

PENINGKATAN PRODUKTIVITAS USAHA MELALUI DIGITALISASI PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI

Lalu Darmawan¹, Muhamad Ahyat², Juhartini³, Zaeniah⁴

^{1,2,3,4} Universitas Teknologi Mataram

email: laludarmawanbakti@gmail.com¹, ahyat241970@gmail.com², juhartini8815@gmail.com³,
zaen1989@gmail.com⁴

Abstrak

Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada Kelompok Pengrajin Anyaman Tas Dari Rotan Khas Lombok yaitu "Kelompok Bilalbleke-art". Kelompok ini memiliki anggota sebanyak 8 orang. Seluruh anggota kelompok pengrajin anyaman tas dari rotan khas lombok merupakan warga desa setempat yang terdiri dari enam (6) orang perempuan dan dua (2) orang laki-laki. Dalam menjalankan kegiatan usahanya kelompok pengrajin sering mengalami permasalahan terutama permasalahan pemasaran yaitu ketidakmampuan memasarkan hasil produk dengan menggunakan teknologi informasi. Sehingga kegiatan ini menjadi penting dilaksanakan dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan mitra dan memberdayakan mitra melalui peningkatan produktivitas usaha. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan difusi ilmu pengetahuan, yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan peserta dan memastikan transfer pengetahuan yang efektif. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini dapat meningkatkan kompetensi kelompok usaha pengrajin dalam menggunakan digitalisasi pemasaran berbasis teknologi informasi.

Kata Kunci: Produktivitas, Usaha, Pengrajin

Abstract

The purpose of this Community Service (PkM) activity is carried out in the Lombok Rattan Woven Bag Craftsmen Group, namely the "Bilalbleke-art Group". This group has 8 members. All members of the Lombok rattan woven bag craftsmen group are local villagers consisting of six (6) women and two (2) men. In carrying out their business activities, the craftsmen group often experiences problems, especially marketing problems, namely the inability to market their products using information technology. Therefore, this activity is important to carry out with the aim of overcoming partner problems and empowering partners through increasing business productivity. The method used in implementing this training uses a participatory approach and knowledge diffusion, which is designed to increase participant involvement and ensure effective knowledge transfer. The results of this activity can improve the competence of craftsmen business groups in using information technology-based marketing digitalization..

Keywords: Productivity, Business, Craftsmen.

PENDAHULUAN

Pulau Lombok yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Barat terkenal sebagai salah satu destinasi wisata. Sebagai daerah tujuan wisata tentunya di Lombok tumbuh seni-seni kerajinan tangan yang sangat digemari oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara sebagai salah satu alternatif pilihan untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Seni kerajinan tangan sudah sejak lama dibudidayakan dan menjadi tradisi orang sasak (masyarakat adat di Lombok). Banyak desa-desa yang tumbuh menjadi pusat-pusat kerajinan tangan, salah satunya adalah kerajinan ayaman tas dari rotan khas lombok. Kerajinan ayaman tas dari rotan khas Lombok ini merupakan salah satu jenis kerajinan tangan yang menjadi unggulan bagi masyarakat Lombok khususnya di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Desa Beleka terletak 15 km di arah Timur Kota Praya merupakan salah satu dari sepuluh Desa di Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang merupakan salah satu desa penghasil kerajinan ayaman tas dari rotan khas lombok. Jumlah penduduk Desa Beleka sebanyak 2993 jiwa yang terdiri dari 1469 jiwa penduduk laki-laki dan 1529 jiwa penduduk perempuan (BPS, 2025).

