

PENDAMPINGAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK ANYAMAN RUMBAL UMKM RUMPUN MAS, DESA SIDANG EMAS, KABUPATEN BANYUASIN

Dita Mayreista¹, Budi Santoso^{2*}, Lishapsari Prihatini²

¹) Ilmu Administrasi Negara, STISIPOL Candradimuka, Palembang

²) Program Magister Ilmu Komunikasi, STISIPOL Candradimuka, Palembang

Article history

Received : 8 Maret 2021

Revised : 11 Maret 2021

Accepted : 18 April 2021

*Corresponding author

Budi Santoso

Email :

budi_santoso@stisipolcandradimuka.ac.id

Abstrak

Rumbai adalah jenis tanaman air yang banyak tumbuh di wilayah Desa Sidang Emas, Kabupaten Banyuasin, Sumatra Selatan. Tanaman ini lazimnya digunakan sebagai bahan dasar produk anyaman seperti atap, fikor, bakul, dan tas. Namun ternyata, para perajin Desa Sidang Emas yang tergabung dalam UMKM Rumpun Mas belum mendapatkan manfaat ekonomi lebih dari produk yang dihasilkan. Hasil dari observasi dan diskusi kelompok terarah menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi oleh perajin dan UMKM Rumpun Mas terletak pada terbatasnya diversifikasi produk dan metode pemasaran serta penjualan yang pasif. Berdasarkan hal tersebut, maka tim pengabdian melakukan kegiatan pendampingan untuk meningkatkan inovasi produk termasuk pembuatan dan maksimalisasi media sosial dan aplikasi *e-commerce*. Pemilihan media sosial dan aplikasi *e-commerce* sebagai metode pemasaran dan penjualan berdasarkan pada realitas pertumbuhan media internet dan kuantitas pengguna yang semakin tinggi sehingga potensi untuk mempromosikan produk anyaman rumbai semakin luas. Pengabdian yang dilakukan menunjukkan bahwa perajin mendapatkan pengetahuan baru terkait jenis dan model anyaman serta metode pemasaran. Satu produk baru yang dibuat adalah topi wisuda. Kemudian, selain tetap melaksanakan penjualan langsung, perajin dapat mempromosikan dan memasarkan produk mereka melalui media sosial Facebook dan Instagram serta beberapa aplikasi *e-commerce*. Dengan demikian, diharapkan penjualan produk anyaman para perajin dan UMKM Rumpun Mas semakin meningkat sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Sidang Emas pada umumnya.

Kata Kunci: *E-commerce*, Media Sosial, Produk Anyaman, Rumbai

Abstract

Rumbai is a type of water plant that grows in Sidang Emas Village, Banyuasin Regency, South Sumatra. This plant is a primary material for woven products such as mats, baskets, and bags. However, the craftsmen who are members of MSME Rumpun Mas have not received expected economic benefits from the products. The results of observations and focus group discussions indicate that the obstacles faced by Rumpun Mas crafters are product diversification and selling-marketing methods. Based on this, the community service team carried out product innovation assistance in the form of graduation caps and the creation and maximization of social media and *e-commerce* applications. The choice of social media as a marketing method is based on the reality of the increasing internet penetration and quantity of users so that the potential to promote rumbail-woven products is even more comprehensive. The result showed that the craftsmen gained new knowledge regarding the types and models of weaving and marketing methods. One new product that was made was a graduation cap. Then, besides continuing to carry out direct sales, crafters can promote and market their products through social media, Facebook, and Instagram, and several *e-commerce* applications. Thus, it is hoped that the sales of woven products by the craftsmen and Rumpun Mas UMKM will be amplified so that it can contribute to the improvement of the welfare of Sidang Emas Village in general

Keywords: *E-commerce*, Social Media, Woven Product, Rumbai

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya dengan sumber daya alam yang dapat diolah menjadi karya seni dan berbagai macam peralatan pribadi dan rumah tangga. Produk anyaman adalah satu diantaranya. Anyaman (*woven*) telah dikenal sejak dulu dalam budaya Indonesia sebagai kearifan lokal (Evawarni, 2008), dalam bentuk atap, dinding rumah, kursi, tikar, bakul, topi caping, kain, dan lain-lain. Saat ini, produk-produk anyaman di pasaran semakin variatif, dengan desain yang unik dan menarik. (Patria & Siti, 2015) menuliskan, bahwa anyaman adalah teknik karya seni melalui metode silang (*tumpang tindik*) antara lungsi dan pakan. Lungsi adalah media dasar anyaman sementara pakan adalah bahan anyaman yang diselipkan ke dalam lungsi. Biasanya, bahan alam yang digunakan adalah bambu/buluh, rotan, purun, lidi, dan rumbai.

