dalam pemberdayaan kelompok usaha ibu-ibu "Sari Murni" di Desa Landih, Dusun Buayang-Bangli [12]. Demikian juga Rismaningsih *et al.* (2021) yang melakukan pelatihan pemasaran online untuk kerajinan anyaman bambu di Desa Rancagong melalui pembuatan website dan sosialisasi digital marketing [13]. Syarifuddin *et al.* (2022) juga melakukan strategi pengembangan usaha kerajinan anyaman rotan dan bambu melalui pemasaran online di Kecamatan Ma'rang, Kabupaten Pangkep, Sulawesi Selatan dengan mengimplementasikan pembuatan website dan sosialisasi digital marketing, serta pengembangan media promosi dan pemasaran online [14]. Rosyida *et al.* (2022) menekankan pentingnya pemberdayaan pengrajin anyaman bambu di Desa Krangkong melalui pelatihan keterampilan produksi dan pemasaran, serta pengembangan media promosi dan pemasaran online [15]. Melalui penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa inisiasi pemasaran online dan pelatihan keterampilan produksi dan pemasaran, serta pengembangan media promosi dan pemasaran online merupakan upaya yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk kerajinan anyaman bambu dan pemberdayaan pengrajin.

Temuan kebaruan dari topik Pemberdayaan Industri Pengrajin Bambu di Dusun Gunung Mijil untuk Meningkatkan Penjualan melalui Pemasaran Digital adalah bahwa penggunaan teknologi digital dapat memberikan dampak positif bagi usaha kerajinan anyaman bambu. Melalui pemasaran digital, pengrajin dapat meningkatkan visibilitas produknya dan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pemberdayaan pengrajin melalui pelatihan keterampilan produksi dan

pemasaran serta pengembangan media promosi dan pemasaran online juga dapat meningkatkan daya saing produk kerajinan anyaman bambu di pasaran. Dengan penggunaan teknologi digital, pengrajin dapat meningkatkan kualitas produk dan mempercepat proses produksi yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha. Keterkaitan dari topik Pemberdayaan Industri Pengrajin Bambu di Dusun Gunung Mijil untuk Meningkatkan Penjualan melalui Pemasaran Digital dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah bahwa pemasaran digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan produk kerajinan anyaman bambu. Hal ini diperkuat oleh temuan-temuan dari penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Winanta dan Ghozali (2019), Yunita dan Purwanto (2020), Putra *et al.* (2021), Rismaningsih *et al.* (2021), Syarifuddin *et al.* (2022), dan Rosyida *et al.* (2022) yang juga menunjukkan bahwa pemasaran digital dan pelatihan keterampilan produksi dan pemasaran dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha pengrajin kerajinan anyaman bambu.

