

Penguatan Industri Rumah Tangga Usaha Mikro (IRT-UM) Berbasis Kemitraan di Desa Burai

Herri Setiawan^{1)*}, Aji Windu Viatra²⁾, Dhamayanti³⁾, Doris Febriyanti⁴⁾, Rudi Heriansyah⁵⁾, Budi Setiawan⁶⁾, Sylvia Dwi Lestari⁷⁾

^{1), 5)}Program Studi Magister Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer dan Sains, UIGM

²⁾Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, UIGM

³⁾Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Sains, UIGM

⁴⁾Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, UIGM

⁶⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, UIGM

⁷⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UIGM

Jl. Jend. Sudirman Km.4 No. 629, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129

**Email Penulis Koresponden: herri@uigm.ac.id*

Received : 21/03/25; Revised : 21/04/25; Accepted : 30/04/25

Abstrak

Penguatan usaha Industri Rumah Tangga Usaha Mikro (IRT-UM) menjadi bagian strategis dalam membangun ekonomi rakyat yang berdaya saing dan berkelanjutan. Keberhasilan usaha tersebut sangat bergantung pada keterampilan dan pengetahuan para pelaku usaha. Program Pembinaan Industri Rumah Tangga Usaha Mikro berbasis Kemitraan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha mitra IRT-UM Burai Indah dan Purun Warna Warni (Purwani) di Desa Burai, Tanjung Batu, Ogan Ilir, melalui pelatihan di berbagai aspek, seperti tata kelola kelembagaan, manajemen keuangan, digital marketing, branding, packaging produk, fotografi produk, serta produksi pewarna alami. Program ini melibatkan 40 peserta perajin kain songket dan purun dengan metode kombinasi penyampaian materi dan praktik langsung. Hasil program menunjukkan bahwa, baik dalam Pelatihan Digital Marketing, Tata Kelola Kelembagaan dan Manajemen Keuangan, maupun Branding dan Packaging yang dilaksanakan terhadap Mitra Burai Indah dan Purwani di Desa Burai menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan peserta. Evaluasi kuisioner sebelum dan sesudah pelatihan memperlihatkan adanya peningkatan yang konsisten pada berbagai aspek, seperti tata kelola kelembagaan, manajemen keuangan, digital marketing, branding, packaging, serta fotografi produk, dimana pada masing-masing pelatihan memiliki hasil kuesioner yang secara konsisten menunjukan hasil skala diatas 4,0 (Sangat Memahami), baik pada Mitra Burai maupun Perwani. Dengan peningkatan skala produksi dan efisiensi biaya, produk mitra memiliki potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar global, sehingga berdampak positif terhadap perekonomian lokal serta keberlanjutan lingkungan.

Kata kunci : *Industri Rumah Tangga Usaha Mikro (IRT-UM), Pewarna Alam, Kerajinan, Desa Burai, Kemitraan*

Abstract

The strengthening of household industries, known in Indonesian as IRT-UM (Industri Rumah Tangga Usaha Mikro), represents a strategic component in building a competitive and sustainable people's economy. The success of these enterprises heavily depends on the skills and knowledge of the business actors involved. This Partnership-Based Household and Micro-Enterprise Development Program aims to enhance the business capacity of the IRT-UM partners—Burai Indah and Purun Warna Warni (Purwani)—in Burai Village, Tanjung Batu, Ogan Ilir, through comprehensive training across various areas, including institutional governance, financial management, digital marketing, branding, product packaging, product photography, and natural dye production. The program engaged 40 participants comprising songket and purun artisans, utilizing a combination of theoretical instruction and hands-

on practice. The findings of the program indicate that the training sessions in Digital Marketing, Institutional Governance and Financial Management, as well as Branding and Packaging, implemented for the Burai Indah and Purwani partner groups in Burai Village, yielded significant improvements in participants' knowledge and skill capacities. The analysis of pre- and post-training questionnaires revealed consistent enhancements across multiple dimensions, including institutional governance, financial management, digital marketing, branding, packaging, and product photography. Each training module consistently achieved average questionnaire scores exceeding 4.0 (categorized as 'Highly Comprehended') for both Burai Indah and Purwani participants. Furthermore, the increased production scale and improved cost efficiency have positioned the partners' products to access broader markets, including international markets, thereby generating a positive impact on the local economy and contributing to environmental sustainability.

Keywords : Microenterprise Household Industry (IRT-UM), Natural Dyes, Crafts, Burai Village, Partnership

1. PENDAHULUAN

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan warisan budaya, termasuk tenun songket, yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat setempat (Mubarat, 2017). Keunikan dan keindahan songket Sumatera Selatan masih tetap populer hingga saat ini (Ramadhanti et al., 2022). Kerajinan ini memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja, memperkuat perekonomian lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Semuel et al., 2022). Salah satu sentra utama kerajinan ini adalah Desa Burai di Kabupaten Ogan Ilir, yang dikenal dengan keahlian penduduknya dalam menenun songket dan mengolah anyaman purun (Detmuliati, 2021). Usaha tenun songket dan anyaman purun di desa ini masih berbasis industri rumah tangga yang dikelola secara turun-temurun (WK et al., 2024). Sebagai warisan leluhur, songket tidak hanya bernilai estetis tetapi juga memiliki makna filosofis yang tercermin dalam motifnya (Guslinda & Kurniaman, 2020; Istiqomah et al., 2023).