Dengan kretivitas yang dimiliki oleh warga masyarakat Desa Beleka dijadikan sebagai potensi ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan sebuah kegiatan yang memberi nilai pada intelektual, talenta, gagasan juga keahlian yang orsinil. Bisa juga diartikan sebagai proses peningkatan nilai tambah dari hasil eksploitasi kekayaan intelektual, berupa kreatifitas, kealian dan bakat individual menjadi produk. Ekonomi kreatif menjadi salah satu bagian yang paling berkembang pesat di dunia khususnya dalam sektor perekonomian, bukan hanya dalam hal kontribusi terhadap PDB tetapi juga dalam tingkat ketenagakerjaan dan pendapatan ekspor. Dalam kegiatan ekonomi kreatif pelaku usaha memberikan berbagai inovasi dan kreativitas pada unit usahanya (Hasan, 2021). Salah satu potensi ekonomi kreatif dari warga masyarakat Desa Beleka adalah kerajinan anyaman tas dari rotan khas lombok. Selain anyaman tas dari rotan, ada beberapa produk yang dihasilkan oleh warga desa setempat antara lain: ember, bak sampah, geben, tempat sendok, piring, gelas, tempat buah dan masih banyak macam kerajinan lain yang semuanya terbuat dari rotan, namun yang paling terkenal dan memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri adalah anyaman tas dari rotan ini yang merupakan salah satu produk unggulan yang banyak diminati oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Hampir sebagian besar penduduk desa setempat merupakan pengrajin anyaman tas dari rotan khas lombok, kerajinan tas dari rotan khas lombok ini memang merupakan warisan turun temurun nenek moyang daerah setempat sejak masa lalu. Usaha yang sudah berjalan secara turun menurun ini berperan dalam pengembangan ekonomi kreatif yang dikenal sebagai konsep pengembangan ekonomi yang mengandalkan daya kreasi untuk menciptakan produk maupun menambah nilai/value (Pahlevi, 2017). Tidak heran di usia yang masih terbilang muda, gadis dan remaja warga desa setempat sudah terampil membuat kerajinan tas dari rotan dengan kreasi unik dan menarik. Dengan adanya kerajinan tas dari rotan khas lombok ini sangat memabantu perekonomian masyarakat setempat. Dimana sebelum adanya kerjinan anyaman tas dari rotan khas lombok yang penghasilannya masih berada dibawah garis kemiskinan.

Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada kelompok pengrajin anyaman tas dari rotan khas Lombok yaitu “Kelompok Bilalbleke-art”. Kelompok ini memiliki anggota sebanyak 8 orang. Seluruh anggota kelompok pengrajin anyaman tas dari rotan khas lombok merupakan warga desa setempat yang terdiri dari enam (6) orang perempuan dan dua (2) orang laki - laki. Usaha pengrajin anyaman tas dari rotan khas lombok telah berhasil menciptakan lapangan usaha baru sehingga dapat mengurangi pengangguran yang berdampak meningkatnya perekonomian kelompok mitra khususnya dan masyarakat warga desa setempat pada umumnya. Dalam proses pembuatan anyaman tas dari rotan ini meskipun proses pembuatannya cukup sederhana namun memerlukan keahlian dan kesabaran dalam membuatnya.

Pelaksanaan PkM ini dibagi menjadi 3 kegiatan, yaitu: Penelitian Pengembangan, Pelatihan dan Pendampingan. Kegiatan ini akan dilaksanakan oleh tim pelaksana dari Universitas Teknologi Mataram yang terdiri dari ketua dan anggota tim sebanyak 3 orang dengan bidang kepakaran masing – masing akan melakukan kolaborasi dengan mitra dengan mengikutsertakan mahasiswa sebanyak 3 orang yang bersal dari disiplin ilmu yang berbeda, yaitu berasal dari program Program Studi Teknik Informatika dan Program Studi Manajemen, dimana mahasiswa tersebut dilibatkan secara aktif untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan kelompok pengrajin. Dalam pelaksanaan kegitan ini masing-masing dosen dalam tim ini memiliki tugas dan tanggung jawab yang saling melengkapi satu sama lain sehingga tercipta sinergi ilmu yang tepat dalam mencari solusi atas permasalahan kelompok pengrajin yang ada. Keahlian tim pelaksana sangat relevan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan, sehingga dengan keahlian dan pengalaman tersebut akan dapat menunjang keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini. Perannya tim pelaksana tidak hanya dirasakan oleh anggota kelompok saja akan tetapi persannya juga sangat dirasakan oleh masyarakat sekitarnya terutama dalam menciptakan aktivitas yang produktif bagi para ibu rumah tangga untuk meningkatkan kesejahteraan keluarganya (Ahyat, 2020).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh tim pelaksana PkM kepada kelompok pengrajin yaitu dengan ketua kelompok pengrajin anyaman tas dari rotan khas lombok “Bilalbeleke-art”, Menurut Pak Bilal sebagai ketua kelompok pengrajin, usaha yang dijalankan sering mengalami permasalahan terutama berkaitan dengan pemasaran. Hingga saat ini, kelompok pengrajin hanya menerima pesanan dari pelanggan lokal tanpa strategi pemasaran yang jelas. Lemahnya pemasaran ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran modern, termasuk penggunaan platform digital seperti media sosial dan situs web. Akibatnya, produk

mereka kurang dikenal di pasar yang lebih luas, sehingga omzet yang diperoleh tidak maksimal. Pendidikan dan pelatihan dalam pemasaran digital menjadi hal penting untuk diimplementasikan. Dengan menguasai pemasaran digital, kelompok usaha ini dapat meningkatkan visibilitas produknya, memperluas jaringan pasar, dan meningkatkan pendapatan.

