

TIE DYE: SARANA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI DESA MALAKA, LOMBOK UTARA

Selamat Muliadi¹, Muhammad Haiqal², Herizal³, Heny Sidanti⁴, Evi Maulida Yanti⁵

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Hamzanwadi NW Lombok Timur

^{2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Jabal Ghafur

⁴Program Studi Manajemen, Universitas PGRI Madiun

⁵Program Studi Akutansi, Universitas Jabal Ghafur

e-mail: selametmuliadi@gmail.com¹, muhammadhaiqal@unigha.ac.id², herizal@unigha.ac.id³,
heny.sidanti@unipma.ac.id⁴, evi@unigha.ac.id⁵

Abstrak

Pada era industri 4.0, pengetahuan teknologi informasi sangat penting. Hadirnya teknologi digital mengubah cara pengelolaan usaha dengan memberi peluang dan tantangan baru bagi para pelaku pengembangan ekonomi kreatif. Desa Malaka merupakan salah satu desa di Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara yang memiliki panorama alam indah, destinasi wisata, produk lokal dan kerajinan tangan masyarakat serta kuliner khas desa Malaka. Program pengabdian ini fokus untuk menyusun sebuah strategi marketing melalui media sosial bagi pelaku industri kreatif yang terletak di desa Malaka. Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahap, menganalisis situasi dengan observasi langsung, wawancara ke pihak-pihak terkait, menetapkan program yang relevan dan merencanakan aplikasi sistem terintegrasi. Tujuan dari kegiatan ini ialah agar pelaku industri kreatif dapat memanfaatkan internet dan teknologi dalam rangka menunjang pemasaran dan memperluas jangkauan target konsumen melalui digital *marketing*. Produk kaos Tie Dye lengan pendek merupakan produk unggulan dan inovatif kelompok sekolah perempuan di desa Malaka yang dimodifikasi serta mempunyai nilai tinggi, baik dari warna, ukuran, kemasan maupun merek. Hasil inovasi produk Tie Dye agar cepat di kenal masyarakat luas, baik Lokal dan Nasional harus memahami sosial media terutama IG (*Instagram*) dan FB (*Facebook*) serta perlu ada website sebagai alat dan media promosi yang sangat tepat memperkenalkan potensi yang ada. Program pemberdayaan ini diharapkan bisa mengurangi tingkat kemiskinan yang ada di Kabupaten Lombok Utara.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Pemberdayaan Masyarakat, Desa Malaka, Tie Dye

Abstract

In the industry era 4.0, knowledge of information technology is very important. The presence of digital technology has changed the way businesses are managed by providing new opportunities and challenges for creative economics development actors. Desa Malaka is one of the villages in Pemenang District, North Lombok Regency which has beautiful natural panoramas, tourist destinations, local products and community handicrafts as well as typical culinary delights of Desa Malaka. The dedication program focuses on developing a marketing strategy through social media for creative industry people located in Desa Malaka. The dedication method activity is carried out in several stages, namely by analyzing the situation by observation, interview with relevant parties, establishing relevant program and planning create an integrated system application. The purpose of this activity is to make creative industry people can take advantage of internet and technology to support the marketing and to expand consumers range through digital marketing. The short-sleeve Tie Dye t-shirt product is a superior and innovative product of a Sekolah Perempuan in Desa Malaka which is modified products and have high value, both in terms of color, size, packaging and brand. The results of Tie Dye product innovation are quickly recognized by the wider community, both local and national must understand social media, especially IG (*Instagram*) and FB (*Facebook*) and there is a need to be a website as the right promotional tool and media to introduce the existing potential. This empowerment program it's hoped it can be reduce the level of poverty in North Lombok Regency.

Keywords: Creative Economy, Empowerment Community, Desa Malaka, Tie Dye

PENDAHULUAN

Di era industri 4.0 sekarang ini, pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) maupun industri kreatif masih mengharapkan produk lokal sebagai sumber penghasilannya. Era globalisasi menuntut

setiap pelaku usaha untuk berinovasi dalam produk, jasa, teknologi serta perluasan area pemasaran (Astuti et al., 2020; Hafni & Rozali, 2017). Hadirnya teknologi digital akan berdampak positif dalam segala aspek kehidupan, salah satunya adalah pada dunia industri kreatif. Teknologi berperan penting dalam rangka mengembangkan industri kreatif menjadi lebih baik lagi. Pesatnya perkembangan teknologi menuntut pelaku usaha mulai untuk mengenal dan selalu terkait dengan internet. Dahulu, orang menganggap bahwa internet sebagai kecanggihan semu, disaat yang sama menjelma menjadi dunia nyata yang berhasil membentuk gaya hidup masyarakat *modern*. Mulai dari *handphone*, laptop, *notebook* dan aneka jenis barang elektronik lainnya (Basry & Sari, 2018).

