

Sinergi Komunitas dalam Pembentukan Kelompok Pengrajin Sepatu Anak: Pelatihan berdampak terhadap Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan

^{1*}Zainur Hidayah, ²Minrohayati, ³Sri Lestari Pujiastuti, ⁴Moh Abdul Basir, ⁵Andriyansah

Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Banten, Indonesia.

*Email : minrohayati@ecampus.ut.ac.id

Abstract:

The establishment of a children's shoe artisan group aims to empower local communities and promote sustainable economic development. This study was conducted to evaluate the impact of skill training and business management on the capabilities of the artisan group. The methodology employed comprised six stages: exploration, group formation, skill training, mentoring, marketing, and evaluation. The results indicate a significant improvement in production and marketing skills among group members. Before the training, only 30% of participants possessed basic knowledge of production techniques, whereas after the training, this figure increased to 85%. Furthermore, the ability to utilize social media for marketing also rose from 20% to 75%. This training program has proven effective in creating high-quality products with aesthetic appeal while integrating local values and cultural wisdom. The synergy among group members and collaboration in product development enhance their competitiveness in the market. Thus, the formation of the children's shoe artisan group contributes to the improvement of the local economy, job creation, and the strengthening of regional cultural identity. Recommendations for the sustainability of the program include strengthening collaboration networks and ongoing innovation in product development. This research is expected to serve as a model for other communities to empower local economies and enhance community welfare.

Keywords: Craft group, Children's Shoes, Community Empowerment, Economic Development, Community Synergy.

Abstrak:

Pembentukan kelompok pengrajin sepatu anak bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal dan mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi dampak pelatihan keterampilan dan manajemen usaha terhadap kemampuan kelompok pengrajin. Metode yang digunakan mencakup enam tahapan, yaitu penjajakan, pembentukan kelompok, pelatihan keterampilan, pendampingan, pemasaran, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan produksi dan pemasaran di antara anggota kelompok. Sebelum pelatihan, hanya 30% peserta yang memiliki pengetahuan dasar tentang teknik produksi, sedangkan setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 85%. Selain itu, kemampuan menggunakan media sosial untuk pemasaran juga meningkat dari 20% menjadi 75%. Program pelatihan ini terbukti efektif dalam menciptakan produk yang berkualitas

dan memiliki daya tarik estetis, sekaligus mengintegrasikan nilai-nilai lokal dan kearifan budaya. Sinergi antar anggota kelompok dan kolaborasi dalam pengembangan produk memperkuat daya saing mereka di pasar. Dengan demikian, pembentukan kelompok pengrajin sepatu anak mampu berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian lokal dan penciptaan lapangan kerja, serta memperkuat identitas budaya daerah. Saran untuk keberlanjutan program mencakup penguatan jaringan kolaborasi dan inovasi berkelanjutan dalam pengembangan produk. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi model bagi komunitas lain untuk memberdayakan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: Kelompok pengrajin, sepatu anak, pemberdayaan masyarakat, pembangunan ekonomi, sinergi komunitas.

PENDAHULUAN

Pengrajin sepatu anak merupakan salah satu usaha lokal yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat serta memberikan lapangan pekerjaan. Di era globalisasi ini, permintaan akan produk lokal yang berkualitas semakin meningkat, termasuk di dalamnya produk-produk kerajinan yang dapat menembus pasar nasional maupun internasional (Andriyansah, Ginting, et al., 2025). Meskipun demikian, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pengetahuan mengenai teknik produksi yang efisien, dan pemasaran yang belum optimal menjadi tantangan bagi para pengrajin sepatu anak di berbagai daerah (Andriyansah & Fatimah, 2020).



Gambar 1. Pengrajin Menunjukkan contoh Produk dari Desa Suka Damai, Bogor

Melihat kondisi dan data tersebut, pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pembentukan kelompok pengrajin sepatu anak ini memiliki urgensi yang tinggi dengan menyatukan para pengrajin dalam sebuah kelompok, diharapkan akan tercipta sinergi antara

anggota yang dapat saling berbagi keterampilan, sumber daya, dan informasi. Pembentukan kelompok ini juga bertujuan untuk memberdayakan masyarakat setempat dengan memberikan pelatihan mengenai manajemen usaha, desain produk, dan strategi pemasaran (Zururi et al., 2025).