Selain menghadapi berbagai kendala, kelompok pengrajin ini tetap optimis dan terus berusaha mengembangkan diri. Menurut ketua kelompok pengrajin, usaha ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi anggota kelompok, tetapi juga menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat sekitar. Melalui aktivitas ekonomi yang produktif, kelompok ini berhasil mendorong pengembangan ekonomi kreatif di desa tersebut. PkM yang dirancang untuk kelompok ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka, terutama dalam aspek desain produk, penggunaan teknologi, dan pemasaran digital. Dengan dukungan dari perguruan tinggi, kelompok pengrajin ini diharapkan dapat mengatasi kendala yang dihadapi dan menjadi lebih berdaya saing serta dengan pendekatan yang holistik dan dukungan yang berkelanjutan, program PkM ini diharapkan dapat menciptakan transformasi positif yang berkelanjutan bagi kelompok usaha dan masyarakat di sekitarnya.

METODE

Pelaksanaan pelatihan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan difusi ilmu pengetahuan, yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan peserta dan memastikan transfer pengetahuan yang efektif. Pelatihan dilakukan melalui empat tahapan utama sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 (Latham, 2017).



Gambar 1. Diagram Alur Pelatihan

Tahapan-tahapan pengabdian kepada masyarakat dijelaskan masing- masing tahapan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Penilaian (*Assessment*). Tahap ini bertujuan untuk memahami kebutuhan spesifik dari peserta pelatihan. Kegiatan yang dilakukan meliputi:
 - a. Analisis kebutuhan pelatihan guna mengidentifikasi aspek-aspek keterampilan atau pengetahuan yang perlu ditingkatkan.
 - b. Penentuan kriteria pelatihan yang relevan untuk memastikan pelatihan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan peserta.
2. Tahap Perancangan (*Design*). Pada tahap ini, fokus diberikan pada persiapan materi dan metode yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

Aktivitas yang dilakukan meliputi:

 - a. Menguji tingkat pemahaman dan kesiapan peserta pelatihan melalui pre-assessment.
 - b. Memilih metode pelatihan yang tepat, seperti diskusi kelompok, studi kasus, simulasi, atau demonstrasi.
 - c. Merencanakan isi pelatihan secara sistematis, mencakup topik, tujuan, dan langkah-langkah pembelajaran.
3. Tahap Penyampaian (*Delivery*). Tahap ini merupakan inti dari pelatihan, di mana pelaksanaan program berlangsung. Langkah-langkah yang dilakukan adalah:
 - a. Menjadwalkan pelatihan dengan memperhatikan waktu dan ketersediaan peserta.

- b. Melaksanakan pelatihan sesuai dengan metode yang telah dirancang sebelumnya.
 - c. Memantau jalannya pelatihan untuk memastikan peserta aktif terlibat dan memahami materi yang disampaikan.
4. Tahap Evaluasi (*Evaluation*). Tahap ini bertujuan untuk mengukur efektivitas pelatihan dan tingkat pencapaian tujuan. Proses evaluasi mencakup:
- a. Mengukur hasil pelatihan berdasarkan penilaian kinerja peserta setelah pelatihan.
 - b. Membandingkan hasil yang dicapai dengan kriteria tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengetahui tingkat keberhasilan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan dan terlaksana dengan baik sesuai dengan perencanaan. Kegiatan PkM dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut;

Perencanaan

Peserta pelatihan yang mengikuti kegiatan pelatihan ini kelompok pengrajin anyaman tas dari rotan yang memiliki anggota anggota sebanyak 8 orang. Seluruh anggota kelompok pengrajin anyaman tas dari rotan khas lombok merupakan warga desa setempat yang terdiri dari enam (6) orang perempuan dan dua (2) orang laki - laki. Kegiatan pelatihan yang telah dikasanakan adalah pelatihan digitalisasi pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi.