Partisipasi perempuan dalam industri tenun songket di Burai telah berlangsung lama, dengan keterampilan yang diwariskan dari generasi ke generasi (Adiputra & Wardana, 2020; Adiya et al., 2024; Porwani et al., 2023). Berbagai motif khas seperti ikan, kapal, dan air menggambarkan identitas lokal yang kuat (MULA, 2022; Prayitno, 2020; Sari, 2024; Wardani, 2024). Selain songket, anyaman purun juga menjadi kerajinan tradisional yang berkembang pesat, terutama dalam konteks revitalisasi ekonomi dan restorasi ekosistem gambut (Mardiana et al., 2021; Rahmadi et al., 2023). Produk berbahan purun, seperti tas, topi, sandal, dan dompet, telah menarik perhatian pasar lokal maupun nasional seperti yang ada di Gambar 1 berikut ini (Firdaus et al., 2023).

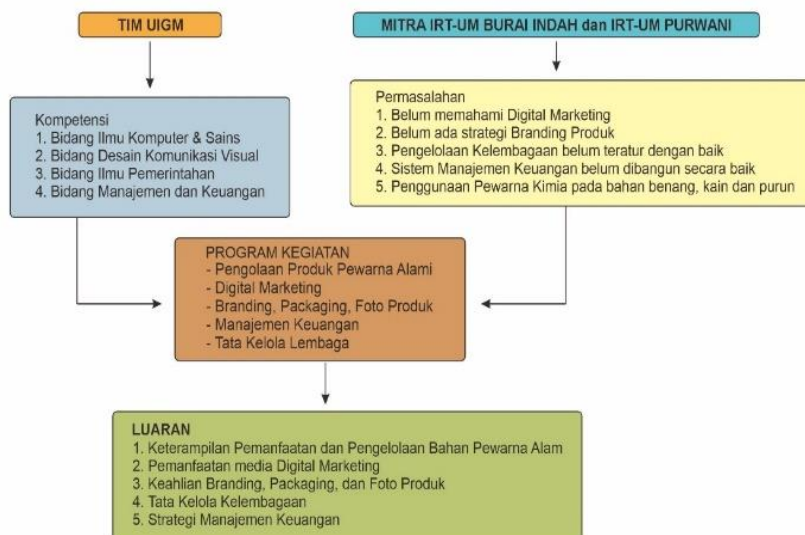


Gambar 1. Produk Perajin Songket Burai Indah dan Perajin Purun Purwani Desa Burai

Salah satu tantangan utama yang dihadapi pengrajin adalah ketergantungan pada pewarna kimia yang meskipun praktis dan menghasilkan warna yang lebih terang, namun berdampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan perajin (Detmuliati, 2021; Purwanto, 2022). Alternatif pewarna alami, meskipun lebih ramah lingkungan, masih jarang digunakan karena prosesnya lebih panjang dan hasil warnanya cenderung lebih lembut (Widowati et al., 2023). Penggunaan pewarna kimia juga meningkatkan biaya produksi dan menciptakan permasalahan limbah industri yang berpotensi mencemari lingkungan (Detmuliati, 2021). Selain itu, kelompok IRT-UM usaha tenun songket Burai Indah dan IRT-UM Purwani menghadapi kendala dalam aspek tata kelola dan kelembagaan, peningkatan kapasitas produksi, serta pengembangan bisnis dan pemasaran. Pengelolaan usaha masih didominasi generasi tua tanpa adanya regenerasi yang jelas, belum

adanya legalitas usaha, serta kurangnya strategi pemasaran berbasis *digital* (Huda & Dodi, 2020; Mega, 2022). Kapasitas produksi pun terbatas akibat kurangnya alat dan metode produksi yang masih konvensional, sementara jangkauan pasar belum maksimal karena minimnya pemanfaatan *digital marketing* dan desain kemasan yang menarik (Maulana et al., 2024).

Strategi pembinaan dan pengembangan yang tepat diperlukan untuk mengatasi berbagai tantangan ini. Upaya peningkatan keterampilan dalam manajemen kelembagaan, pemasaran *digital*, *branding*, serta inovasi dalam produksi kain tenun dan anyaman purun menjadi langkah esensial untuk meningkatkan daya saing produk (Elistia, 2022; Shomedran et al., 2021).



Gambar 2. Road Map PkM Program Pembinaan IRT-UM Berbasis Kemitraan – UIGM 2024

Program pengabdian masyarakat Tim UIGM bertujuan memberdayakan perajin di Desa Burai melalui pendekatan multidisiplin seperti yang terlihat pada Gambar 2. Tim mengidentifikasi lima masalah utama, termasuk kurangnya pemahaman *digital marketing*, tata kelola kelembagaan yang belum terstruktur, manajemen keuangan yang belum sistematis, serta ketergantungan pada pewarna kimia. Solusi yang ditawarkan meliputi pelatihan pengolahan pewarna alami, *digital marketing*, *branding* dan *packaging*, manajemen keuangan, tata kelola lembaga, serta pengurusan izin usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi solusi strategis bagi keberlanjutan industri ini (Lewaherilla et al., 2024; Malikhah et al., 2024). Dengan penerapan strategi yang terintegrasi, diharapkan kelompok IRT di Desa Burai dapat meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pemasaran, serta mengadopsi pendekatan ramah lingkungan dalam proses produksi, sehingga mampu berkontribusi lebih besar terhadap ekonomi masyarakat dan pelestarian budaya lokal. Program ini melibatkan berbagai bidang keahlian, seperti ilmu komputer, desain komunikasi visual, ilmu pemerintahan, dan manajemen keuangan, untuk memastikan dampak jangka panjang berupa peningkatan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kemandirian kelompok usaha.