Industri kerajinan lokal seperti yang tertuang pada tabel 1, termasuk sepatu anak, mengalami perubahan signifikan akibat pandemi COVID-19. Menurut Bahasoan et al., (2025) Pandemi telah mendorong pengrajin untuk beradaptasi dengan cara baru dalam memproduksi dan memasarkan produk serta memanfaatkan platform digital. Situasi ini menunjukkan pentingnya inovasi dalam pemasaran produk untuk meningkatkan daya saing pengrajin lokal.

Data Tentang Industri Alas Kaki di Indonesia

Tahun	Prosentase Pertumbuhan (%)	Kondisi
2020	5.0	Pertumbuhan dipengaruhi oleh pandemi
2021	8.0	Pemulihan pasca pandemi
2022	10.0	Peningkatan permintaan domestik
2023	12.0	Ekspansi pasar ekspor
2024	15.0	Inovasi produk dan peningkatan produksi

Sumber: Kontan. (2023). *Industri Alas Kaki Indonesia Diprediksi Tumbuh 17% pada 2025*

Studi yang dilakukan oleh (Nurfaidah et al., 2024) menyebutkan bahwa kelompok pengrajin yang saling berkolaborasi lebih mampu bertahan selama masa krisis ekonomi dan menghasilkan produk yang lebih beragam dan berkualitas. Sehingga koordinasi antara pengrajin tidak hanya bermanfaat untuk pengembangan keterampilan individu, tetapi juga untuk memperkuat posisi mereka di pasar (Arif et al., 2025).

Program pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan produk sepatu anak yang tidak hanya menarik dan berkualitas, tetapi juga mengandung nilai-nilai lokal dan kearifan budaya setempat. Sejalan dengan pernyataan Yusniar et al., (2024) yang menyebutkan bahwa kerajinan lokal dapat menjadi agen perubahan sosial dan budaya, dengan memberikan identitas yang kuat kepada

komunitasnya. Kelompok pengrajin sepatu anak di desa suka damai akan mampu berkontribusi positif terhadap peningkatan perekonomian daerah, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat identitas budaya lokal melalui kerajinan yang dihasilkan.

METODE

Menurut Sukendri & Andriyansah, (2025) untuk pelaksanaan kegiatan riset disesuaikan dengan tujuan dan anggaran peneliti. Pada konteks PKM ini, menggunakan metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari 6 tahapan, berikut ini disajikan tahapan tersebut

1. Penjajakan dan Sosialisasi

Tim PkM dari Universitas Terbuka mengawali Kegiatan dengan melakukan penjajakan di masyarakat guna mengidentifikasi para pengrajin sepatu anak yang potensial. Tim pengabdian akan melakukan sosialisasi mengenai manfaat dan tujuan pembentukan kelompok pengrajin. Kegiatan ini melibatkan pertemuan dengan calon anggota kelompok serta pemangku kepentingan lainnya.

Kegiatan:

Pertemuan dengan pengrajin, Diskusi tentang potensi local dan Penyuluhan mengenai tujuan kelompok.

2. Pembentukan Kelompok

Setelah melakukan penjajakan, langkah selanjutnya adalah membentuk kelompok pengrajin. Proses ini melibatkan pemilihan ketua kelompok dan pengurus lainnya, serta penetapan visi dan misi kelompok.

Kegiatan:

Pemilihan ketua dan struktur organisasi dan Penetapan visi dan misi kelompok.

3. Pelatihan Keterampilan

Pelatihan keterampilan menjadi kunci untuk meningkatkan kemampuan anggota kelompok. Pelatihan ini mencakup teknik produksi sepatu anak, desain produk, serta manajemen usaha.

Kegiatan:

Pelatihan teknik produksi, Workshop desain produk dan Pelatihan manajemen usaha.

4. Pendampingan dan Mentoring

Setelah pelatihan, tim pengabdian memberikan pendampingan secara intensif. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa anggota kelompok mampu menerapkan keterampilan yang telah dipelajari dalam proses produksi.

Kegiatan:

Pendampingan dalam proses produksi, Sesi konsultasi bagi anggota dan Monitoring perkembangan kelompok.