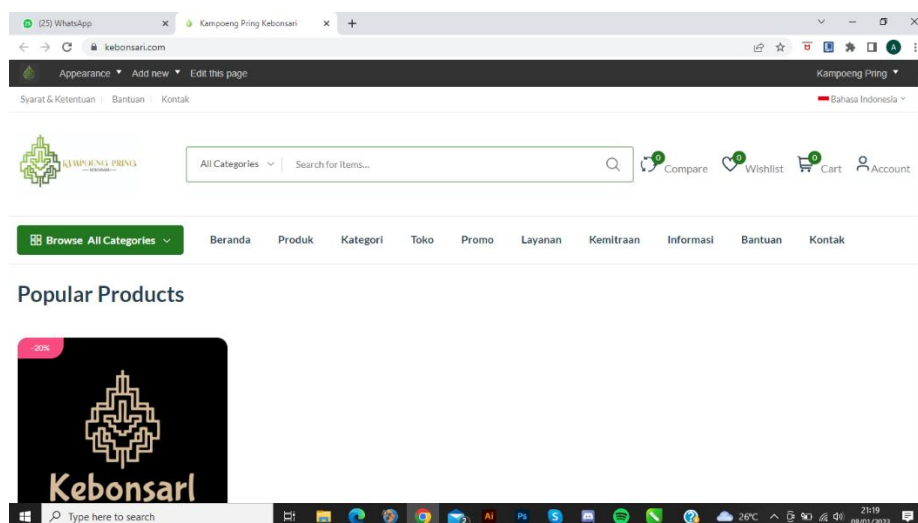
## 2 | METODE

Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan oleh tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang. Lokasi yang dipilih untuk pengabdian adalah di Desa Kebonsari yang lebih tepatnya di sanggar Kampoeng Dolanan Pring yang berada di Dusun Gunung Mijil dimana sanggar tersebut digunakan untuk berkumpul para pengrajin bambu desa. Program kerja dibuat berdasarkan hasil survey awal terkait permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi oleh para pengrajin bambu yang dilaksanakan dalam kurun waktu satu bulan (Desember 2022 sampai dengan Januari 2023). Berdasarkan hal tersebut, tim akan melaksanakan kegiatan inti pengabdian melalui beberapa langkah, yaitu (1) Pembuatan Website untuk menjual produk kerajinan bambu secara online. (2) Sosialisasi digital marketing dan foto produk untuk para pengrajin bambu agar menambah pengetahuan dan pengalaman. (3) Praktik yaitu memberikan pelatihan penggunaan Website yang telah kami buat kepada pengrajin bambu, selain itu juga kami membuat plang nama dan arah menuju sanggar Dusun Gunung Mijil. (4) Pendampingan dilakukan kepada pengrajin untuk penggunaan Website dan membantu jika terjadi kendala. (5) Evaluasi dilakukan untuk mengetahui kendala dan keridakmaksimalan dalam praktik-praktik yang telah dilaksanakan sebelumnya.

## 3 | HASIL DAN DISKUSI

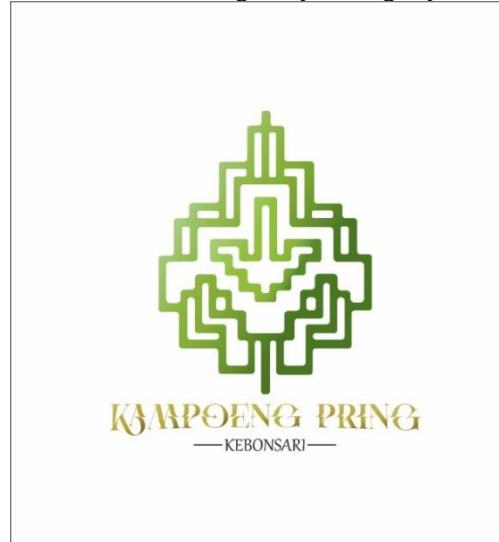
### 3.1 Hasil

Pelaksanaan PPMT di Dusun Gunung Mijil dilaksanakan dalam beberapa tahapan kegiatan. Kegiatan yang pertama adalah membuat Website penjualan, kami membuat Website penjualan secara online yang akan diberikan kepada pengrajin bambu di Dusun Gunung Mijil. Pembuatan Website ini bertujuan agar pemasaran produk kerajinan bambu semakin luas dan juga meningkatkan penjualan produk. Di tahap awal ini, tim pelaksana memberikan pemahaman tentang bagaimana kelebihan dari Website yang tim kami buat dan bagaimana cara pengoperasiannya. Dengan adanya Website ini para pengrajin bambu mempunyai tempat baru untuk menjual produk hasil dari kerajinannya. Tangkapan layar untuk Website yang kami buat dapat dilihat dari Gambar 1.



Gambar 1. Tangkap Layar Website

Kegiatan pendukung dalam pembuatan Website penjualan untuk para pengerajin yang telah dibuat, tim juga membuat logo baru untuk dimasukkan ke dalam Website tersebut yang nantinya akan menjadi ikon dalam Website penjualan kerajinan bambu di Desa Kebonsari. Untuk logo dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Logo Website Kampoeng Pring

Kegiatan berikutnya adalah melaksanakan sosialisasi digital marketing dan foto produk dengan menghadirkan narasumber yaitu Kristali Vega Hornblenda selaku ketua Tim Ahli Percepatan Pelaksanaan Program Magelang Kelurahan Entrepreneurship Center untuk sosialisasi digital marketing dan Prasetyo Aji Panglipur untuk sosialisasi foto produk. Sosialisasi ini dihadiri oleh para pengerajin bambu dan sebagian perangkat desa Kebonsari. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan menambah wawasan para pengerajin terkait digital marketing dan juga cara memfoto yang baik yang nantinya akan digunakan untuk menjual produk kerajinannya agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing dan Foto Produk

Kegiatan selanjutnya adalah praktik digital marketing dengan mendatangkan bapak Kristali Vega Hornblenda selaku ketua Tim Ahli Percepatan Pelaksanaan Program Magelang Kelurahan Entrepreneurship Center untuk yang kedua kalinya. Dengan adanya kegiatan praktik ini diharapkan para pengerajin bambu di Desa Kebonsari dapat lebih memahami terkait digital marketing dengan langsung mempraktikannya bersama-sama. Kegiatan praktik digital marketing dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan Praktik Digital Marketing.