Tahap Pelaksanaan

Untuk meningkatkan kapasitas kelompok pengrajin dilakukan berbagai kegiatan pelatihan menggunakan metode difusi ilmu pengetahuan. Metode ini diterapkan melalui pendekatan yang beragam, seperti ceramah, diskusi, tanya jawab, praktik, dan pendampingan langsung kepada peserta (Hunaepi, dkk., 2019). Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan partisipatif. Pendekatan partisipatif mendorong keterlibatan aktif peserta dalam setiap kegiatan pelatihan, bukan sekadar partisipasi pasif. Keikutsertaan ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta mampu menerapkan ilmu dan keterampilan yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan usaha mereka (Mardikanto, 2003).

Salah satu program pelatihan utama yang dilakukan adalah pelatihan digitalisasi pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman mitra dalam aspek-aspek penting dalam digitalisasi pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi. Pelatihan ini menunjukkan dampak yang signifikan, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas hasil pemasaran. Adapun capaian dari pelatihan ini meliputi:

Tabel 1: Hasil Analisis Pemahaman Kelompok Pengrajin

Aspek yang dilatih	Baseline (%)	Setelah Pelatihan (%)	Peningkatan (%)
Riset pasar digital			
Pembuatan konten	20	80	60
Pengelolaan media sosia			
Iklan digital	20	80	60
Email marketing	20	80	60
E-commerce /marketplace	20	80	60
Branding digital	20	80	60
Riset pasar digital	20	80	60
Branding digital	20	80	60
Manajemen pelanggan (CRM)	20	80	60

Pelatihan digitalisasi pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi pada tabel diatas yang diberikan kepada kelompok pengrajin dari sisi pemahaman, peserta menjadi lebih mampu mengenali karakteristik pasar digital melalui kegiatan riset pasar. Mereka dapat mengidentifikasi kebutuhan, preferensi, serta perilaku konsumen secara lebih akurat, sehingga strategi pemasaran yang disusun menjadi lebih tepat sasaran. Hal ini mengurangi risiko kesalahan dalam menentukan target pasar.

Dari sisi keterampilan, pelatihan ini meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat konten digital yang menarik dan relevan, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Peserta juga menjadi lebih terampil dalam mengelola media sosial secara profesional, termasuk dalam menyusun

jadwal konten dan membangun interaksi yang aktif dengan audiens. Selain itu, iklan digital memungkinkan peserta untuk meningkatkan visibilitas produk atau jasa di internet, sehingga peluang mendapatkan pelanggan menjadi lebih besar.

Dalam hal analisis, peserta dilatih untuk membaca dan memahami data hasil pemasaran, seperti jumlah pengunjung, tingkat interaksi, dan konversi penjualan. Dengan kemampuan ini, peserta dapat melakukan evaluasi secara berkala dan mengambil keputusan berbasis data untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.

Pemanfaatan platform e-commerce juga memberikan dampak nyata, yaitu peserta mampu membuka dan mengelola toko online secara mandiri. Mereka dapat mengoptimalkan tampilan produk, menentukan harga yang kompetitif, serta menjalankan promosi yang sesuai dengan kondisi pasar. Di sisi lain, penguatan branding digital membantu peserta membangun identitas usaha yang konsisten dan mudah dikenali oleh konsumen.

Terakhir, kemampuan dalam manajemen hubungan pelanggan (CRM) memberikan dampak jangka panjang, yaitu terciptanya hubungan yang baik dengan pelanggan. Peserta dapat menjaga komunikasi, meningkatkan kepuasan, serta membangun loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir strategis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, sehingga peserta lebih siap bersaing dan berkembang di era digital. Melalui pelatihan ini, pemahaman peserta meningkat dari baseline 20% menjadi 80%, mencerminkan peningkatan sebesar 60%. Pelatihan ini tidak hanya membantu peserta memahami pentingnya perencanaan yang matang, tetapi juga memberikan pendampingan dalam menyusun rencana yang lebih terstruktur dan realistis, sesuai dengan sumber daya yang tersedia dan kebutuhan pasar (Dasuki, 2022).

