AJAD
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DOI: 10.59431/ajad.v6i3.960.
E-ISSN: 2797-2356 | P-ISSN: 2797-2364

COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

PKM Pemberdayaan Pengrajin Topi "Capil" Desa Nyalian melalui Edukasi Literasi Keuangan dan Promosi menuju Peningkatan Kapasitas SDM dan Kemandirian UMKM

Riski Martini [1*], Deny Larasdiputra [2], Agung Wira Pertama [3]

Affiliation
[1*2] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Kota Denpasar, Provinsi Bali, Indonesia.

[3] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Kota Denpasar, Provinsi Bali, Indonesia.

Correspondence
[1*] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Kota Denpasar, Provinsi Bali, Indonesia.

Email: riskimartini@gmail.com.

Funding Information
Universitas Warmadewa.

Article History
Received: 8 Aug 2026.
Revised: 11 Aug 2026.
Accepted: 30 Sep 2026.
Available online: 10 October 2026.
Published: 1 December 2026.

Abstract
The traditional *capil* hat cottage industry in Banjar Pemenang, Nyalian Village, utilizes local organic materials such as young and dried coconut leaves as an intergenerational creative economic foundation. However, this industry faces critical operational challenges, including declining productivity due to stagnant artisan succession, conventional business management, restricted market access, and a lack of supporting infrastructure and modern design innovation. To address these issues, this community engagement program implemented a three-pillar solution: 1) business management training and weaving skill transfer to younger generations; 2) digital marketing adoption through website and social media platforms accompanied by online marketing training; and 3) product design diversification alongside the provision of essential operational infrastructure. This intervention aims to strengthen human resource capacity and foster micro-enterprise self-reliance.

Keywords
Capil Hat Artisans; Digital Marketing; Financial Literacy; Product Innovation.

Abstrak
Industri rumahan kerajinan topi capil tradisional di Banjar Pemenang, Desa Nyalian, memanfaatkan bahan organik lokal berupa janur dan daun kelapa kering sebagai penopang ekonomi kreatif lintas generasi. Namun, keberlanjutan usaha ini menghadapi kendala operasional yang serius, meliputi penurunan produktivitas akibat lambatnya regenerasi perajin, sistem manajemen usaha konvensional, keterbatasan akses pemasaran, serta minimnya sarana penunjang dan inovasi desain produk. Untuk mengatasi persoalan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan solusi berupa: 1) pelatihan manajemen usaha dan regenerasi keterampilan anyaman bagi generasi muda; 2) digitalisasi pemasaran melalui platform web dan media sosial disertai pelatihan pemasaran daring; serta 3) inovasi desain produk dan pengadaan sarana penunjang aktivitas operasional produksi. Intervensi ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan mewujudkan kemandirian UMKM mitra.

Kata Kunci
Inovasi Produk; Pemasaran Digital; Pencatatan Keuangan; Perajin Topi Capil.

1 | PENDAHULUAN

Desa Nyalian merupakan wilayah agraris seluas 4,97 km^2 di Kabupaten Klungkung, Bali, yang secara administratif terbagi menjadi delapan Banjar Dinas. Ketergantungan masyarakat lokal pada sektor primer membentuk keterikatan ekologis dan sosiologis yang erat dengan lingkungan alam sekitar. Hubungan harmonis ini melahirkan kearifan lokal berupa industri rumahan (*cottage industry*) kerajinan topi capil tradisional di Banjar Pemenang. Produk anyaman berbahan organik lokal seperti janur dan daun kelapa kering ini diproses secara manual dengan teknik presisi tinggi untuk berfungsi sebagai proteksi termal bagi para petani dari paparan sinar matahari saat beraktivitas di lahan persawahan. Secara historis, kerajinan topi capil bukan sekadar mata pencaharian sampingan, melainkan pilar ekonomi domestik yang diwariskan secara turun-temurun lintas generasi melalui mekanisme transmisi keterampilan informal dan pembelajaran otodidak di lingkungan keluarga sejak usia dini. Namun, keberlanjutan industri kreatif berbasis budaya lokal ini kini berada dalam ancaman kemunduran yang serius. Berdasarkan data dari Kelihan Banjar Pemenang, sentra kerajinan anyaman ini hanya menyisakan kurang dari 10 orang perajin aktif inti. Penurunan produktivitas tersebut dipicu oleh alih profesi sebagian besar perajin menjadi pedagang canang atau buruh harian demi memperoleh stabilitas pendapatan tunai harian. Kondisi ini diperberat oleh mandeknya proses regenerasi akibat keengganan generasi muda untuk meneruskan profesi menganyam, mengingat pekerjaan di sektor formal dan pariwisata modern dinilai lebih menjanjikan secara finansial. Hambatan tersebut kian kompleks akibat ketergantungan perajin pada saluran distribusi konvensional berbasis tengkulak lokal. Posisi tawar perajin yang lemah menyebabkan harga jual produk ditekan sangat rendah, berkisar antara Rp15.000 hingga Rp20.000 per unit, yang tidak sebanding dengan tingginya curahan waktu dan tingkat kerumitan proses penganyaman manual.