### 3.2 Diskusi

Kegiatan ini dilakukan dengan cara membuat website penjualan dan logo baru untuk diimplementasikan dalam website tersebut. Website ini memiliki tujuan untuk memperluas pemasaran produk dan meningkatkan penjualan kerajinan bambu. Selain itu, para pengerajin bambu juga mendapatkan pemahaman tentang digital marketing dan bagaimana memfoto produk yang baik. Sosialisasi digital marketing dan foto produk diadakan untuk menambah wawasan para pengerajin, dan praktik digital marketing juga dilakukan bersama-sama dengan pelatih yang ahli dalam bidang tersebut. Diharapkan, kegiatan pemberdayaan ini dapat membantu para pengerajin bambu di Dusun Gunung Mijil untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital yang lebih efektif. Dalam jangka panjang, ini akan membantu meningkatkan penghasilan mereka dan memajukan ekonomi lokal. Dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk kerajinan bambu, tim pelaksana melakukan pembuatan Website penjualan secara online. Dengan adanya website ini, para pengerajin bambu dapat menjual produknya secara online dan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, tim juga memberikan pemahaman dan pelatihan tentang cara mengoperasikan website tersebut agar para pengerajin bambu dapat menggunakannya dengan baik. Selain pembuatan website, tim juga membuat logo baru untuk dimasukkan ke dalam website tersebut agar website tersebut memiliki identitas yang jelas. Logo tersebut juga dapat menjadi ikon dalam website penjualan kerajinan bambu di Desa Kebonsari. Setelah website dan logo selesai dibuat, tim melaksanakan sosialisasi digital marketing dan foto produk. Narasumber yang dihadirkan dalam sosialisasi ini adalah Kristali Vega Hornblenda selaku ketua Tim Ahli Percepatan Pelaksanaan Program Magelang Kelurahan Entrepreneurship Center untuk sosialisasi digital marketing dan Prasetyo Aji Panglipur untuk sosialisasi foto produk. Kegiatan ini dihadiri oleh para pengerajin bambu dan sebagian perangkat desa Kebonsari. Melalui kegiatan sosialisasi ini diharapkan para pengerajin bambu dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan terkait digital marketing dan juga cara memfoto produk yang baik untuk meningkatkan penjualan. Kegiatan selanjutnya adalah praktik digital marketing dengan mendatangkan kembali Kristali Vega Hornblenda selaku ketua Tim Ahli Percepatan Pelaksanaan Program Magelang Kelurahan Entrepreneurship Center. Kegiatan ini bertujuan agar para pengerajin bambu di Desa Kebonsari dapat mempraktikkan langsung tentang digital marketing dengan bimbingan ahli sehingga dapat meningkatkan penjualan produk secara online. Secara keseluruhan, pemberdayaan industri pengerajin bambu di Dusun Gunung Mijil untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital adalah langkah yang tepat dalam menghadapi era digital saat ini. Dalam pemberdayaan ini, pembuatan website dan logo, sosialisasi digital marketing dan foto produk, serta praktik digital marketing adalah kegiatan yang dapat membantu para pengerajin bambu meningkatkan penjualan produk dan mengembangkan usaha mereka secara lebih luas.

## 4 | KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Dusun Gunung Mijil, Desa Kebonsari, Borobudur dilakukan untuk membantu para pengerajin bambu dalam mengatasi masalah pemasaran yang terjadi dan juga menambah wawasan bagi pengerajin. Kegiatan yang dilaksanakan adalah membuat Website, sosialisasi digital marketing dan foto produk, pembuatan logo, dan nantinya masih ada kegiatan lain yang masih berjalan kedepannya. Dengan adanya kegiatan diatas diharapkan akan meningkatkan penjualan produk kerajinan dan juga perluasan pemasaran yang akan meningkatkan perekonomian di Desa Kebonsari. Meskipun dalam setiap tahapan kegiatan pengabdian ini telah dibuat semaksimal mungkin, ada beberapa keterbatasan dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Keterbatasan yang ada adalah waktu pelaksanaan kegiatan PPMT yang bisa terbilang singkat, Harapannya kedepan pengabdian yang serupa dapat memperluas jangkauan pengabdian yang dilakukan, sehingga wawasan yang dimiliki tidak hanya dimiliki oleh segelintir pihak, melainkan oleh masyarakat secara umum.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan atas terlaksananya pengabdian ini dengan baik dan lancar berkat bantuan dan fasilitas yang diberikan dari pimpinan Universitas Muhammadiyah Magelang (UNIMMA) melalui LPPM. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pihak Desa Kebonsari, Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang yang telah bersedia menjadi mitra dalam pengabdian ini.