Industri kreatif adalah bersifat padat karya, dalam menjalankan usaha tidak membutuhkan persyaratan tertentu, seperti tingkat pendidikan, keahlian (*skill*) dan pemakaian modal usaha relatif kecil serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana (Muliadi, 2021). Pemerintah Kabupaten Lombok Utara terus selalu mendorong berdirinya UMKM dan industri kreatif bagi masyarakatnya agar mampu memenuhi kebutuhan ekonomi dan berdaya saing. Usaha yang produktif dari industri kreatif hampir sebagian besar masih memakai cara sangat sederhana dan seringkali menyebabkan pendapatan mereka kurang maksimal (Permana, 2017; Rahmi et al., 2022). Sektor industri kreatif peranannya sangat penting bagi perekonomian suatu daerah, terkait penciptaan lapangan pekerjaan, produk domestik bruto serta pengurangan tingkat kemiskinan (Susanti, 2020; Syaiful, 2016). Keberadaan ekonomi kreatif sekarang ini tidak dapat dihindarkan dan dihapuskan dari masyarakat karena bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan bagi masyarakat lingkungan sekitar. Program pengembangan industri ekonomi kreatif merupakan instrumen menaikkan daya beli masyarakat dan menjadi solusi ketika menghadapi krisis. Ada 3 (tiga) alasan mendasari pentingnya keberadaan ekonomi kreatif, *Pertama*, industri kreatif diyakini memiliki keunggulan sisi fleksibilitas. *Kedua*, kinerja industri kreatif tiap tahun cenderung lebih baik dan menghasilkan tenaga kerja kreatif serta produktif. *Ketiga*, industri kreatif mencapai peningkatan produktivitas melalui perubahan investasi dan teknologi (Febriyantoro & Arisandi, 2018; Putra, 2018).

Saat ini, pengembangan ekonomi kreatif banyak memanfaatkan kegiatan pariwisata yang mana aktivitas wisata ini juga menimbulkan adanya usaha kreatif baik kaitannya dengan pelayanan barang dan jasa (Slamet et al., 2017; Wardhana, 2015). Hal ini diharapkan agar mampu memicu pertumbuhan ekonomi masyarakat desa serta memunculkan sektor industri kreatif, seperti souvenir pada destinasi wisata, baju khas daerah, akomodasi, penginapan dan sejenisnya (Sofyan & Fidali, 2018). Tie dye adalah teknik pewarnaan kain dengan zat pewarna agar menciptakan pola tertentu. Motif cerah seperti pelangi dengan teknik ikat dan celup menjadi cara baru untuk *trend* masa kini. Bagian kain tertutup tali tidak akan terkena pewarna sehingga menghasilkan aneka motif istimewa. Metode dasar yang dipakai untuk membuat Tie Dye sama dengan yang dipakai membuat batik (Wardoyo & Widodo, 2016). Tie Dye sebagai tipe tradisional dikenal populer dengan bermacam pola, baik sisi estetis maupun manfaatnya yang dapat membuat motif abstrak (Novalesi & Affanti, 2021). Motif yang dihasilkan melalui teknik Tie Dye sangat cocok jika dipakai di Pulau Lombok karena mempunyai pemandangan alam yang indah sembari bersantai menikmati pemandangan pantai lebih istimewa dan berkesan (Yateno et al., 2021).