Kerapuhan operasional perajin topi capil juga bersumber dari rendahnya literasi dan kapasitas pencatatan keuangan usaha. Sebagian besar pelaku usaha mikro ini belum menerapkan pemisahan antara keuangan rumah tangga dan kas operasional bisnis. Margin laba bersih per kodi produk capil tidak pernah dihitung secara terstruktur, sehingga perajin rentan mengalami defisit likuiditas saat terjadi lonjakan harga bahan baku musiman atau penurunan permintaan pada musim penghujan. Ketiadaan laporan pembukuan yang tertib dan akuntabel ini pada akhirnya menutup akses perajin terhadap skema pembiayaan modal kerja dari lembaga perbankan dan lembaga keuangan mikro formal, yang membatasi kapasitas perajin untuk memperbarui peralatan kerja maupun memperluas skala produksi secara mandiri. Melihat urgensi tersebut, diperlukan intervensi multidimensi dari kalangan akademisi guna merevitalisasi potensi ekonomi lokal Banjar Pemenang agar tidak terdegradasi oleh perubahan zaman. Penguatan kapasitas mitra diarahkan pada penguasaan pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital, perluasan jangkauan pasar melalui adopsi platform daring dan media sosial, serta pengenalan diversifikasi desain produk bernilai tambah tinggi. Melalui pendekatan pendampingan yang partisipatif, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mentransformasi tata kelola usaha kerajinan topi capil tradisional di Desa Nyalian menuju kelembagaan usaha mikro yang berdaya saing, adaptif secara digital, dan mandiri secara finansial.

2 | LANDASAN TEORI

Industri rumahan (*cottage industry*) merupakan entitas usaha berskala mikro berbasis keluarga yang mendayagunakan tenaga kerja domestik dari lingkungan terdekat. Karakteristik industri ini bertumpu pada penggunaan peralatan kerja sederhana, kebutuhan modal awal yang relatif terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan bahan baku lokal yang tersedia di sekitar wilayah produksi. Dalam perspektif ekonomi kreatif, industri rumahan tidak sekadar berfungsi sebagai penopang ekonomi rumah tangga, melainkan memegang peran strategis dalam mentransformasikan kreativitas dan warisan budaya lokal menjadi produk bernilai guna tinggi tanpa mengikis identitas tradisi setempat. Keterikatan antara mata pencaharian dan lingkungan hidup pada masyarakat agraris turut melahirkan kearifan lokal (*local wisdom*), yaitu seperangkat pengetahuan dan keterampilan kolektif yang dipraktikkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus menjaga keharmonisan ekologis. Praktik kerajinan topi capil tradisional di Banjar Pemenang merupakan representasi nyata kearifan lokal masyarakat Desa Nyalian, di mana biomassa organik berupa janur dan daun kelapa kering diolah secara manual menjadi pelindung kepala bagi petani saat mengolah lahan persawahan. Keterampilan menganyam ini diwariskan lintas generasi melalui transmisi budaya informal dan proses belajar otodidak di lingkungan keluarga sejak usia dini, yang menjadi fondasi sosiologis utama dalam mempertahankan kelangsungan warisan kerajinan tradisional tersebut. Keberlanjutan (*sustainability*) industri kreatif berbasis tradisi di tengah perkembangan pasar modern menuntut strategi penguatan kapasitas usaha yang komprehensif, mencakup perbaikan efisiensi produksi, manajemen usaha, dan diversifikasi desain produk. Strategi penguatan kapasitas ini bertujuan mendorong perajin agar adaptif terhadap preferensi pasar kontemporer dengan tetap menjaga mutu dan keaslian nilai estetika lokal. Keseimbangan ini dapat dicapai melalui peningkatan nilai tambah fungsional produk, standardisasi mutu hasil anyaman, serta perluasan jangkauan promosi melalui saluran pemasaran daring. Keberhasilan inovasi produk dan perluasan pasar tersebut harus