2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Program Pembinaan IRT-UM Berbasis Kemitraan dilaksanakan pada kelompok Burai Indah dan Purwani di Desa Burai, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Program ini melibatkan 40 peserta dari dua kelompok usaha, yaitu Kelompok Usaha Tenun Songket Burai Indah dan Kelompok Usaha Kerajinan Purun Warna-warni (Purwani). Kegiatan pembinaan dilakukan dari September hingga Desember 2024 melalui pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan yang disesuaikan dengan materi yang diberikan.

Mitra IRT Burai Indah dan Purwani berperan aktif dalam program ini dengan menyiapkan peserta pelatihan, menyediakan fasilitas ruang pelatihan, dan menyiapkan data profil IRT serta peserta pelatihan. Program ini terdiri dari lima kali kegiatan per mitra IRT, dengan metode pelaksanaan sebagai berikut:

1. Sosialisasi Program Pembinaan IRT: Dilakukan untuk memberikan pemahaman tentang tujuan dan manfaat program, serta meningkatkan keterampilan dan kreativitas peserta dalam mengembangkan usaha. Sosialisasi dilakukan melalui FGD (*Focus Group Discussion*) pada tanggal 5 Oktober 2024 di Balai Desa Burai (Puspasari & Dhamayanti, 2022).
2. Pelatihan *Digital Marketing*: Dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2024 untuk Burai Indah dan 4 Desember 2024 untuk Purwani. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan *platform digital* seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan *marketplace* untuk pemasaran produk.
3. Pelatihan Tata Kelola Kelembagaan dan Manajemen Keuangan: Dilaksanakan pada tanggal 22 Oktober 2024 untuk Burai Indah dan 5 Desember 2024 untuk Purwani. Pelatihan ini mencakup pengurusan perizinan usaha, penyusunan laporan keuangan, dan manajemen sumber daya manusia.
4. Pelatihan *Branding* dan *Packaging*: Dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober 2024 untuk Burai Indah dan Purwani. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk melalui perancangan branding dan kemasan yang menarik.
5. Pelatihan Pewarna Alam dan Kain Jumputan: Dilaksanakan pada tanggal 24 Oktober 2024 untuk Burai Indah dan Purwani. Pelatihan ini meliputi proses pembuatan pewarna alami dari bahan-bahan seperti jolawe, manggis, dan kayu secang, serta aplikasinya pada benang, kain, dan purun.

Evaluasi program dilakukan melalui pemantauan dan pengawasan terhadap peningkatan keterampilan peserta, serta pengukuran dampak sosial dan ekonomi pada mitra IRT. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta, terutama dalam hal *digital marketing*, manajemen keuangan, dan produksi pewarna alami.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pembinaan IRT-UM Berbasis Kemitraan yang dilaksanakan di Desa Burai, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan, melibatkan dua kelompok usaha, yaitu Burai Indah (pengrajin tenun songket) dan Purwani (pengrajin anyaman purun). Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan skala usaha melalui pelatihan dan pendampingan dalam berbagai aspek, termasuk *digital marketing*, manajemen keuangan, *branding*, *packaging*, dan produksi pewarna alami. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari kegiatan yang dilakukan:

3.1 Pelatihan *Digital Marketing*

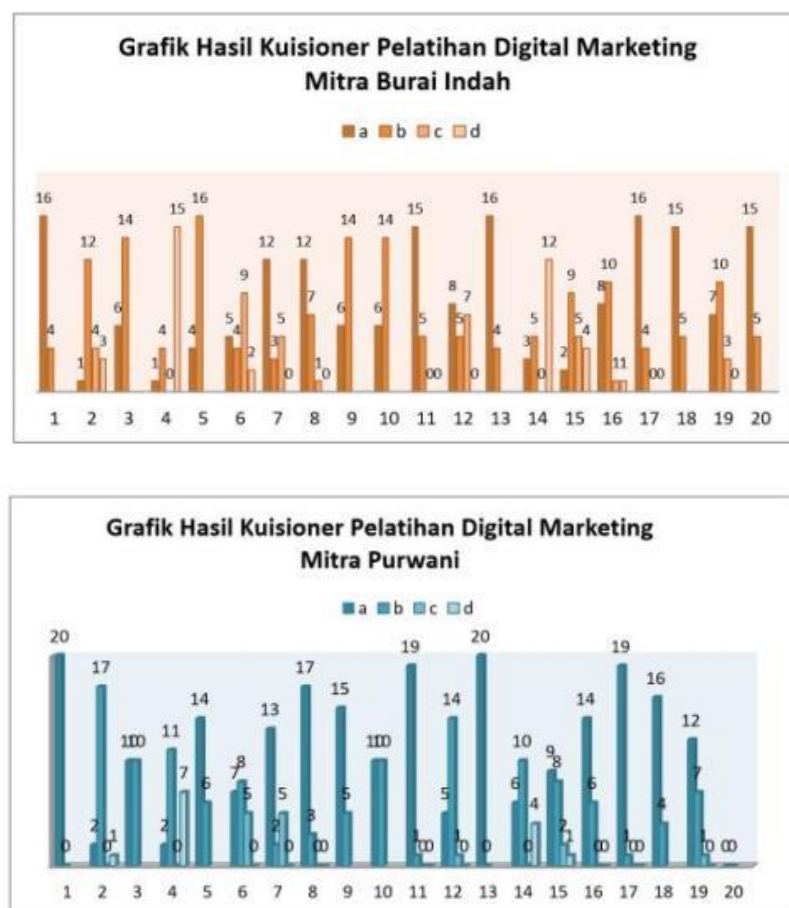
Pelatihan *digital marketing* dilaksanakan dengan tujuan memaksimalkan pemanfaatan teknologi *digital* untuk mendukung strategi pemasaran yang efektif, efisien, dan berkelanjutan. Melalui *platform digital* seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan *marketplace*, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperkuat kesadaran merek (*brand awareness*). Program ini mengintegrasikan strategi pemasaran yang mencakup manajemen merek, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk. Metode pelatihan yang digunakan meliputi pembelajaran teoritis dan praktik langsung dalam aspek bisnis sederhana melalui *digital marketing*. Pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta (Puspasari et al., 2023). Selain itu, teknologi informasi dalam manajemen pemasaran dinilai mampu meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas usaha, sekaligus melindungi aset dan memudahkan pekerjaan organisasi.