## REFERENSI

- [1] Febriyanni, R., & Abd Majid, M. S. (2023). Analisis Faktor Produksi dalam Perspektif Islam (Studi Kasus: UKM Keripik Cinta Mas Hendro). *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 25-31. DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.719>.
- [2] Novatiani, R. A., Novianto, R. A., Yuniarti, R., Sari, D., & Asikin, B. (2022). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pelaporan Keuangan UMKM Berkualitas (Survei pada UMKM Peternak di Indonesia). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 377-382. DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.703>.
- [3] Melania, D., & Handayani, T. (2023). Strategi Mempertahankan UMKM Bidang Kuliner di Era Digital Marketing pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 32-37. DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.727>.
- [4] Mulyana, D. I., & Sumarsono, A. S. (2023). PENERAPAN METODE NEURAL NETWORK DENGAN STRUKTUR BACKPROPAGATION UNTUK MEMPREDIKSI KEBUTUHAN STOK PADA TOKO UMKM PERLENGKAPAN BAYI BABYQU. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(1), 121-128. DOI: <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i1.131>.
- [5] Kristianti, T., Balol, W. A., & Puspitasari, P. (2022). Pelatihan Jaringan Digital Marketing Sebagai Sarana Penunjang Pemasaran Produk UMKM di Desa Sukopuro, Jabung, Kabupaten Malang Jawa Timur. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 21-28. DOI: <https://doi.org/10.35870/ajad.v2i1.26>.
- [6] Wali, M. (2022). Pelatihan Manajemen Pengembangan Usaha bagi UMKM Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), 33-38. DOI: <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.65>.
- [7] Octadina, E., Saputri, I. A., Permana, R., & Sapriyanti, W. (2022). Sosialisasi Kepada Masyarakat: Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Pendapatan pada Wisata Bukit Condong. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 169-176. DOI: <https://doi.org/10.35870/ajad.v2i2.111>.
- [8] Ramadan, M. F., Lesmono, W. A., Tasrief, A. M., Pongtambing, Y. S., Amran, R., & Sampetoding, E. A. (2023). SISTEM INFORMASI UKM E-SPORT UNIVERSITAS HASANUDDIN BERBASIS WEB. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(1), 49-57. DOI: <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i1.109>.
- [9] Wali, M., Amri, K., Rizal, S., & Salam, A. (2022). Sosialisasi Peluang Home Business dalam Ekonomi Digital. *Kawanad: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 24-30. DOI: <https://doi.org/10.56347/kjpkkm.v1i1.9>.
- [10] Winanta, A., & Ghozali, M. T. (2019). Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- [11] Yunita, A., & Purwanto, H. (2020). Peningkatan Pemasaran Produk Kerajinan Bambu di Dusun Sanggrahan I, Desa Muntuk, Dlingo, Bantul. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 149-155. DOI: [10.30595/jppm.v0i0.4603](https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.4603).
- [12] Putra, I. G. B. N. P., Jayawarsa, A. A. K., Maharani, I. A. D. P., & Setiyawan, P. A. (2021). Pemberdayaan Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Karya Kelompok Usaha Ibu-Ibu "Sari Murni" Desa Landih, Dusun Buayang-Bangli. *International Journal of Community Service Learning*, 5(2), 136-144. DOI: <https://doi.org/10.23887/ijcs.v5i2.34496>.



- [13] Rismaningsih, F., Agustine, D., & Windyasari, V. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Desa Rancagong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 3(2), 57-64. DOI: <https://doi.org/10.24853/jpmt.3.2.57-64>.
- [14] Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, M., Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2), 1-24. DOI: <https://doi.org/10.37531/biemr.v2i2.198>.
- [15] 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. DOI: <https://doi.org/10.35311/jmpm.v3i2.107>.

How to cite this article: Nugroho, W. S., Wicaksonando, A., Hanan, V. P. N., Kurniawan, N. R., & Kurniawan, A. Z. (2023). Pemberdayaan Industri Pengerajin Bambu di Dusun Gunung Mijil untuk Meningkatkan Penjualan melalui Pemasaran Digital. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 7-13. <https://doi.org/10.59431/ajad.v3i1.126>.