diimbangi oleh kecakapan literasi keuangan dan tertib administrasi pembukuan. Pengelolaan keuangan yang tertata memungkinkan pemisahan tegas antara kekayaan pribadi rumah tangga dan modal kerja operasional, sehingga margin keuntungan bersih dapat terukur secara akurat. Penguasaan pencatatan transaksi sederhana, baik melalui pencatatan kas manual maupun adopsi aplikasi pencatatan keuangan digital pada telepon pintar, memperkuat ketahanan likuiditas usaha mikro menghadapi fluktuasi harga bahan baku musiman sekaligus membuka akses pembiayaan modal dari lembaga keuangan formal.

3 | METODE

3.1 Desain Keterlibatan dan Pemilihan Partisipan

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan desain *participatory community engagement* dengan pendekatan *community-based service learning*. Pendekatan ini dipilih guna menempatkan para perajin topi capil sebagai subjek utama kegiatan, sehingga intervensi inovasi produk, efisiensi operasional, dan digitalisasi pemasaran selaras dengan kebutuhan riil pelaku industri rumahan (*cottage industry*) di Banjar Pemenang (Chambers, 2017; Mardikanto, 2014). Masyarakat sasaran terdiri atas para pelaku usaha kerajinan topi capil tradisional berbahan baku janur dan daun kelapa kering di Banjar Pemenang, Desa Nyalian. Pemilihan peserta dilakukan melalui proses *community assessment* bersama Kelihan Banjar Dinas Pemenang dan tokoh kelompok perajin setempat. Kriteria inklusi partisipan mencakup: 1) aktif memproduksi kerajinan topi capil tradisional; 2) mengelola usaha berskala rumah tangga secara lintas generasi; 3) bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan; serta 4) memiliki atau bersedia mengoperasikan perangkat telepon pintar untuk keperluan pemasaran digital. Prosedur penentuan ini bertujuan menjamin keterwakilan pelaku usaha yang relevan dengan penguatan pilar ekonomi domestik perdesaan (OECD, 2019).

3.2 Prosedur Pelaksanaan dan Pengumpulan Data

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dirancang secara terstruktur melalui tiga tahapan utama: 1) Tahap I (Identifikasi Kebutuhan dan Eksplorasi Masalah), yang dilakukan melalui observasi lapangan langsung ke sentra anyaman Banjar Pemenang dan wawancara awal dengan perajin untuk memetakan kendala utama operasional; 2) Tahap II (Pelatihan Inovasi dan Digitalisasi), yang diwujudkan melalui lokakarya diversifikasi produk capil bernilai guna tinggi, pencatatan keuangan usaha, pembuatan konten promosi berbasis kearifan lokal, serta optimalisasi media sosial; dan 3) Tahap III (Pendampingan Implementasi Berkelanjutan), berupa pendampingan melekat kepada perajin dalam menerapkan strategi pemasaran digital, pengemasan produk (*packaging*), serta penjaminan mutu anyaman janur dan daun kelapa. Evaluasi efektivitas kegiatan diukur menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) yang memadukan data kuantitatif dan kualitatif (Creswell & Plano Clark, 2018). Data tersebut dikumpulkan melalui dua instrumen utama: 1) Aspek Kuantitatif, menggunakan kuesioner terstruktur sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) pelatihan untuk mengukur tingkat pemahaman perajin mengenai diversifikasi produk, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital, di mana validitas instrumen diuji melalui *expert judgment* serta reliabilitasnya diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan nilai ≥0,70≥0,70 (Hair *et al*., 2019); dan 2) Aspek Kualitatif, menggunakan teknik observasi partisipatif di sentra produksi, wawancara semi-terstruktur dengan perajin senior, serta diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*) untuk mendalami dinamika regenerasi perajin dan persepsi dampak ekonomi pascaintervensi (Miles *et al*., 2014).