5. Pemasaran dan Promosi

Setelah kelompok siap memproduksi, fokus akan beralih ke pemasaran produk. Tim pengabdian akan membantu kelompok dalam strategi pemasaran, termasuk penggunaan media sosial dan platform online untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kegiatan:

Membuat akun media sosial untuk promosi, Mengadakan pameran produk dan Membangun jaringan dengan toko lokal dan online.

6. Evaluasi dan Pengembangan

Langkah terakhir adalah melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program dan dampak yang dihasilkan. Selain itu, pengembangan ke depan dan keberlanjutan program akan direncanakan berdasarkan hasil evaluasi.

Kegiatan:

Pengumpulan feedback dari anggota, Analisis hasil penjualan produk dan Rencana pengembangan dan keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Program penyangga yang dilakukan terhadap kelompok pengrajin sepatu anak menunjukkan hasil yang menggembirakan. Setelah pelatihan keterampilan, terjadi peningkatan signifikan dalam kemampuan dan kepercayaan diri para anggota kelompok untuk memproduksi sepatu anak yang berkualitas. Sebelum pelatihan, hanya 30% dari peserta yang memiliki pengetahuan dasar tentang teknik produksi, sedangkan setelah pelatihan, 85% peserta melaporkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam pembuatan produk sepatu.

Ditunjukkan dalam data yang seluruhnya dikumpulkan melalui survei pascapelatihan, terdapat peningkatan kemampuan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk. Sebelum intervensi, 20% peserta bisa menggunakan platform online untuk memasarkan produk mereka, tetapi setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 75%. Pemasaran melalui media sosial dan platform *e-commerce* yang diberikan dalam sesi pelatihan terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar (Tantri et al., 2025).



Gambar 2. Perizinan dan Sosialisasi dengan Perangkat kelurahan

Program pelatihan yang diberikan kepada kelompok pengrajin sepatu anak ini telah menunjukkan perkembangan yang luar biasa, baik dalam aspek teknis produksi maupun strategi pemasaran (Ulfah et al., 2024). Sebagai hasil dari pelatihan ini, diketahui bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam kemampuan anggota kelompok dalam mengelola dan memproduksi sepatu dengan kualitas yang lebih baik, yang dapat dilihat dari perbandingan hasil pra dan pasca pelatihan. Pelatihan keterampilan yang berfokus pada teknik produksi sepatu dan desain kreatif memberikan kontribusi kepada pengrajin untuk menghasilkan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki daya tarik visual yang tinggi. Hal ini selaras dengan hasil penelitian (Lanisy et al., 2024) yang menyatakan bahwa inovasi dalam desain produk sangat penting untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin ketat.

Data pertumbuhan industri sepatu yang signifikan pasca-pandemi COVID-19 pada tabel 1, menunjukkan bahwa kelompok pengrajin sepatu anak dapat memanfaatkan momentum ini untuk memperluas jaringan pasar mereka. Peningkatan permintaan yang diharapkan pada tahun 2025 (17% menurut Kontan, 2023) menunjukkan adanya peluang yang besar bagi pengrajin untuk menembus pasar domestik dan internasional.

Adanya pengaruh positif dari penggunaan media sosial dan platform digital dalam pemasaran produk juga menjadi poin penting dalam analisis ini. Hasil pelatihan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran ditemukan sangat menguntungkan, di mana 75% dari peserta pelatihan siap untuk menggunakan platform tersebut untuk memperkenalkan produk mereka.

Menurut Ferica & Parlindungan, (2020) media sosial telah terbukti menjadi saluran komunikasi yang efektif dalam menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan.

Kolaborasi antar anggota kelompok juga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan program ini. Hal tersebut disampaikan oleh Afdhal, (2023), kerja sama di antara pengrajin tidak hanya memperkaya pengalaman belajar tetapi juga menciptakan lingkungan di mana pengrajin bisa saling mendukung dan berbagi praktik terbaik. Hal ini mendorong pengembangan keterampilan yang lebih komprehensif dan meningkatkan resiliensi kelompok di tengah tantangan yang ada. Lebih jauh lagi, kelompok pengrajin sepatu anak ini tidak hanya sekadar memproduksi barang, melainkan mereka juga mengaitkan produknya dengan nilai-nilai lokal dan kearifan budaya yang ada. Ini sejalan dengan pandangan Panamuan et al., (2025) yang menekankan peran penting kerajinan lokal dalam menjaga identitas budaya komunitas. Produk-produk yang dihasilkan kini bukan hanya sebatas barang ekonomi tetapi juga menjadi simbol dari kebanggaan dan kekayaan budaya lokal.