Pelatihan *digital marketing* bagi Mitra Burai Indah dilaksanakan pada 21 Oktober 2024, sedangkan untuk Mitra Purwani pada 4 Desember 2024, bertempat di Balai Desa Burai, Kabupaten Ogan Ilir. Narasumber pelatihan, Zaid Romegar Mair, S.T., M.Cs, dan Dwi Asa Verano, S.Kom., M.Kom., menjelaskan keunggulan pemasaran *digital*, antara lain: (1) hemat biaya, (2) jangkauan pasar yang lebih luas, (3) komunikasi yang lebih mudah, dan (4) kemudahan dalam mengidentifikasi target pasar. Narasumber juga memperkenalkan *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli, serta penggunaan media sosial untuk pemasaran.



Gambar 3. Pelatihan *Digital Marketing* Bersama Mitra Burai Indah dan Purwani di Balai Desa Burai.
(Sumber Foto: Billy Barasetia, 2024)

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memiliki pengetahuan dasar tentang *digital marketing*, namun hanya sedikit yang benar-benar memahami konsepnya. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami cara memasarkan produk secara *online*, meskipun beberapa masih memerlukan pendampingan teknis, seperti pembuatan akun *e-commerce* dan penambahan produk di *platform*. Sebanyak 15 peserta dari Burai Indah dan 14 peserta dari Purwani menyatakan bahwa pelatihan ini sangat membantu dalam mempersiapkan bisnis *online*. Motivasi peserta bervariasi, mulai dari menambah pengetahuan, memulai bisnis baru, hingga mengembangkan usaha yang sudah ada. Mayoritas peserta menyadari pentingnya pemasaran *digital* untuk meningkatkan peluang pasar dan merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk secara *online*.



Gambar 4. Grafik Hasil Kuisisioner Pelatihan *Digital Marketing* Mitra Burai Indah dan Purwani

Pelatihan *digital marketing* yang diikuti oleh 20 Anggota Mitra Burai Indah dan 20 Anggota Purwani berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pemasaran *online*. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya memiliki pengetahuan dasar tentang *digital marketing*, namun setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman

mereka sebagaimana yang terlihat pada Gambar 4. Peserta menjadi lebih percaya diri untuk memulai bisnis *digital*, dengan beberapa di antaranya bahkan sudah berhasil membuka toko *online* di *platform* seperti Shopee dan Tokopedia serta menambahkan produk mereka. Sebanyak 15 anggota Mitra Burai Indah dan mayoritas peserta Purwani menilai pelatihan ini sangat bermanfaat. Namun, masih terdapat kendala teknis seperti kesulitan dalam pembuatan akun dan pengunggahan produk, yang menunjukkan perlunya pendampingan lebih lanjut. Peserta juga menyampaikan permintaan untuk pelatihan lanjutan dengan durasi lebih panjang dan materi yang lebih praktis. Perbedaan terlihat antara kedua mitra, dimana Mitra Burai Indah didominasi oleh pemula yang belum pernah berjualan *online*, sementara separuh peserta Purwani sudah memiliki pengalaman berjualan *online* sehingga lebih cepat beradaptasi. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan dasar *digital marketing*, meskipun masih diperlukan pendalaman lebih lanjut untuk mengoptimalkan hasilnya. Meskipun pelatihan berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan peserta, beberapa kendala teknis masih ditemui, seperti kesulitan dalam membuat akun *e-commerce* dan menambahkan produk. Peserta juga menyarankan agar pelatihan serupa diadakan kembali dengan durasi lebih panjang dan materi yang lebih praktis. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan lanjutan diperlukan untuk memastikan implementasi yang efektif dalam dunia nyata.