Adapun gambar – gambar kegiatan pelatihan disajikan dibawah ini:



Gambar 2: Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Dengan Menggunakan Teknologi Informasi

Untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan mitra setelah mengikuti pelatihan, tim PkM melakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi ini dilakukan kepada para pengrajin yang telah mengikuti pelatihan, dengan frekuensi dua kali dalam satu bulan dan berlangsung selama satu bulan setelah pelatihan selesai. Evaluasi bertujuan untuk menilai sejauh mana pelatihan telah memberikan dampak terhadap peningkatan pemahaman, keterampilan, dan penerapan materi pelatihan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Pelaksanaan evaluasi ini juga digunakan untuk mengidentifikasi tantangan yang masih dihadapi oleh mitra dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Temuan dari evaluasi ini menjadi dasar untuk merancang program pendampingan lanjutan, sehingga mitra mendapatkan dukungan yang berkelanjutan dalam pengembangan usaha mereka. Pendekatan evaluasi yang komprehensif ini tidak hanya memastikan keberhasilan pelatihan, tetapi juga memberikan peluang untuk terus meningkatkan kualitas program pemberdayaan.

Kegiatan pelatihan dan evaluasi ini diharapkan dapat mengembangkan kelompok pengrajin. Melalui pelatihan dan pembinaan yang terstruktur, kelompok pengrajin ini diharapkan mampu menciptakan aktivitas ekonomi yang lebih produktif. Salah satu fokus utama adalah membangun jaringan dengan komunitas untuk memperluas pemasaran. Inisiatif ini termasuk pembuatan website pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas produk kelompok usaha di pasar yang lebih luas.

Dengan adopsi strategi pemasaran berbasis teknologi, diharapkan hasil pemasaran kelompok usaha pengrajin dapat meningkat baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Peningkatan ini tidak hanya berdampak pada produktivitas, tetapi juga pada pendapatan anggota kelompok pengrajin.

SIMPULAN

Kegiatan PkM dilakukan terhadap kelompok pengrajin anyaman tas dari rotan khas lombok yaitu “Kelompok Bilalbleke-art” di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam aspek pemasaran berbasis teknologi informasi. Pelatihan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra sebesar 60% pada aspek yang dilatih. Evaluasi menunjukkan bahwa mitra mampu menerapkan hasil pelatihan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha, memperluas jaringan pasar, dan mengadopsi teknologi modern untuk mendukung keberlanjutan usaha.

SARAN

Untuk mendukung keberlanjutan hasil program ini, beberapa rekomendasi diberikan:

1. Pendampingan Lanjutan: Lakukan pendampingan berkelanjutan untuk membantu mitra menghadapi tantangan dalam implementasi teknologi pemasaran digital.
2. Pelatihan Lanjutan: Tambahkan pelatihan tentang penggunaan platform digital yang lebih canggih, seperti teknik pemasaran yang berfokus pada *branding* dan *storytelling*.
3. Kerja Sama Strategis: Fasilitasi kerja sama dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis untuk mendukung pengembangan produk dan memperluas akses pasar.
4. Monitoring dan Evaluasi Rutin: Lakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan penerapan materi pelatihan serta memberikan masukan untuk perbaikan program di masa mendatang. Inovasi Produk: Dorong kelompok usaha untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang lebih variatif dan kompetitif sesuai dengan kebutuhan pasar.

Implementasi rekomendasi ini diharapkan dapat memperkuat dampak program pemberdayaan dan mendukung pengembangan kelompok usaha pengrajin secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyat, M., Nurkholis, L. M., & Afriwan, O. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif kelompok industri ketak khas Lombok di Desa Karang Bayan. *Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 2(3), 109–115. http://journal-center.litpam.com/index.php/Sasambo_Abdimas/index
- BPS. (2021). Kecamatan Praya Timur dalam Angka 2025.
- Dasuki, R. (2022). Praktik penyusunan proposal usaha UMKM-binaan Indegineous Enterprise Development Program (IEDP) British Petroleum Papua Barat dan Pusat Inkubator Bisnis IKOPIN untuk pengajuan pembiayaan perbankan. *ECD*, 3(1), 15–24. <https://doi.org/10.32670/ecoopsday.v3i1.1393>
- Hapsari, A. E. (2017). Analisis perencanaan laba dengan menggunakan analisis biaya volume laba dan analisis break even point (Studi Kasus di PT Madubar PG. PS Madukismo).
- Hunaepi, A., Asy'ari, M., Samsuri, T., Mirawati, B., Firdaus, L., Fitriani, H., Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan ekonomi kreatif sektor UMKM di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 125–138.
- Muhali, & Prayogi, S. (2019). Budidaya jamur tiram di Pondok Pesantren Hidayatullah NW Manggala. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v1i1.119>
- Latham, G. P. (2017). Human resources training and development. *Human Resources Management Review*, 6(43), 337–351.
- Mardikanto, T. (2003). Redefinisi dan revitalisasi penyuluhan pertanian. Pusat Pengembangan Agrobisnis dan Perhutanan Sosial.
- Pahlevi, A. S. (2017). Gagasan Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Daya Saing sub sector industry kreatif dan Penyelarasan Industri kreatif kreatif. *Prosiding Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Sedi Dan Desain*, 185 –188.