Rumbai (*Scirpodendron ghaeri*) adalah sejenis tumbuhan air (*aquatic makrophyte*) yang banyak dijumpai di negara tropis seperti Indonesia, utamanya di wilayah-wilayah pesisir dan daerah aliran sungai. Tidak mengherankan jika rumbai dapat tumbuh subur di Desa Sidang Emas, yang merupakan bagian dari wilayah administratif Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin, Sumatra Selatan, karena sebagian wilayahnya berkarakter rawa pasang surut. Warga Desa Sidang Emas telah lama memanfaatkan tanaman ini sebagai bahan dasar dinding rumah/kandang, atap, tikar, kopiah, dan bakul yang mulanya hanya diperuntukkan untuk perangkat rumah tangga saja, tidak untuk diperjualbelikan dalam skala luas.

Mayoritas perajin rumbai di Desa Sidang Emas telah bergabung dalam komunitas Rumpun Mas. Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini didirikan pada tahun 2018 dengan tujuan untuk mengkoordinir para perajin dalam satu wadah. Sebelum komunitas ini berdiri, para perajin memasarkan produknya sendiri-sendiri. Sayangnya, perkumpulan ini belum begitu berkembang, terutama terkait dengan aspek teknologi, diversifikasi, dan pemasaran produk. Terkait dengan teknologi, kendala yang dihadapi adalah alat-alat produksi yang masih manual. Perajin menggunakan penjepit dari kayu/bambu, pemotong kecil (*cutter*) atau gunting, dan jarum. Semua pekerjaan dilakukan dengan menggunakan tangan. Perajin dan UMKM Rumpun Mas tidak mempunyai dana untuk membeli mesin jahit yang bisa mempercepat pekerjaan dan aksesoris hias untuk mempermanis tampilan produk. Kendala lain adalah minimnya pengetahuan perajin tentang desain dan model kekinian. Akibatnya, produk yang dihasilkan tidak variatif, baik dari segi bentuk maupun jenis anyaman. Produk dominan yang diproduksi adalah tas wanita, tikar, dan tempat untuk tisu. Kendala ketiga adalah pemasaran produk yang masih mengandalkan penjualan langsung di tempat. Meski UMKM Rumpun Mas memiliki akun media sosial Facebook, namun tidak dikelola secara berkala. Mereka juga tidak paham keberadaan *e-commerce/marketplace* yang saat ini lazim digunakan untuk memasarkan produk. Persoalan ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan para perajin atas pemanfaatan teknologi internet. Oleh karena itu, pembinaan yang dilakukan oleh tim pengabdian bertujuan untuk memberikan pendampingan (*advokasi*) kepada para perajin dan UMKM Rumpun Mas, sehingga secara tidak langsung akan memberikan dampak pada kesejahteraan para perajin. Selain itu, kegiatan pengabdian ini dimaksudkan pula sebagai upaya untuk melestarikan kearifan lokal Sumatra Selatan yang kian tergerus oleh produk-produk serupa berbahan lain, semisal kain tenun.

Berdasarkan data yang diperoleh, sebagian besar penduduk Desa Sidang Emas bekerja di sektor informal sebagai petani dan pedagang kecil dengan pendapatan yang tidak menentu. Sehingga, upaya pemberdayaan sangat penting untuk dilakukan sebagai bagian dari penguatan sosial ekonomi masyarakat. Pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) sejatinya ditujukan untuk mensejahterakan masyarakat, baik dari segi ekonomi, ekologi, maupun sosial, melalui pendampingan (perencanaan, pengelolaan, pemasaran, evaluasi) termasuk pula memberikan fasilitas semisal alat dan dukungan finansial (Noor, 2011), sehingga masyarakat memiliki kemampuan (otoritas mandiri) untuk memperbaiki kondisi kehidupannya (Hamid, 2018) Lebih lanjut, (Widjajanti, 2011) mengungkapkan bahwa kemandirian masyarakat tidak tercipta begitu saja, melainkan melalui proses belajar. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat, apa pun bentuknya, tidak dapat dilakukan secara terputus, tapi seyogyanya membutuhkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang berkelanjutan karena pemberdayaan masyarakat sejatinya adalah hal yang