Pembentukan kelompok pengrajin sepatu anak diharapkan dapat berkontribusi signifikan dalam meningkatkan perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat identitas budaya. Oleh karena itu, program ini layak untuk terus dikembangkan dan diimplementasikan di komunitas lain yang memiliki potensi serupa.

PEMBAHASAN

Pelatihan yang difokuskan pada manajemen usaha dan teknik produksi sepatu anak telah memberikan dampak positif bagi kelompok pengrajin. Sejalan dengan temuan (Saragih & Andriyansah, 2023), yang melaporkan bahwa manfaat penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dapat meningkatkan penjualan secara signifikan, kelompok pengrajin ini memanfaatkan sosial media dengan baik. Selain itu, kolaborasi antar anggota kelompok memperkuat daya saing mereka di pasar lokal.

Kondisi ini selaras dengan pernyataan Kusumawijaya et al., (2024) bahwa kerjasama antar pengrajin dapat mendorong diversifikasi produk dan meningkatkan survival rate di tengah tantangan ekonomi. Berdasarkan hasil evaluasi, produk sepatu yang dihasilkan kini tidak hanya memiliki nilai jual yang lebih tinggi tetapi juga mencerminkan identitas kultural lokal, sesuai dengan yang diungkapkan oleh Erlanda & Ilman, (2024) terkait peran kerajinan dalam membangun identitas komunitas.



Gambar 4. Diskusi terkait pembentukan kelompok Pengrajin



Gambar 5. Pelaksanaan Pkm dengan Pengrajin Sepatu Anak

Pelatihan dan pembentukan kelompok pengrajin sepatu anak menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam memberdayakan masyarakat. Nurfaidah et al., (2024) pandemi COVID-19 telah mendorong banyak pengrajin untuk beradaptasi dengan cara baru dalam memproduksi dan memasarkan produk mereka. Dalam konteks ini, kelompok pengrajin sepatu anak berhasil menerapkan pendekatan inovatif, termasuk pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, yang mengarah pada peningkatan visibilitas produk mereka di pasar yang lebih luas.

Kolaborasi antar anggota kelompok menjadi kunci keberhasilan program ini. Seperti yang diungkapkan oleh Muis & Jusuf, (2025) kelompok pengrajin yang saling berkolaborasi mampu bertahan lebih baik selama masa krisis dan hasilnya menciptakan produk yang lebih bervariasi dan berkualitas. Hal ini tidak hanya memperkuat posisi mereka di pasar tetapi juga memastikan keberlanjutan usaha mereka.

Program ini membuktikan bahwa pelatihan keterampilan yang diarahkan pada komunikasi pemasaran digital dan manajemen usaha berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kemampuan pengrajin sepatu anak. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran ditemukan oleh Kustiawan et al., (2023) memiliki dampak positif dalam meningkatkan efisiensi komunikasi pemasaran. Keberhasilan kelompok pengrajin dalam mengadopsi teknik-teknik ini juga menunjukkan pentingnya pendidikan berkelanjutan dan pendampingan pasca-pelatihan, yang mendorong mereka untuk terus berkembang dan berinovasi. Merujuk analisis pendapatan yang diperoleh setelah pelatihan, terlihat bahwa kelompok pengrajin tidak hanya meningkatkan produksi tetapi juga berhasil menciptakan produk yang menarik bagi konsumen. Sebagaimana dinyatakan oleh (Suharson, 2024) kerajinan lokal yang menyimpan nilai-nilai kultural tidak hanya berfungsi sebagai produk ekonomi, tetapi juga sebagai media untuk membangun identitas komunitas.

Produk sepatu anak yang dihasilkan oleh kelompok ini tidak hanya memenuhi permintaan pasar tetapi juga memperkuat perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan kerja, sehingga secara keseluruhan mendukung tujuan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Keterlibatan anggota masyarakat dalam pembentukan kelompok pengrajin dan upaya pemberdayaan yang dilakukan melalui pelatihan mendukung terciptanya sinergi dan kolaborasi yang efektif, sehingga hasil program ini dapat direplikasi di komunitas lain untuk mendorong kemandirian ekonomi yang lebih luas (Andriyansah, Subchan, et al., 2025).