Gambar 1. Motif Tie Dye

Malaka termasuk salah satu dari 4 (empat) Desa yang berada di Kabupaten Lombok Utara yang memiliki penguatan sektor industri kreatif. Salah satu sektor usaha unggulan Desa Malaka adalah

kepariwisataan. Kita bisa lihat, kekayaan warisan budaya yang tidak saja terlihat dari teknik dan aneka ragam corak melalui kain motif Tie Dye ini (Aulia & Kholidin, 2023). Saat sekarang ini, industri kreatif di Desa Malaka dihadapkan dengan berbagai permasalahan dari segi pemasaran dan permodalan serta persaingan produk impor. Untuk melestarikan dan menjaga eksistensi kerajinan ini diperlukan pembenahan khususnya pada sisi digital *marketing*. Secara sederhana, ketika pemain *proverty* menggagas istilah *One Stop Living* di satu hunian bertujuan memudahkan mengakomodir kebutuhan warga yang tinggal dalam kawasan. Misi yang ingin dicapai dengan adanya pengabdian berbasis masyarakat ini adalah (1) Menyediakan konsultan terpercaya membantu menyelesaikan masalah bisnis (2) Menyajikan informasi lengkap berkaitan dengan produk ekonomi kreatif dan (3) Memberikan pemahaman kepada pelaku industri kreatif terkait bisnis berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Adapun dari sisi akademik, tujuan dari program ini yakni mengaktualisasikan salah satu unsur Catur Darma Perguruan Tinggi IAIH NW Lombok Timur bekerjasama dengan Universitas Jabal Ghafur dan Universitas PGRI Madiun dalam bentuk *Pengabdian Kepada Masyarakat* (PKM) dan membantu para pelaku industri kreatif agar meningkatkan pendapatan ekonomi melalui digital *marketing*.

METODE

Proses pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pada kelompok industri kreatif di Desa Malaka Lombok Utara meliputi beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Dalam menjalankan program pengabdian ini, perlu melakukan persiapan yang matang. Hal pertama yang dilakukan ialah observasi kepada masyarakat yang bergerak di industri kreatif di Desa Malaka untuk mengetahui karakteristik secara menyeluruh.

2. Tahap Sosialisasi

Kegiatan PkM ini diawali dengan sosialisasi dan penyampaian materi mengenai strategi pemasaran bisnis online. Sosialisasi tersebut berupa penyampaian materi pendahuluan terkait dengan pengenalan strategi pemasaran bisnis online pada kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat di Desa Malaka. Jika materi pemasaran bisnis online telah disampaikan, maka dilanjutkan dengan materi mengenai aspek hukum (legalitas) dalam bertransaksi secara online. Sosialisasi untuk hukum dan legalitas tersebut akan menjelaskan mengenai peraturan dan sanksi yang biasa diterapkan oleh pengguna media sosial/elektronik pada bisnis onlinenya.

3. Tahap Diskusi

Pada saat sosialisasi disampaikan materi, dilanjutkan dengan sesi diskusi berupa forum tanya jawab antara pemateri dalam hal ini yakni Tim Pengabdian kepada Masyarakat terdiri dari beberapa Dosen IAIH NW Lombok Timur, Universitas Jabal Ghafur dan juga Universitas PGRI Madiun dengan peserta yakni pelaku Usaha dan Siswa/Siswi SMA Desa Malaka. Diskusi ini diharapkan agar peserta sosialisasi lebih memahami materi disampaikan oleh tim PkM, melalui sesi diskusi, sosialisasi tidak hanya sebagai transfer pengetahuan (*knowledge*) saja, namun dapat berbagi pengalaman ataupun permasalahan yang selama ini dihadapi oleh pelaku usaha industri kreatif.

4. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan program pengabdian ini terbagi menjadi dua agenda utama, yakni Pelatihan Berjualan Online di Marketplace dan Sosial Media IG (Instagram) maupun FB (Facebook) serta Pelatihan kepada KWRT tentang Industri Kreatif. Praktik pembuatan dan cara pengoperasian toko online di *marketplace* yang nantinya akan mendorong kegiatan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini dimulai dengan memberikan sosialisasi kepada para pelaku industri kreatif yang bersedia diberi pendampingan secara intensif. Kegiatan ini dilakukan dengan sosialisasi terkait perkembangan teknologi dan informasi bagi para pelaku industri kreatif. Kemudahan teknologi menyebabkan peningkatan volume penjualan produk dan memudahkan pelaku industri kreatif untuk melakukan promosi lebih efektif, efisien dan ramah lingkungan. Kegiatan ini berhasil menumbuhkan motivasi pelaku industri kreatif lebih berinovasi dan berkreasi terhadap produk yang sudah ada. Pelatihan penjualan produk secara online melalui simulasi kasus. Setelah produknya sudah jadi, dapat dipasarkan langsung secara online. Kegiatan ini berhasil

mengubah produk Tie Dye yang tadinya tidak terlalu bernilai kemudian dikemas menjad efisien dan bernilai jual tinggi.