kompleks (Amalia & Syawie, 2015). Dalam UU Nomor 6/2014 tentang Desa secara umum disebutkan bahwa masyarakat desa bukan sebagai objek pasif yang sekedar menerima bantuan, akan tetapi sebagai pelaku utama yang aktif melalui cara berpikir, bersikap dan berperilaku untuk kemajuan (Suharto, 2018), serta mempunyai kemandirian untuk menentukan arah pembangunan desanya berdasarkan realitas yang dialami (Ansyah et al., 2021).

Pemerintah daerah sebenarnya telah menyadari potensi ini, bahwa jika diberdayakan secara serius dan terarah maka rumbai bisa memberikan manfaat ekonomis bagi masyarakat, terutama di masa pandemi Covid-19 ini. Pada akhir tahun 2020, pemerintah daerah Banyuasin telah menjalin kemitraan dengan salah satu BUMN di Provinsi Sumatera Selatan untuk memberikan pembinaan dan bantuan modal usaha kepada para perajin rumbai. Jaringan kerjasama antara Pemerintah daerah dan BUMN ini membuka peluang bagi insan perguruan tinggi untuk ikut serta memberikan sumbangsih berupa ide atau gagasan dan dukungan lain dalam bentuk pendampingan dan supervisi agar upaya yang telah digagas oleh pemerintah desa dan daerah dapat terlaksana dengan baik. Kegiatan pengabdian yang ditujukan untuk para perajin rumbai di Sidang Emas ini membutuhkan perencanaan yang matang dan terukur sehingga diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi yang optimal. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ariadi, (2019) bahwa satu poin utama dari perencanaan pembangunan desa adalah partisipasi aktif dari berbagai unsur masyarakat, tidak hanya pemerintah dan penduduk setempat namun juga para pemangku kepentingan lain semisal pelaku/lembaga pendidikan.

METODE PELAKSANAAN

Solusi yang diaplikasikan dalam kegiatan pembinaan dan pendampingan ini merupakan hasil dari observasi lapangan dan diskusi terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) antara representasi perajin rumbai Desa Sidang Emas dan pegiat UMKM Rumpun Mas, pemerintah setempat, karang taruna/tokoh pemuda, dan tim pengabdian masyarakat. Kegiatan dilakukan dalam kurun waktu satu bulan, terhitung mulai tanggal 1 sampai dengan 30 Desember 2020. Observasi dilakukan guna mengetahui secara langsung situasi dan kondisi nyata di lapangan, sehingga pemetaan persoalan dapat dilakukan secara tepat. Hasil dari pengamatan lapangan ini kemudian dipertajam dalam diskusi terarah untuk mendapatkan solusi jitu bagi kendala yang dihadapi para perajin anyaman rumbai.

Berdasarkan dari hasil observasi dan diskusi mendalam tersebut, tim kemudian memutuskan bahwa solusi yang dapat diterapkan untuk memberdayakan para perajin dan juga unit UMKM Rumpun Mas adalah pendampingan dalam diversifikasi dan pemasaran produk anyaman rumbai. Diversifikasi disini mencakup memberikan masukan tentang jenis dan model produk yang menyesuaikan dengan trend kekinian atau membuat produk unik yang belum pernah ada dan dapat digunakan secara luas. Sementara itu, untuk pendampingan pemasaran produk, tim pengabdian membuat akun media sosial dan e-commerce atas nama UMKM Rumpun Mas. Sedangkan, untuk bantuan pengembangan teknologi, sampai dengan artikel ini disusun tim pengabdian masih dalam proses untuk mencari organisasi atau perusahaan yang dapat menjadi mitra pendanaan bagi UMKM Rumpun Mas. Melalui diskusi terarah, tim pengabdian memberikan contoh-contoh desain dan jenis produk yang dapat diadopsi oleh para perajin yang tim ambil dari media daring dan media sosial. Dalam diskusi itu pula, tim pengabdian memaparkan secara ringkas metode pemasaran e-commerce/*marketplace* dan mengenalkan kepada para perajin beberapa aplikasi e-commerce yang populer, seperti olx, bukalapak, dan tokopedia.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah, pertama, para perajin dan pegiat UMKM Rumpun Mas mendapatkan gagasan/pengetahuan baru terkait jenis dan model anyaman. Selama ini, mereka hanya terpaku pada desain anyaman tradisional. Kedua, mereka kemudian menyadari bahwa selain