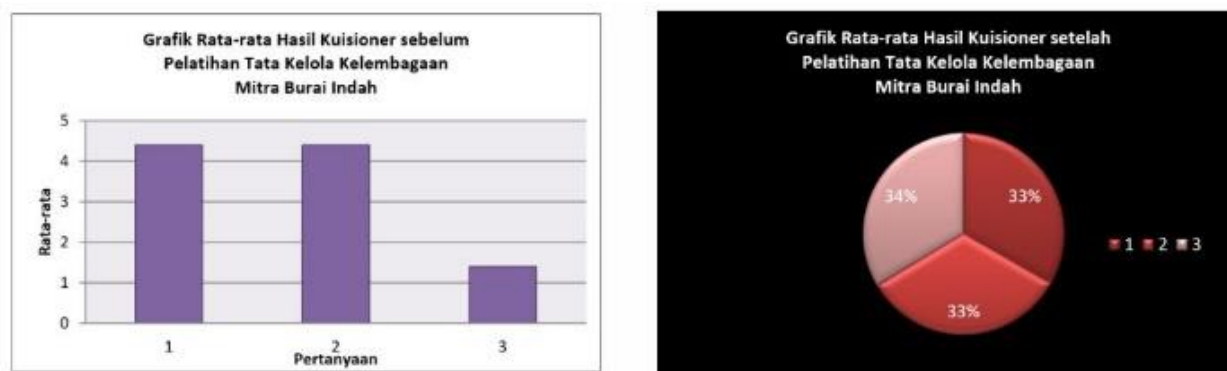
Secara keseluruhan, pelatihan *digital marketing* ini berhasil meningkatkan kapasitas pemasaran *digital* mitra IRT-UM. Peserta dari Purwani menunjukkan hasil positif, dengan sebagian besar telah memahami konsep dasar *digital marketing* dan memiliki pengalaman berjualan *online*. Setelah pelatihan, kepercayaan diri peserta meningkat, dan mereka merasa lebih siap untuk memulai bisnis *digital*. Mayoritas peserta menganggap pelatihan ini sangat bermanfaat dan menginginkan pelatihan lanjutan untuk memperdalam keterampilan mereka. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, tetapi juga membuka peluang baru bagi mitra IRT-UM untuk memasarkan produk secara *digital*, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha.

3.2 Pelatihan Tata Kelola Kelembagaan dan Manajemen Keuangan

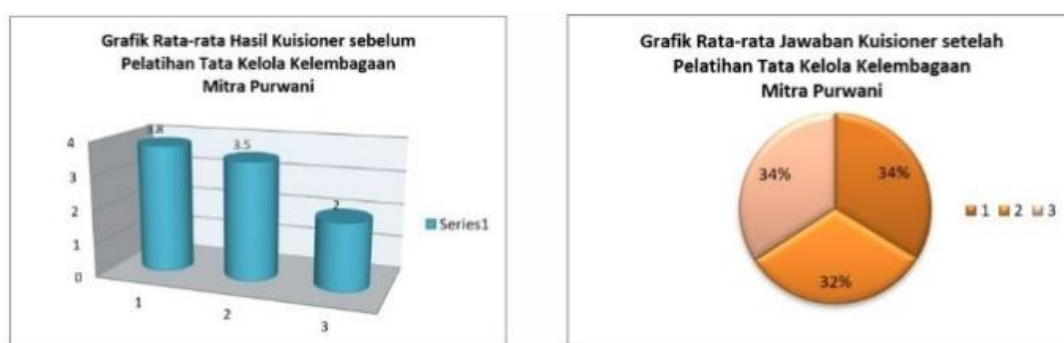
Pelatihan Tata Kelola Kelembagaan dan Manajemen Keuangan di Sentra Pengrajin Desa Burai Desa Burai, Kabupaten Ogan Ilir, dikenal sebagai sentra pengrajin tradisional yang menghasilkan kerajinan songket dan purun, warisan budaya yang turun-temurun. Keberlangsungan sektor ini memerlukan tata kelola kelembagaan yang baik untuk meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing di pasar. Tata kelola ini mencakup manajemen organisasi, pengelolaan sumber daya manusia, serta pemasaran produk.

3.2.1 Pelatihan Tata Kelola Kelembagaan

Pelatihan ini dilaksanakan pada 22 Oktober 2024 untuk Mitra Burai Indah dan 5 Desember 2024 untuk Mitra Purwani di Balai Desa Burai, dengan narasumber Amaliatulwalidain, S.Sos., M.A. Materi yang disampaikan meliputi penyusunan struktur organisasi, pembagian tugas pokok, serta prosedur perizinan usaha dan pengelolaan sumber daya manusia. Penyusunan organisasi bertujuan memperjelas tugas dan wewenang, meningkatkan komunikasi internal, serta memudahkan evaluasi dan pengembangan. Sementara itu, legalitas usaha seperti perolehan NPWP dan NIB meningkatkan kredibilitas, akses pendanaan, serta perlindungan hukum.



Gambar 5. Grafik Rata-rata Hasil Kuisioner Sebelum dan Sesudah Pelatihan Tata Kelola Kelembagaan pada Mitra Burai Indah.



Gambar 6. Grafik Rata-rata Hasil Kuisioner Sebelum dan Sesudah Pelatihan Tata Kelola Kelembagaan pada Purwani.

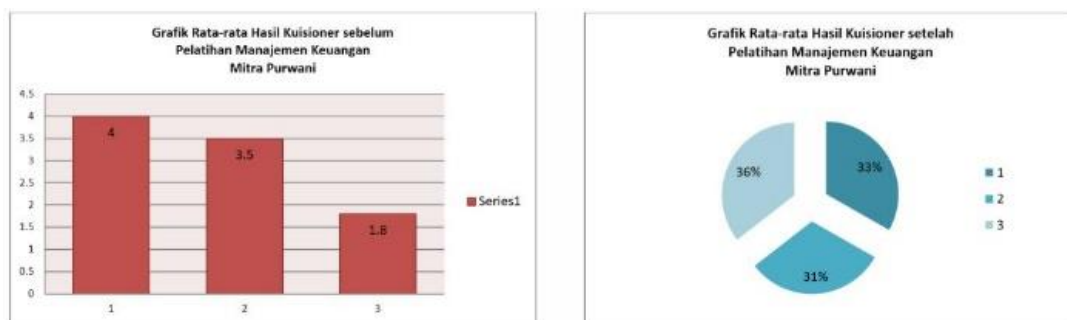
Evaluasi pelatihan dilakukan melalui kuisioner sebelum dan sesudah kegiatan. Pada Mitra Burai Indah, pemahaman awal tentang tata kelola masih rendah dengan rata-rata nilai kuisioner 4,4. Setelah pelatihan, pemahaman meningkat signifikan, dengan nilai rata-rata 4,5 untuk pemahaman konsep tata kelola dan 4,65 untuk kesadaran akan pentingnya tata kelola. Pada Mitra Purwani, pemahaman awal relatif lebih baik dengan nilai rata-rata 3,8, namun tetap mengalami peningkatan pascapelatihan menjadi 4,1 untuk pemahaman konsep dan 4,15 untuk kesadaran pentingnya tata kelola. Sebagai hasil konkret, lima anggota dari masing-masing mitra berhasil memperoleh NPWP dan NIB, mencerminkan langkah nyata menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional.