3.3 Analisis Data, Pertimbangan Etis, dan Keterbatasan

Analisis data dilakukan secara terintegrasi berdasarkan karakteristik data yang dihimpun: 1) Data Kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif guna membandingkan peningkatan pemahaman dan keterampilan perajin sebelum dan sesudah program kerja dilaksanakan (Sugiyono, 2019); dan 2) Data Kualitatif dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) melalui tahapan pengodean terbuka (*open coding*), pengelompokan kategori, dan penarikan tema utama untuk memahami pola adaptasi perajin dalam mempertahankan kelangsungan tradisi anyaman (Braun & Clarke, 2006). Pertimbangan etis diterapkan secara transparan dengan menyampaikan tujuan kegiatan kepada seluruh perajin di Banjar Pemenang serta memperoleh persetujuan partisipasi secara sukarela (*informed consent*). Kerahasiaan data keuangan rumah tangga dan identitas pribadi partisipan dijaga secara anonim dalam publikasi ilmiah, dengan tetap menjunjung tinggi norma adat dan kearifan lokal (Israel *et al*., 2010). Keterbatasan metodologi kegiatan ini berpusat pada kekhususan subjek perajin topi capil di Banjar Pemenang, sehingga hasilnya memerlukan penyesuaian jika digeneralisasi ke sentra kerajinan lain di Desa Nyalian. Selain itu, variasi waktu adaptasi teknologi digital antargenerasi dimitigasi melalui metode pendampingan praktik langsung berbasis kekeluargaan (*peer-learning*) dan penguatan komitmen mandiri kelompok perajin mitra.

4 | HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada revitalisasi industri rumahan (*cottage industry*) kerajinan topi capil tradisional di Banjar Pemenang, Desa Nyalian, telah dilaksanakan secara komprehensif. Rangkaian program intervensi ini melibatkan 25 perajin aktif berskala rumah tangga yang memproduksi anyaman berbahan baku janur dan daun kelapa kering. Hasil evaluasi pelaksanaan program pada setiap tahapan dijabarkan sebagai berikut. Pada Tahap I (Identifikasi Kebutuhan dan Eksplorasi Masalah), hasil observasi partisipatif dan wawancara mendalam memetakan tiga kendala mendasar perajin: 1) Ketergantungan pada Saluran Distribusi Konvensional, di mana sebanyak 92% perajin terikat pada sistem tengkulak lokal yang menyebabkan posisi tawar mereka lemah sehingga harga jual capil ditekan sangat rendah pada kisaran Rp15.000 hingga Rp20.000 per unit; 2) Stagnasi Desain Produk, di mana produk yang dihasilkan secara turun-temurun terbatas pada topi capil standar pelindung sawah tanpa variasi estetika untuk pasar pariwisata atau cenderamata; dan 3) Kesenjangan Digital (*digital divide*), di mana 80% perajin usia produktif telah memiliki telepon pintar (*smartphone*), namun pemanfaatannya sebatas untuk komunikasi instan pribadi dan belum dioptimalkan untuk tata kelola usaha maupun pemasaran digital. Pada Tahap II (Pelatihan Inovasi dan Digitalisasi), pelaksanaan lokakarya peningkatan kapasitas menghasilkan dua capaian strategis: 1) Inovasi Desain Anyaman, yang diwujudkan melalui kolaborasi dengan desainer kerajinan untuk menciptakan tiga lini produk baru, yaitu *Capil Wisatawan* (dilengkapi aksen tali etnik), *Capil Estetik* (untuk ornamen dekorasi interior), serta *Capil Kombinasi* (modifikasi dimensi mini untuk suvenir); dan 2) Kelembagaan Pemasaran Digital Kolektif, melalui pembentukan paguyuban "Kolektif Perajin Capil Pemenang Nyalian" yang mengelola satu akun lokapasar (*marketplace*) dan dua akun media sosial resmi (Instagram dan Facebook) sebagai sarana promosi mandiri. Pada Tahap III (Evaluasi Efektivitas Program), pengukuran keberhasilan transfer pengetahuan dan keterampilan dilakukan melalui pengujian sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) pelatihan kepada 25 perajin menggunakan kuesioner terstruktur skala Likert. Hasil tabulasi evaluasi kuantitatif disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan Perajin (N = 25)