produk anyaman itu sendiri, hal penting lainnya adalah strategi pemasaran dan penjualan, terutama dengan memanfaatkan teknologi media baru seperti internet, media sosial, dan aplikasi penjualan daring.

Diversifikasi Jenis dan Desain Produk

Dari hasil observasi dan diskusi yang dilakukan dengan pegiat UMKM Rumpun Mas, tokoh pemuda/Karang Taruna, dan pemerintah setempat, tim pengabdian masyarakat menemukan beberapa kendala terkait dengan pengembangan UMKM anyaman rumbai ini. Pertama, kurangnya inovasi baru produk. Sejak beberapa tahun lalu, para perajin anyaman rumbai Desa Sidang Emas sebenarnya tidak lagi terpaku pada tikar atau bakul. Mereka mulai memproduksi tas (*tote bag*), kopiah, kotak tisu, serta kipas dengan desain dan variasi warna. Tetapi, produk-produk tersebut terkategori produk biasa, tidak kekinian, tidak memiliki keunikan. Oleh karena itu, tim pengabdian kemudian memberikan masukan kepada perajin terkait model dan desain, sehingga dapat mengangkat daya jual. Satu produk yang kemudian dinilai memiliki keunikan adalah topi wisuda (*graduation cap/mortarboard*) dan model lain seperti *wall decor*, *cover pot*, dan sebagainya. Topi wisuda ini untuk sementara tidak diperuntukkan untuk lulusan perguruan tinggi, namun untuk para lulusan sekolah dasar/pendidikan usia dini yang mempunyai tradisi wisuda. Sampai saat laporan ini dibuat, topi wisuda ini belum dipasarkan karena masih dalam tahap penyempurnaan desain.



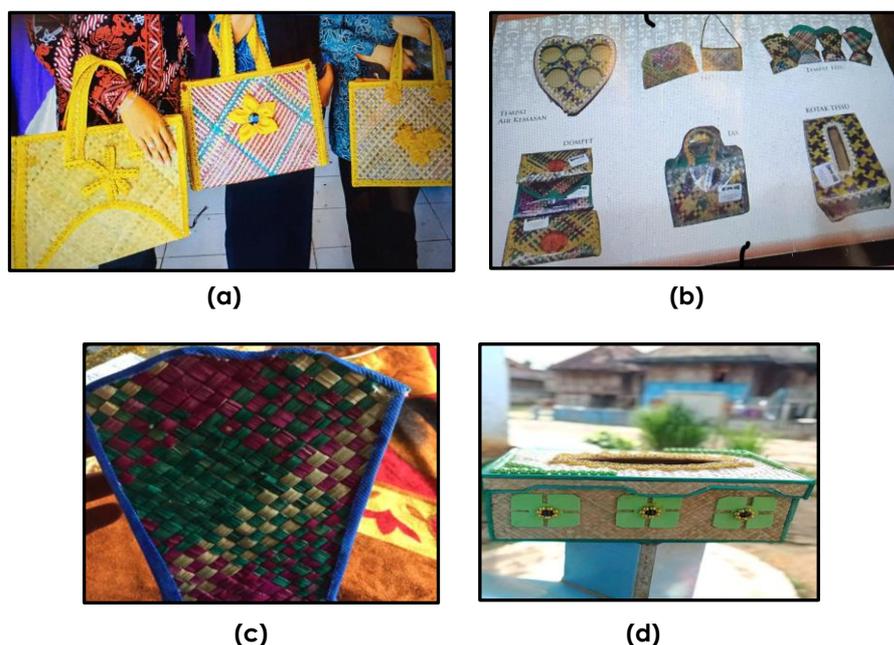
(a) (b)
Gambar 1. Observasi ke perajin rumbai (a) Kegiatan FGD (b)