3.2.2 Pelatihan Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan yang baik merupakan faktor kunci keberlanjutan usaha kecil dan menengah (Setiawan, 2024; Yustini et al., 2024). Pelatihan ini bertujuan membangun fondasi keuangan yang sehat, mencakup pentingnya manajemen keuangan, praktik penyusunan arus kas, serta strategi pengelolaan keuntungan. Pelatihan ini dilaksanakan di Balai Desa Burai dengan narasumber Endah Dewi Purnamasari, S.E., M.M., CFP, dan diikuti oleh masing-masing 20 peserta dari Mitra Burai Indah dan Purwani.



Gambar 7. Grafik Rata-rata Hasil Kuisisioner Sebelum dan Sesudah Pelatihan Manajemen Keuangan Mitra Burai



Gambar 8. Grafik Rata-rata Hasil Kuisisioner Sebelum Pelatihan Manajemen Keuangan pada Purwani

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan. Pada Mitra Burai Indah, pemahaman awal tentang manajemen keuangan masih terbatas dengan nilai rata-rata 4, namun meningkat menjadi 4,5 setelah pelatihan. Kesadaran tentang pentingnya perencanaan keuangan juga meningkat, dengan nilai rata-rata dari 1,5 menjadi 4,65. Mitra Purwani menunjukkan pola peningkatan serupa, dengan pemahaman awal rata-rata 4,4 yang kemudian meningkat menjadi 4,35 setelah pelatihan, serta kesadaran terhadap pentingnya perencanaan keuangan meningkat dari 1,4 menjadi 4,65. Secara keseluruhan, pelatihan ini membuktikan efektivitas dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran peserta mengenai tata kelola kelembagaan dan manajemen keuangan. Implementasi hasil pelatihan, terutama dalam hal legalitas usaha dan pengelolaan keuangan yang lebih sistematis, diharapkan mampu mendorong keberlanjutan usaha pengrajin di Desa Burai serta meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

3.3 Pelatihan *Branding* dan *Packaging*

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, merek atau *brand* tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam membangun persepsi pelanggan, membedakan produk dari kompetitor, serta memperkuat loyalitas pasar. Demikian pula, *packaging* atau kemasan bukan sekadar pelindung produk, tetapi juga alat komunikasi yang dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual. Dengan strategi *branding* dan *packaging* yang efektif, produk dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang lebih kuat.

3.3.1 Pelatihan *Branding*

Pelatihan *branding* yang diselenggarakan merupakan kelanjutan dari sesi sebelumnya mengenai produksi pewarna alam, dengan narasumber Alex Dika Perdana, S.Sn. Fokus utama dari pelatihan ini adalah membangun karakter visual yang unik dan menarik untuk meningkatkan nilai

jual produk. *Branding* yang kuat membutuhkan pendekatan strategis, termasuk perancangan identitas yang mencerminkan visi dan misi usaha, serta sinergi dengan berbagai pihak.

Dalam kajian Wheeler (2009), identitas merek terdiri dari komponen visual dan psikologis yang dapat diamati dalam bentuk logo, warna, hingga narasi yang dibangun. Strategi *branding* yang diterapkan oleh Mitra Burai Indah dan Purwani dirancang untuk menampilkan citra perempuan yang tangguh, mandiri, dan bermartabat, sejalan dengan nilai-nilai pemberdayaan. Identitas merek ini, yang telah dikembangkan dalam bentuk logo oleh tim UIGM, bertujuan untuk memperkuat posisi usaha di pasar dan mendorong keberlanjutan bisnis melalui strategi jangka panjang.

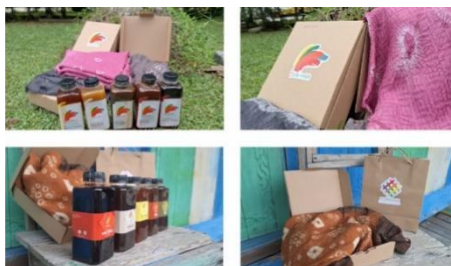


Gambar 9. Hasil Pelatihan Perancangan *Branding*/Logo

Para pelaku usaha binaan di Desa Burai, Ogan Ilir, yang tergabung dalam Mitra Burai Indah dan Purwani, berperan penting dalam menjaga warisan budaya melalui produksi kain songket dan anyaman purun. Harapan ke depan, model ini dapat direplikasi ke berbagai desa di Ogan Ilir untuk melestarikan tradisi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Pelatihan *branding* yang dilakukan secara terjadwal di Balai Desa Burai telah menghasilkan identitas merek yang kuat, sebagaimana tergambar dalam logo usaha yang dikembangkan.