No	Dimensi Kompetensi Mitra	Rerata *Pre-test* (%)	Rerata *Post-test* (%)	Peningkatan (%)	Kategori Capaian
1	Pemahaman konsep diversifikasi dan estetika produk	38,5	88,0	+49,5	Sangat Signifikan
2	Keterampilan mengoperasikan toko daring dan media sosial	12,0	76,5	+64,5	Sangat Signifikan
3	Kemampuan standardisasi mutu (*quality control*) dan kemasan	44,0	85,0	+41,0	Signifikan
4	Manajemen akuntansi dasar dan penghitungan HPP	40,0	80,0	+40,0	Signifikan

Data pada Tabel 1 menunjukkan adanya lonjakan kompetensi yang substansial pada seluruh dimensi evaluasi, dengan peningkatan tertinggi tercatat pada dimensi keterampilan pengoperasian fitur toko daring dan media sosial sebesar 64,5%, diikuti pemahaman konsep diversifikasi produk sebesar 49,5%.

4.2 Pembahasan

Realisasi program pengabdian kepada masyarakat diawali dengan tahap konsolidasi kelembagaan bersama Kelihan Banjar Dinas Pemenang dan mitra sasaran yang dipimpin oleh Ni Komang Luh selaku Ketua Kelompok Perajin Topi Capil Desa Nyalian. Pelaksanaan kegiatan lapangan difokuskan pada penguatan infrastruktur operasional produksi melalui peremajaan peralatan kerja anyaman yang telah aus serta pengadaan bahan baku berkualitas. Dukungan sarana prasarana ini terbukti memulihkan efisiensi proses penganyaman dan meningkatkan kenyamanan kerja para perajin di sentra produksi rumah tangga. Pilar intervensi utama diarahkan pada pengentasan kelemahan tata kelola finansial mitra melalui pelatihan penyusunan pembukuan sederhana berbasis aplikasi digital "Buku Kas". Aplikasi pihak ketiga berbasis Android ini dipilih karena memiliki antarmuka yang ramah pengguna (*user-friendly*) bagi pelaku usaha mikro. Melalui pendampingan intensif, para perajin berhasil mengoperasikan menu pencatatan transaksi kas masuk dan kas keluar, pemisahan pos beban rumah tangga dari modal kerja, penghitungan harga pokok penjualan (HPP), serta pengelolaan utang-piutang harian. Digitalisasi pembukuan ini menghilangkan kerancuan keuangan domestik dan mereduksi kesalahan pencatatan kas, sehingga laporan laba rugi berkala dapat disajikan secara tertib dan transparan. Pada pilar perluasan pangsa pasar, tim pengabdian mendampingi mitra mengadopsi platform *e-marketing* terintegrasi menggunakan aplikasi "Setokko". Aplikasi ini memfasilitasi pembuatan katalog produk digital berbasis web secara praktis tanpa memerlukan keahlian pemrograman web yang rumit. Perajin dibimbing untuk mengunggah foto produk capil inovasi baru, menetapkan deskripsi fungsional, mencantumkan label harga yang transparan, dan menghubungkan tautan katalog ke media sosial

resmi perajin. Integrasi ini memangkas dominasi perantara dan memperluas daya jangkau penjualan produk capil Nyalian ke konsumen langsung di luar wilayah perdesaan. Rekapitulasi pencapaian solusi dan luaran program disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Permasalahan, Solusi, dan Capaian Luaran Program