Produk-produk di atas, selain topi wisuda, pada dasarnya telah diperjualbelikan namun dalam lingkup terbatas, baik untuk dipergunakan sendiri maupun sebagai cinderamata acara/resepsi tertentu semisal pernikahan dan akikah. Namun, pegiat UMKM Rumpun Mas mengakui bahwa hasil dari penjualan tersebut tidak cukup untuk menutupi kebutuhan sehari-hari dan masih jauh untuk mensejahterakan para anggota. Penghasilan dari penjualan produk ini pun tidak dapat dipastikan. UMKM Rumpun Mas sebagai organisasi yang menaungi para perajin, telah berupaya untuk mengembangkan desain produk, namun terkendala dengan teknologi, sumber informasi dan pendanaan. Oleh karena itu, tim pengabdian membagi pengetahuan kepada perajin tentang variasi desain produk-produk anyaman yang banyak dijumpai di *marketplace*, dengan demikian, diharapkan hambatan yang terkait dengan keterbatasan pengetahuan, teknologi, dan keterampilan untuk membuat desain produk dapat teratasi. Sebagaimana yang terlihat pada gambar 2 di bawah, model produk anyaman seperti tikar, tas, wadah tisu, gantungan kunci, dan aksesoris lain yang diproduksi terlihat biasa saja, tidak mengikuti perkembangan desain terkini.

Pemasaran dan Penjualan Produk

Persoalan kedua adalah kurang optimalnya pemasaran produk. Dari hasil diskusi, diketahui bahwa perajin dan UMKM Rumpun Mas tidak memiliki strategi dan metode pemasaran yang terarah. Mereka hanya memajang produk-produk anyaman tersebut di rumah atau tempat usaha masing-masing, menunggu pembeli datang. Artinya, pemasaran dan penjualan yang dilakukan cenderung pasif. Belum ada upaya nyata untuk mempromosikan produk-produk tersebut melalui media konvensional dan atau media baru (media sosial/ media jejaring sosial). Padahal, dewasa ini media sosial menjadi medium yang lazim digunakan untuk

mengenalkan produk UMKM, baik barang dan jasa, kepada publik. *Social Digital Report* yang dilansir oleh (Kemp, 2019) menunjukkan jumlah fantastis pengguna media sosial dunia pada tahun 2019, yaitu 3,2 milyar orang. Dari angka tersebut, jumlah yang terjangkau iklan di Instagram adalah 895 juta orang, dimana sekitar 69 juta diantaranya berasal dari Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa peluang pemasaran produk melalui media sosial sangat terbuka lebar. Seperti yang diketahui, Instagram adalah aplikasi yang banyak dipakai pengguna untuk mengenalkan dan memasarkan berbagai macam produk. Di era virtual, media sosial ampuh untuk digunakan sebagai wahana untuk membangkitkan kesadaran merk (*brand awareness*). Selain itu, biaya yang dikeluarkan relatif murah, tidak seperti beriklan di media konvensional yang berbiaya tinggi (*costly*).



Gambar 2. Ragam produk anyaman rumbai UMKM Rumpun Mas. (a) Tas tangan, (b) rupa-rupa aksesoris, (c) topi wisuda (d) kotak tisu