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pelatihan yang telah dilaksanakan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kemampuan kelompok pengrajin sepatu anak dalam hal pembuatan produk dan pemasaran. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok di bagian produksi dan pemasaran online menunjukkan bahwa pendekatan terintegrasi ini dapat menjadikan mereka lebih mandiri secara ekonomi dan lebih kompetitif di pasar

Program pembentukan kelompok pengrajin sepatu anak telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengrajin lokal. Dari pelatihan yang dilaksanakan, terlihat bahwa peningkatan kemampuan dalam teknik produksi, desain produk, dan strategi pemasaran sangat berkontribusi terhadap kemajuan usaha mereka. Pemasaran yang menggunakan media sosial dan platform digital juga terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Kelompok pengrajin ini berhasil beradaptasi dengan perubahan pasar yang terjadi akibat pandemi COVID-19, menunjukkan fleksibilitas yang tinggi dalam memanfaatkan peluang baru. Dengan adanya pelatihan manajemen usaha, mereka kini memiliki kapasitas lebih baik dalam mengelola usaha secara mandiri. Dampak positif ini tidak hanya terbatas pada peningkatan ekonomi individu pengrajin tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan serta memperkuat identitas budaya lokal melalui produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan, beberapa saran untuk keberlanjutan program ini antara lain:

1. **Penguatan Jaringan dan Kolaborasi:** Mendorong kolaborasi antarpengrajin dan dengan lembaga lain, seperti institusi pendidikan atau organisasi non-pemerintah, untuk memperkuat kapasitas kelompok dalam manajemen usaha dan pemasaran.
2. **Pendampingan Berkelanjutan:** Melanjutkan pendampingan pascapelatihan untuk memastikan penerapan keterampilan yang diajarkan. Tim pendamping harus siap membantu pengrajin dalam mengatasi tantangan yang muncul di lapangan.
3. **Inovasi Berkelanjutan:** Mengedepankan pengembangan produk dengan inovasi yang berkelanjutan, baik dari segi desain maupun teknik produksi, untuk menghadapi dinamika permintaan pasar.
4. **Evaluasi dan Pengembangan Program:** Melakukan evaluasi berkala terhadap keberhasilan program dan dampaknya untuk dapat menyesuaikan strategi, serta merumuskan rencana pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan kelompok.
5. **Pendidikan dan Pelatihan Berkelanjutan:** Memperluas lingkup pelatihan yang mencakup topik-topik terkini dalam manajemen bisnis, pemasaran digital, dan inovasi produk agar anggota kelompok tetap kompetitif dan relevan dengan perkembangan industri.