No	Permasalahan Mitra	Solusi dan Bentuk Intervensi	Target Luaran	Capaian Luaran Nyata
1	Pencatatan transaksi keuangan dan pembukuan kas harian kurang memadai	Pelatihan pencatatan transaksi kas harian dan pemisahan kas	Mitra mampu mencatat arus kas masuk dan kas keluar secara tertib	Kesesuaian nominal saldo buku kas dengan fisik kas di tangan mencapai 100%
2	Efisiensi waktu dan akurasi penyusunan laporan keuangan rendah	Implementasi sistem pembukuan terdigitalisasi melalui aplikasi Buku Kas	Efisiensi waktu pelaporan dan minimasi kesalahan hitung	Kesalahan pencatatan tereduksi dan penyusunan laporan keuangan lebih efisien (100%)
3	Keterbatasan strategi pemasaran konvensional dan sempitnya pangsa pasar	Penerapan katalog web via aplikasi Setokko dan promosi media sosial	Peningkatan daya jangkau pasar dan volume penjualan mandiri	Perluasan jangkauan promosi daring dan peningkatan estimasi volume penjualan sebesar 20%
4	Penurunan kapasitas fisik akibat sarana prasarana produksi yang usang	Bantuan peremajaan peralatan kerja anyaman dan bahan baku operasional	Peningkatan kelancaran produksi dan kualitas fisik anyaman	Kuantitas produksi harian meningkat dan masa pakai alat anyaman lebih panjang

Hasil intervensi terpadu ini membuktikan bahwa kombinasi pembaruan sarana kerja, edukasi literasi keuangan aplikatif, dan diversifikasi pemasaran digital mampu mengangkat daya saing industri rumahan topi capil di Desa Nyalian dari stagnasi usaha tradisional menuju kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

5 | KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Program pengabdian kepada masyarakat yang diimplementasikan pada industri rumahan kerajinan topi capil tradisional di Banjar Pemenang, Desa Nyalian, terbukti berhasil meningkatkan kapasitas tata kelola manajerial, efisiensi operasional, dan daya saing ekonomi perajin secara terpadu. Dukungan revitalisasi sarana kerja fisik terbukti mampu meremajakan peralatan yang aus dan memulihkan ritme produksi harian perajin. Kendala kronis terkait ketiadaan pembukuan keuangan berhasil diatasi melalui introduksi sistem pencatatan terdigitalisasi menggunakan aplikasi Buku Kas, yang secara signifikan mampu memisahkan arus kas rumah tangga dari modal kerja, menekan kesalahan kalkulasi transaksi harian, dan mewujudkan akurasi saldo kas operasional hingga seratus persen. Pada saat yang sama, hambatan distribusi konvensional yang selama ini membelenggu perajin dalam sistem ketergantungan tengkulak dapat diminimalkan melalui penyediaan katalog produk digital berbasis aplikasi Setokko serta aktivasi kanal promosi media sosial kolektif. Efektivitas rangkaian intervensi ini terkonfirmasi dari lonjakan pemahaman perajin terhadap diversifikasi desain produk fungsional dan estetis sebesar 49,5% serta peningkatan keterampilan pemasaran digital sebesar 64,5%. Berbagai capaian ini menegaskan bahwa integrasi teknologi tepat guna, literasi akuntansi sederhana, dan inovasi desain mampu merevitalisasi industri kerajinan berbahan janur dan daun kelapa kering dari perangkap usaha subsisten menuju kemandirian ekonomi kreatif yang adaptif terhadap dinamika pasar kontemporer. Sebagai langkah strategis dalam menjamin keberlanjutan (*sustainability*) dan resiliensi dampak program di masa mendatang, Kelompok Perajin Topi Capil Banjar Pemenang disarankan menjaga kedisiplinan pencatatan transaksi kas harian secara berkala serta secara konsisten memperbarui katalog etalase daring guna menjaga kepercayaan konsumen digital. Pemerintah Desa Nyalian bersama kelembagaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memegang peranan krusial untuk memfasilitasi integrasi rantai pasok formal dengan menghubungkan hasil karya perajin ke jaringan perhotelan, pelaku industri pariwisata, dan pusat cinderamata terkemuka di Kabupaten Klungkung maupun kawasan Bali yang lebih luas. Selain itu, pemerintah desa perlu merumuskan program pelatihan regenerasi perajin muda melalui pemberdayaan karang taruna atau muatan lokal guna mencegah kepunahan warisan budaya agraris ini. Bagi tim akademisi pengabdian selanjutnya, pendampingan lanjutan direkomendasikan untuk berfokus pada fasilitasi legalitas Nomor Induk Berusaha (NIB), pendaftaran perlindungan hak kekayaan intelektual (HAKI) atas hak cipta motif anyaman khas Banjar Pemenang, standardisasi kemasan ramah lingkungan, serta eksplorasi pembiayaan usaha mikro melalui kemitraan lembaga perbankan resmi guna membuka jalan bagi produk kerajinan desa menembus segmen pasar ekspor yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang mendalam kepada Universitas Warmadewa, khususnya melalui Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), selaku penyandang dana utama yang telah memberikan dukungan pendanaan penuh melalui skema Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Warmadewa Tahun Anggaran 2026. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus juga ditujukan kepada jajaran Perangkat Desa Nyalian serta Kelihan Banjar Dinas Pemenang atas izin kemitraan, bantuan administratif, dan fasilitasi lapangan yang diberikan selama proses pemetaan awal hingga tuntasnya pelaksanaan lokakarya. Apresiasi setinggi-tingginya dipersembahkan kepada seluruh perajin topi capil tradisional Banjar Pemenang selaku mitra sasaran utama atas dedikasi, partisipasi aktif, keterbukaan ide, serta keterlibatan langsung yang luar biasa dalam seluruh tahapan pelatihan diversifikasi produk dan inkubasi pemasaran digital. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada tim penelaah (*reviewer*) DPPM Universitas Warmadewa serta rekan sejawat atas tinjauan kritis, arahan metodologis, dan umpan balik konstruktif yang telah diberikan demi penyempurnaan kualitas laporan dan publikasi hasil pengabdian ini.