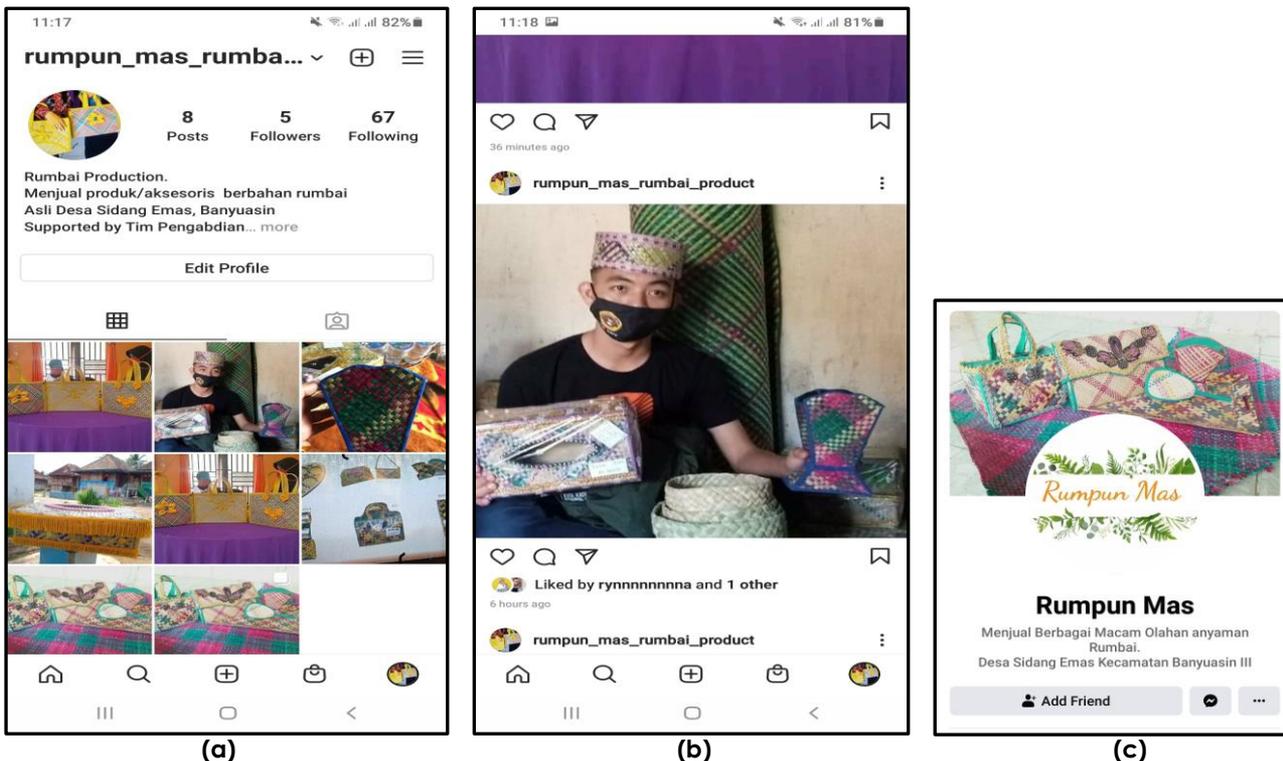
Tim pengabdian melihat ini sebagai sebuah kendala yang harus diatasi. Langkah konkrit – pragmatik yang dapat diambil adalah membuat akun Instagram dan memperkuat eksistensi akun Facebook atas nama UMKM Rumpun Mas. Untuk Instagram, nama yang dipilih adalah *@rumpun_mas_rumbai_product*. Sementara akun Facebook adalah Rumpun Mas. Akun facebook ini sebenarnya sudah lebih dulu ada namun tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh pembuat akun sehingga penting untuk diperkuat. Selain akun media sosial, tim pengabdian mengusulkan kepada Rumpun Mas untuk menjual produk melalui toko online (*marketplace*). Seperti yang diketahui, transaksi perdagangan/jual-beli melalui internet (*e-commerce*) mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Bahkan Indonesia adalah negara dengan tingkat pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia, yaitu mencapai 78% (Kemkominfo, 2019). Sekali lagi, ini adalah peluang yang sangat menjanjikan bagi perajin rumbai Desa Sidang Emas. Terlebih lagi, membuat toko daring sangat mudah dan murah.

Sampai saat laporan ini ditulis, kegiatan pemasaran melalui media sosial Instagram dan Facebook serta *e-commerce* terus berjalan. Tim pengabdian secara berkala melakukan pemantauan terhadap akun media sosial Rumpun Mas, termasuk pula aplikasi *e-commerce*.

Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan pengabdian ini selesai dilaksanakan, tim kemudian melakukan evaluasi melalui metode diskusi bersama. Kendala yang dihadapi oleh perajin dan pegiat UMKM Rumpun Mas terkait dengan pemasaran dan penjualan produk anyaman rumbai ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan untuk membuat produk dengan model dan desain terkini.
2. Teknologi dan pengadaan bahan baku non rumbai. Termasuk di dalamnya adalah menggabungkan bahan rumbai dengan material lain seperti kain dan plastik.
3. Investasi awal.