Usaha ekonomi kreatif di pedesaan adalah salah satu bagian penting dalam perekonomian di Lombok. Seringkali terlupakan di tengah sorotan lebih besar terhadap usaha besar dan industri, usaha industri kreatif di desa mempunyai peran krusial menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga serta menjaga keberlanjutan ekonomi di tingkat lokal usaha mikro desa. Mereka menghasilkan produk dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat setempat, mengurangi ketergantungan pada impor serta meningkatkan pendapatan dan daya beli penduduk desa (Arumsari et al., 2022). Mengembangkan industri kreatif pedesaan membutuhkan strategi dan langkah-langkah yang tepat karena banyak usaha mikro pedesaan berdiri namun usahanya tidak berkembang, mengalami kerugian bahkan berakhir ditutupnya usaha tersebut (Hamidi et al., 2023). Kemampuan didalam memberdayakan dan memanfaatkan potensi lokal secara kreatif dan inovatif dibutuhkan untuk memberikan tambahan nilai yang bermanfaat bagi kepentingan bersama secara berkelanjutan. Pemberdayaan sumber daya lokal mencakup berbagai aspek, seperti pengembangan keterampilan lokal, pemanfaatan bahan baku lokal, promosi produk lokal, serta kolaborasi antara pelaku usaha mikro dan komunitas sekitar (Hasanah et al., 2022).

Program pelatihan keterampilan untuk pelaku industri kreatif di Desa Malaka Kabupaten Lombok Utara tergantung kebutuhan dan karakteristik industri kreatif setempat. Beberapa bentuk program pelatihan yang telah dilakukan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Malaka, diantaranya:

- a. Pelatihan penggunaan teknologi modern sebagai alat pemasaran terbaru;
- b. Pelatihan manajemen keuangan dan perencanaan bisnis;
- c. Pelatihan pemasaran dan strategi penjualan;
- d. Pelatihan manajemen SDM dan pengembangan tim;
- e. Pelatihan dalam pengembangan ide bisnis dan perencanaan usaha;
- f. Pelatihan pemahaman pasar dan analisis peluang;
- g. Pelatihan dalam merancang model bisnis yang berkelanjutan;
- h. Pelatihan manajemen keuangan pribadi dan usaha;
- i. Pelatihan literasi keuangan untuk membantu mengelola keuangan dengan lebih baik;
- j. Pelatihan e-commerce dan pemasaran online;
- k. Pelatihan dalam keterampilan komunikasi, negosiasi, dan kepemimpinan;
- l. Pelatihan meningkatkan kualitas produk dan proses produksi;
- m. Pelatihan dalam membangun jejaring bisnis dan kerjasama dengan UKM lain atau pihak ketiga, seperti pemasok, distributor maupun lembaga finansial.

Melalui pelatihan keterampilan teknis, industri kreatif mampu meningkatkan kemampuan daya produksi dan mengadopsi teknologi lebih modern. Hal ini bisa membantu mereka memenuhi standar mutu dan keamanan produk untuk bersaing di pasar semakin ketat. Pelatihan manajemen bisnis, kewirausahaan maupun keuangan memberikan pengetahuan baru bagi para pelaku industri kreatif yang diperlukan untuk merencanakan, mengelola, dan memperluas usaha mereka. Program ini juga mencakup literasi keuangan, yang akan membantu UKM dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, termasuk manajemen keuangan pribadi dan usaha. Pelatihan akses ke modal dan pengelolaan keuangan dapat membantu usaha yang kurang mampu untuk mendapatkan dukungan finansial yang mereka butuhkan untuk mengembangkannya. Program ini memungkinkan industri kreatif untuk memulai, mengembangkan dan memperluas usaha mereka dengan lebih baik. Program pelatihan bukan hanya tentang transfer pengetahuan tetapi memberdayakan pemilik usaha untuk berpikir kritis, mengidentifikasi peluang dan berpartisipasi aktif pengembangan ekonomi lokal. Selain itu, program ini juga mencakup pelatihan dalam teknologi informasi, keterampilan soft skills, kualitas produk, sertifikasi, jejaring, kolaborasi dan pendampingan. Semua ini dirancang untuk memberdayakan usaha ekonomi kreatif secara holistik, mengintegrasikan aspek manajerial, dan sosial dalam pengembangan bisnis mereka. Melalui pelatihan dan pendampingan yang secara komprehensif, industri kreatif bisa mengatasi kendala yang dihadapi dan menjadi motor penggerak dalam meningkatkan perekonomian lokal. Dengan adanya kolaborasi dan jejaring antar UMKM, mereka juga dapat memanfaatkan peluang pasar lebih baik.