REFERENSI

Aisyiyah, P. R. D. (2020). Efektivitas terpaan iklan Ads Instagram Tiket.com pada pengguna Instagram menggunakan metode pendekatan EPIC Model. *Commercium*, 2(2), 14–23.

Aprinta, G. (2016). Pemanfaatan Facebook Ads untuk meningkatkan brand awareness pada produk lokal. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 42–50.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Chambers, R. (2017). *Can we know better? Reflections for development*. Practical Action Publishing. https://doi.org/10.3362/9781780449449

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Ikatan Akuntan Indonesia. (2013). *Standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik (SAK ETAP)*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia.

Israel, B. A., Schulz, A. J., Parker, E. A., & Becker, A. B. (2010). Review of community-based research: Assessing partnership approaches to improve public health. *Annual Review of Public Health*, 19(1), 173–202.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (B. Molan, Penerj.; Edisi ke-12, Jilid 1). PT Indeks.

Kuncoro, M. (2005). *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*. Erlangga.

M. Faqih, H., Ulum, M., Rozak, A., Suryaningsih, S., & Wulandari, F. E. (2019). Meningkatkan pemasaran produk para pelaku UMKM di Pedukuhan Ngaseman melalui program kerja pengenalan dan penyuluhan digital marketing sistem. *Prosiding Konferensi Pengabdian Masyarakat*, 1, 425–427.

Mardikanto, T. (2014). *Pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan*. Alfabeta.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

OECD. (2019). *OECD SME and entrepreneurship outlook 2019*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/34907e9c-en

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01

Putra, I. G. B. N. P., Maharani, I. A. D. P., & Jayawarsa, A. A. K. (2023). *Pemanfaatan teknologi dalam rangka pemberdayaan usaha produk pangan Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Penglipuran*. Haura Utama.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Swastha, B., & Irawan. (2009). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.

Trianto, B. C. (2019). *Analisis pemasaran online kerajinan tempurung kelapa (Studi kasus kerajinan tempurung kelapa "ONI MADE" Desa Ngemplak, Kecamatan Undaan, Kabupaten Kudus)* [Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang]. Institutional Repository UIN Walisongo.

Widarta, I. W. R., Suter, I. K., Yusa, N. M., Wiadnyani, A. A. I., Puspawati, N., & Nocianitri, K. (2013). Pelatihan pengolahan tepung ampas kelapa menjadi biskuit. *Udayana Mengabdi*, 12(2), 63–65.