- Mularahman, M. (2023). Peranan penyuluh pertanian dalam mendukung keberlanjutan usaha agribisnis pemuda tani (studi kasus di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah). *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(3), 334–338. <https://doi.org/10.55903/juria.v2i3.134>
- Mulyono, P. (2023). Analisis pengendalian mutu keju mozzarella menggunakan metode six sigma (studi kasus CV. ABC Malang). *Jenius Jurnal Terapan Teknik Industri*, 4(1), 57–65. <https://doi.org/10.37373/jenius.v4i1.464>
- Nguyen, C. (2023). Barriers to agricultural products diversification: An empirical analysis from lotus farming in Central Vietnam. *Rural Sustainability Research*, 50(345), 103–111. <https://doi.org/10.2478/plua-2023-0020>
- Nufus, E. H., Zuhroh, I., & Suliswanto, M. S. W. (2021). Analysis of COVID-19 impact on micro, small, and medium enterprises (MSMEs) credit distribution in East Java banks. *Journal of Accounting and Investment*, 22(2), 342–360. <https://doi.org/10.18196/jai.v22i2.10701>
- Novianti, T., & Kurniawan, G. (2020). The effect of training on diversification of processed fish products and community development of interest in entrepreneurship. *Proceedings of the AEBMR Conference Series*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.042>
- Pahlevi, A. S. (2017). Gagasan tentang pengembangan ekonomi kreatif nasional (Studi pada potensi, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Kota Malang). *Seminar Nasional Seni dan Desain*, 185–188.
- Phelan, C., & Sharpley, R. (2012). Exploring entrepreneurial skills and competencies in farm tourism. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 27(2), 103–118. <https://doi.org/10.1177/0269094211429654>
- Prawoto, N., Priyo Purnomo, E., & Zahra, A. (2020). The impacts of COVID-19 pandemic on socio-economic mobility in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(3), 57–71. <https://doi.org/10.35808/ijeba/486>
- Purnomo, P., Sulistyaningsih, D., & Agung, R. (2020). Peningkatan kualitas dan diversifikasi produk olahan sukun. *Jurnal Surya Masyarakat*, 2(2), 85. <https://doi.org/10.26714/jsm.2.2.2020.85-89>
- Puzianti, S., Pujianto, T., & Kastaman, R. (2022). Analisis mutu produk pengolahan hasil pertanian: Fruit strips Frutivez dengan statistical process control. *Agrikultura*, 32(3), 275. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v32i3.35714>
- Rozikin, C., Suharso, A., Kusnadi, K., Enri, U., & Indahsari, D. (2022). Pelatihan penggunaan aplikasi pengendali mutu dalam pengemasan air minum dalam botol berbasis image processing. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas Mh Thamrin*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.37012/jpkmht.v4i1.785>
- Seiti, H., Tagipour, R., Hafezalkotob, A., & Asgari, F. (2017). Maintenance strategy selection with risky evaluations using RAH. *Journal of Multi-Criteria Decision Analysis*, 24(5–6), 257–274. <https://doi.org/10.1002/mcda.1618>
- Soejana, F. (2021). Pengendalian mutu proses produksi gula di PT Perkebunan Nusantara X Pabrik Gula Gempolkrep, Mojokerto. *Jurnal Teknotan*, 14(2), 55. <https://doi.org/10.24198/jt.vol14n2.4>
- Widhianingsih, W., & Wahyuni, H. (2023). Peningkatan produktivitas sepatu melalui pengendalian persediaan bahan baku dengan metode economic order quantity (EOQ). *Industri Inovatif Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 32–38. <https://doi.org/10.36040/industri.v13i1.5178>