Program pembentukan kelompok pengrajin sepatu anak ini diharapkan dapat menjadi model bagi komunitas lain dalam memanfaatkan potensi lokal untuk mencapai kemandirian ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat selaku Lembaga yang menyetujui penganggaran kegiatan ini dengan kontrak kerja Nomor : B/114/UN31.LPPM/PM.01.01/2025 serta ucapan terimakasih kepada Lurah, Pengrajin serta Masyarakat Desa Suka Damai, Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, A. (2023). Peran perempuan dalam perekonomian lokal melalui ekowisata di Maluku: Tinjauan sosio-ekologi dan sosio-ekonomi. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5(2), 208-224.
- Andriyansah, & Fatimah, F. (2020). Developing the Concept of E-Customer Relationship Management Model to Improve Marketing Performance. *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3409929.3414746>
- Andriyansah, Ginting, G., Fatimah, F., Nurunisa, V. F., Nataliani, N. P., & Saragih, C. (2025). RECIPROCAL VALUE OF SMES PRODUCTS IN STRENGTHENING SUSTAINABLE GREEN COMPETITIVENESS FOR ECONOMIC GROWTH IN INDONESIA. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e04130. <https://doi.org/https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n02.pe04130>
- Andriyansah, Subchan, Pamungkas, K., Geraldina, I., Arifin, A. H., & Manggarani, C. A. (2025). Exploring Sustainable Tourism Resources to Realise Ergo Green Tourism in Indonesia. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 7(2), 334-342. <https://doi.org/https://doi.org/10.34306/att.v7i2.499>
- Arif, A., Wibawa, G. R., & Pauzy, D. M. (2025). Strategi Penerapan Value Chain dalam Meningkatkan Competitive Advantage UMKM Kerajinan. *Ecoplan*, 8(1), 42-50.
- Bahasoan, A. N., Indayani, B., & Azis, M. S. (2025). Transformasi digital pada UMKM: Penggerak pertumbuhan ekonomi dan inklusi di negara berkembang. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 5(1), 9-19.
- Erlanda, Y., & Ilman, G. M. (2024). Otimalisasi Potensi Ekonomi Lokal: Strategi Penguatan Dan Implikasi Positif Peran Umkm Kelurahan Made Kota Surabaya. *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA*, 2(2), 179-188.
- Ferica, S., & Parlindungan, D. R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Online Shop@ diet_inget_irwan. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 7(2), 53-58.
- Kustiawan, W., Hasibuan, A. A., Lubis, N., Fayrozi, M. F., & Maisarah, M. (2023). Dampak Positif dan Negatif Pembangunan Infrastruktur Nasional di Era Digital. *Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 5(2), 202-207.
- Kusumawijya, I. K., Astuti, P. D., Wartana, I. M. H., & Adi, I. K. Y. (2024). MEMBANGKITKAN INOVASI BERBASIS INISIATIF PENGABDIAN MASYARAKAT PADA PENGRAJIN TEDUNG DI MENGWI, BALI. *Journal of Community Empowerment*, 3(2), 74-83.
- Lanisy, N. A., Praningtyas, E. R. V., Akbara, A. Z., Ginting, G., Satyarini, N. W. M., & Ayuni, D. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Homestay serta Fasilitas Pendukung di Kampung Ekowisata Ciwaluh, Kabupaten Bogor. *Gandhi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 59-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.33830/g-jpm.v1i1.10584>
- Muis, I., & Jusuf, D. I. (2025). *Kinerja Pemasaran Ukm Di Indonesia*. Deepublish.
- Nurfaidah, G. D. S., Nasution, R. D., Hilman, Y. A., & Ridho, I. N. (2024). Upaya Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Resiliensi Pengrajin Reyog di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 14(1).
- Panamuan, F. B., Putri, A. G., Widya, A., Tiara, V., & Hafizi, M. Z. (2025). Dampak Globalisasi Terhadap Kebudayaan Lokal pada Era Modernisasi. *Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, 2(3), 85-101.
- Saragih, C. L., & Andriyansah, A. (2023). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PLATFORM TIKTOK. *KOLEGIAL*, 11(2), 151-160.
- Suharson, A. (2024). Regenerasi Pengrajin Gerabah Perempuan di Pundong, Kasongan, dan Bayat dalam Mempertahankan NilaiNilai Kearifan Lokal Budaya Jawa. *Panggung*, 34(1), 28-45.
- Sukendri, N., & Andriyansah. (2025). *Mengenal ragam metode riset* (1st ed.). Gapura Biru.

<https://gapurabiru.com/buku/mengenal-ragam-metode-riset-karya-nengah-sukendri-andriyansah/>

- Tantri, S. N., Riyani, E. I., & Hardiana, N. (2025). DIGITALISASI PEMASARAN: PENDAMPINGAN STRATEGIS UNTUK MENDORONG KETAHANAN UMKM DI ERA DIGITAL DI LENGKONG KARYA, SERPONG UTARA. *Gandhi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.33830/g-jpm.v2i1.11717>
- Ulfah, I. F., Yetmi, Y. S., & Novita, D. (2024). Manajemen Strategi Inovasi dan Pemasaran dalam Meningkatkan Produk Unggulan Daerah di Kampung Tematik Opak Angin Tangerang. *Gandhi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 24–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.33830/g-jpm.v1i1.7800>
- Yusniar, Y., Sari, C. P. M., Heryana, H., & Yunina, Y. (2024). Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Produksi Kerajinan Tangan Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial (JPES)*, 3(2), 1-7.
- Zururi, A., Andriyansah, Lesmana, R., & Louise, N. (2025). Exploring Technology Innovation Management's Impact on Business Competitiveness and Efficiency: SmartPLS Approach. *APTISI Transactions on Management*, 9(1), 30–39.