3.3.2 Pelatihan *Packaging*

Packaging merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran produk, karena mencakup desain yang mengintegrasikan struktur, material, warna, dan informasi produk secara estetis serta fungsional. Selain sebagai pelindung, kemasan juga berperan sebagai sarana promosi yang efektif. Dua fungsi utama kemasan mencakup perlindungan produk dari faktor eksternal, serta peningkatan daya tarik visual yang mendukung strategi pemasaran.



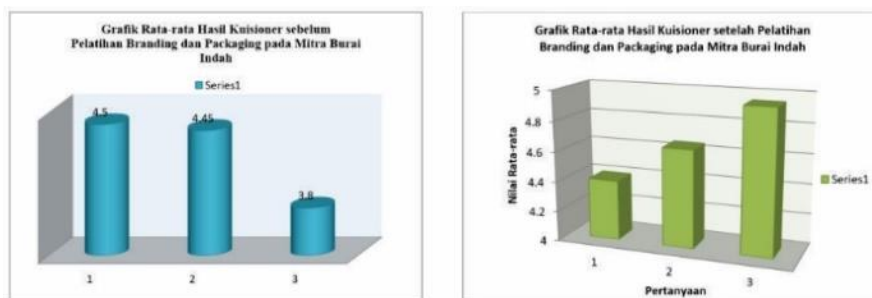
Gambar 10. Perancangan *Packaging* Produk Burai Indah dan Purwani
(Sumber Foto : Dimas Liberto Gustaf, 2024).

Pelatihan perancangan kemasan dipandu oleh Aryanto, S.Ds., dengan dukungan tim UIGM. Materi pelatihan mencakup prinsip-prinsip desain kemasan yang mencerminkan nilai budaya lokal Palembang, pemanfaatan elemen visual, serta strategi pemasaran berbasis *packaging*. Produk pewarna alam yang dikembangkan dalam pelatihan ini mendapatkan kemasan yang dirancang secara profesional, meningkatkan nilai estetika serta daya jual di pasar. Kegiatan ini dilaksanakan secara terjadwal di Balai Desa Burai, Ogan Ilir, dengan hasil akhir berupa desain kemasan inovatif yang mencerminkan identitas lokal.

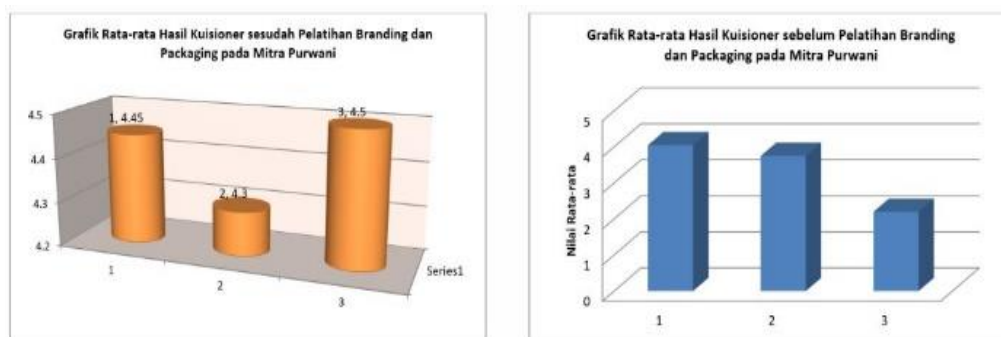
3.4 Evaluasi Dampak Pelatihan

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, dilakukan penyebaran kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan kepada peserta dari Mitra Burai Indah dan Purwani seperti pada Gambar 11 dan 12 dibawah. Hasil analisis menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap *branding* dan *packaging*. Sebelum pelatihan, rata-rata skor pemahaman peserta terhadap

branding dan *packaging* berada pada kategori rendah, dengan nilai antara 3,8 hingga 4,5. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman, ditunjukkan oleh skor rata-rata yang meningkat menjadi 4,4 hingga 4,95. Peserta menyatakan bahwa pelatihan membantu mereka memahami pentingnya *branding* dan *packaging* dalam meningkatkan daya saing produk.



Gambar 11. Grafik Rata-rata Hasil Kuisioner Sebelum dan Setelah Pelatihan *Branding* dan *Packaging* pada Mitra Burai Indah



Gambar 12. Grafik Rata-rata Hasil Kuisioner Sebelum dan Setelah Pelatihan *Branding* dan *Packaging* pada Purwani

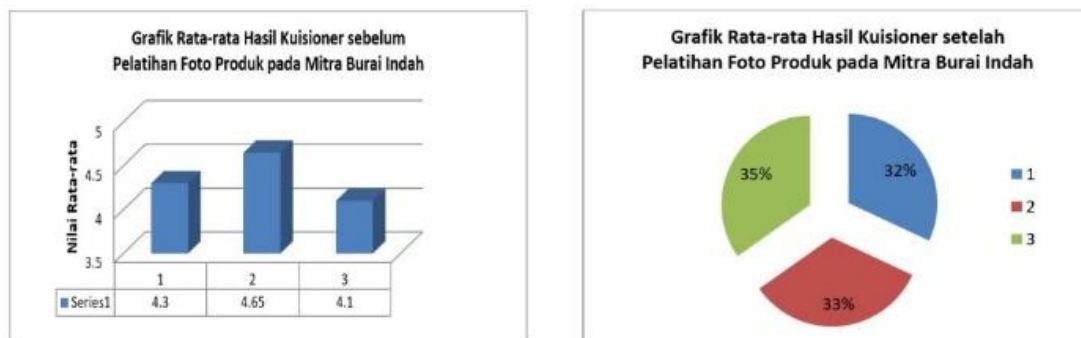
Dengan demikian, pelatihan ini berhasil memberikan wawasan strategis kepada pelaku usaha binaan, meningkatkan pemahaman mereka terhadap pentingnya identitas merek dan kemasan dalam penguatan posisi produk di pasar. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar strategi *branding* dan *packaging* yang telah dikembangkan dapat dioptimalkan untuk mencapai skala bisnis yang lebih luas.