Gambar 3. (a) Halaman depan IG Rumpun Mas (b) Halaman dalam IG (c) Halaman depan FB Rumpun Mas

Kendala tersebut di atas merupakan persoalan yang harus diatasi bersama oleh semua pemangku kepentingan, terutama pemerintah dan dinas terkait serta tim pengabdian masyarakat. Harus diakui bahwa produk anyaman tidak terlalu menjadi benda yang difavoritkan oleh masyarakat umum, terutama dari sisi daya tahannya dan desainnya. Penyuka anyaman pun terbilang terbatas. Keunggulan utama dari produk ini adalah diolah langsung dari alam dan tidak membutuhkan bahan dan proses kimia yang rumit, sehingga relatif lebih aman bagi kesehatan. Kedua, produk anyaman mengandung nilai seni eksotis karena kelangkaan dan substansi local wisdomnya. Dan inilah yang kemudian diangkat sebagai daya jual.

KESIMPULAN

Masyarakat Desa Sidang Emas, khususnya para perajin dan pegiat UMKM Rumpun Mas pada prinsipnya sangat antusias dengan pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian. Produksi topi wisuda terus dilakukan, termasuk pula upaya untuk menemukan desain dan model produk yang kekinian. Pemasaran melalui media sosial terus dilakukan, berdampingan dengan metode penjualan tradisional yang selama ini telah berjalan. Kegiatan pengabdian yang dilakukan memang belum secara langsung meningkatkan kesejahteraan dari para perajin karena kegiatan ini pada dasarnya adalah pemantik bagi rangkaian proses kegiatan pengabdian selanjutnya. Namun, pengetahuan baru para perajin tentang desain dan metode pemasaran menjadi modal penting untuk mengubah cara pandang dan cara pikir mereka atas produk anyaman. Tim pengabdian memaklumi bahwa kegiatan pemberdayaan ini harus dilakukan dengan persiapan dan perencanaan yang matang, sistematis, dan dievaluasi secara berkala dan berkelanjutan. Untuk

kedepannya, perlu diupayakan untuk menjalin kerjasama kemitraan dengan pihak terkait, baik pemerintah maupun swasta, dari aspek teknologi dan pembiayaan

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak, baik dukungan moril maupun materiel, terutama dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) STISIPOL Candradimuka dan Yayasan Seni dan Ilmu Pengetahuan (YASIP) yang menaungi STISIPOL Candradimuka Palembang.

PUSTAKA

- Amalia, A. ., & Syawie, M. (2015). Pembangunan kemandirian desa melalui konsep pemberdayaan: Suatu kajian dalam perspektif sosiologi. *Jurnal Sosio Informa*, 1(2), 175 – 188.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33007/inf.v1i2.146>
- Ansyah, A. B., Wahid, M., & Hartati, H. (2021). PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN DESA DIGITAL MELALUI KOMUNITAS PEMUDA DI DESA PEMATANG JERING KABUPATEN MUARO JAMBI. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 13–19. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.913>
- Ariadi, A. (2019). Perencanaan pembangunan desa. *Meraja Journal*, 2(2), 135 – 147.
- Evawarni. (2008). *Kerajinan anyaman pandan di Jambi* (A. W. S (ed.)). Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.
- Hamid, H. (2018). *Manajemen pemberdayaan masyarakat* (T. S. Razak (ed.); 1st ed.). De La Macca.
- Kemkominfo. (2019). *Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 persen*. https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media
- Kemp, S. (2019). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Noor, M. (2011). Pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 1(2), 87 – 99.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26877/civis.v1i2/Juli.591>
- Patria, A. S., & Siti, M. (2015). Kerajinan anyam sebagai pelestarian kearifan lokal. *Jurnal Dimensi*, 12(1), 1 – 10.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/dim.v12i1.65>
- Suharto. (2018). Pemberdayaan masyarakat desa dalam implementasi uu desa (Analisis implementasi UU no.6 tahun 2014 tentang desa. *SENAS POLHI*, 157–175.
<https://www.publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/SENASPOLHI/article/view/2431/2411>
- Widjajanti, K. (2011). Model pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 12(1), 15 – 27.

Format Sitasi: Mayreista, D., Santoso, B & Prihatini, L. 2021. Pendampingan Pemasaran dan Penjualan Produk Anyaman Rumbai UMKM Rumpun Mas, Desa Sidang Emas, Kabupaten Banyuwasin. *Reswara. J. Pengabdian Kpd. Masy.* 2(2): 318-324. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1152>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))