SIMPULAN

Dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) dan proses pendampingan di Desa Malaka yang telah dilakukan, disimpulkan jika pelaku industri kreatif sudah berhasil memasarkan produk melalui internet dengan memanfaatkan teknologi, sehingga biaya dari pemasaran jadi lebih efektif dan efisien. Peningkatan distribusi produk Tie Dye berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi di Desa Malaka. Sebelumnya produk hanya dipasarkan di daerah setempat dan saat ini produk yang dihasilkan sudah dipasarkan sampai ke luar daerah. Pengembangan program pelatihan keterampilan usaha industri kreatif dalam meningkatkan ekonomi lokal adalah upaya komprehensif untuk memperkuat sektor UKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dalam konteks ini, pelatihan keterampilan teknis menjadi inti dari program ini, membantu usaha industri kreatif untuk meningkatkan kualitas produksi mereka dan mengadopsi teknologi modern. Program ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas dan daya saing di Kabupaten Lombok Utara. Melalui pelatihan yang komprehensif dan pendampingan berkelanjutan, usaha industri kreatif akan dapat mengatasi kendala dihadapi dan menjadi pendorong utama meningkatkan perekonomian lokal.

SARAN

Saran, dibutuhkan program lanjutan secara berkesinambungan mengarah pada peningkatan kapasitas industri kreatif, khususnya permodalan Tie Dye serta fasilitas promosi melalui pameran tingkat Kabupaten, Provinsi hingga Nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada AHASS Arbi Motor yang membantu dan memberikan bantuan dalam program ini, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Hamzanwadi NW Lombok Timur, Universitas Jabal Ghafur, Universitas PGRI Madiun dan pelaku industri kreatif Desa Malaka Kabupaten Lombok Utara sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik dan memenuhi target luaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, N. R., Lailyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Umkm Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat*, 11(1), 92-99.
- Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Tekonolgi dan Integrasi Akses Permodalan. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 248–256. <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i2.5764>
- Aulia, R., & Kholidin. (2023). Strategi Pengembangan Produk Tie Dye Dari “Bestiedye” Di Kota Semarang. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 1–15.
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*, 15(2), 77–96. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58
- Hamidi, D. Z., Ginanjar, N. S., & Deni, A. (2023). Optimalisasi Manajemen UMKM Melalui Pendampingan Dan Pelatihan Pengabdian Pada Masyarakat. 2(03), 206–212.
- Hasanah, M., Sari, R., Azizah, Mah, Mega Puspita, P., & Fatur Risa, N. (2022). Pelatihan Penerapan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Desa. *Journal of Character Education Society*, 5(4), 163–170.
- Muliadi, S. (2021). SAS APP: Mewujudkan UMKM Berbasis Digital Dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pringgasela Lombok Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 1877–1885.
- Novalesi, Y., & Affanti, T. B. (2021). Asymmetrical Tie Dye with Indigofera Tinctoria Dye on Loose Fit for Women. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik Membangun*, 1–12.

- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93–103.
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Rahmi, S. A., Mintasrihardi, & Rosada. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Desa Melalui Sosialisasi Penataan Destinasi Desa Teniga Lombok Utara. *JAMIN: Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Pemerintah*, 1(3), 115–122. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/JAMIN/index>
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. L. (2017). Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>
- Sofyan, A. F., & Fidali, N. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Wisata Brajan Desa Sendanggung Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman. *Implementasi Teknologi Tepat Guna Kepada Masyarakat*, 1(April), 25–30.
- Susanti, E. (2020). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA KECAMATAN JATINANGOR. 1.
- Syaiful, S. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 13(3), 629–636. <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/akmen/article/view/75>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, April 2015, 327–337.
- Wardoyo, S., & Widodo, S. T. (2016). Inovasi Perancangan Motif Tie-Dye (Ikat Celup) Di Kota Yogyakarta. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 5(1), 81–92. <https://doi.org/10.24821/corak.v5i1.2378>
- Yateno, Suryadi, Priyanto, E., Delvia, G., Aal-faras, A. A., & Yuliani, D. (2021). Meningkatkan Produktivitas Kelompok Wanita Rumah Tangga Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Pasar Kreatif Tejoagung Metro Timur. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 19–28.