3.5 Pelatihan Foto Produk

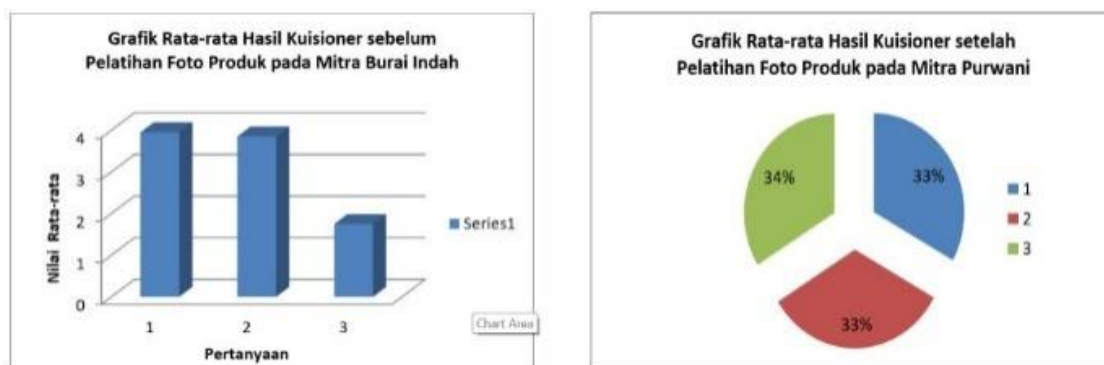
Di Balai Desa Burai, Ogan Ilir, Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas Indo Global Mandiri (UIGM), yang dipimpin oleh Farid Eko Saputra, S.Sn., dan Sugar Wijaya, S.Sn., menyelenggarakan pelatihan fotografi dan videografi. Program ini mengadopsi pendekatan interaktif yang mencakup ceramah dan praktik langsung dalam pengambilan gambar untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang teknik fotografi dasar.

Fotografi merupakan bentuk komunikasi visual yang berperan penting dalam menyampaikan pesan melalui media gambar dan video. Disiplin ini memerlukan penguasaan teknik yang tepat guna menghasilkan karya berkualitas tinggi. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk membekali peserta dengan keterampilan fotografi yang lebih variatif dan estetik. Dengan memanfaatkan berbagai perangkat, mulai dari kamera smartphone hingga DSLR, peserta diberikan pengalaman praktis yang sistematis. Secara khusus, pelatihan foto produk difokuskan untuk mitra Burai Indah dan Purun Warna Warni (Purwani), yang dilaksanakan secara bertahap di Balai Desa Burai, Ogan Ilir. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi mitra binaan dalam mendokumentasikan serta mempromosikan produk industri rumah tangga dan usaha mikro (IRT-UM). Selain itu, peserta didorong untuk memahami konsep penyusunan konten visual yang sesuai dengan standar industri guna memperkuat personal *branding* serta meningkatkan peluang bisnis

mereka. Penyebaran kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas program dalam meningkatkan pemahaman peserta terkait fotografi produk.



Gambar 13. Grafik Rata-rata Hasil Kuisioner Sebelum dan Setelah Pelatihan Foto Produk pada Mitra Burai Indah



Gambar 14. Grafik Rata-rata Hasil Kuisioner Sebelum dan Setelah Pelatihan Foto Produk pada Purwani

Hasil analisis kuesioner menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, peserta dari Mitra Burai Indah memiliki pemahaman terbatas tentang fotografi produk, sebagaimana ditunjukkan oleh rata-rata nilai 4,3 pada aspek pemahaman awal dan 4,65 pada konsep mendasar fotografi. Meskipun demikian, peserta telah menyadari pentingnya fotografi produk dalam bisnis mereka, dengan skor 4,1 yang menegaskan ketidak sepakatan terhadap anggapan bahwa fotografi produk tidak penting. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan, dengan rata-rata skor pemahaman naik menjadi 4,5 dan kesadaran akan konsep fotografi meningkat hingga 4,7. Kesepakatan tentang pentingnya fotografi produk pun semakin kuat, dengan skor meningkat menjadi 4,9. Temuan serupa juga diperoleh pada Mitra Purwani, di mana pemahaman awal yang terbatas (skor rata-rata 4,3) meningkat secara signifikan setelah pelatihan (skor 4,5). Pemahaman konsep fotografi produk meningkat dari 4,65 menjadi 4,7, sementara kesadaran akan pentingnya fotografi dalam pemasaran naik dari 4,1 menjadi 4,9. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelatihan fotografi produk yang diselenggarakan oleh Tim PkM UIGM efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta, baik dalam aspek teknis maupun dalam kesadaran akan pentingnya visualisasi produk untuk pemasaran. Keberhasilan program ini menegaskan bahwa fotografi produk dapat menjadi alat strategis dalam meningkatkan daya saing usaha mikro dan kecil (Permatasari et al., 2024).

3.6 Pelatihan Pewarna Alam dan Kain Jumputan

Pelatihan pewarna alami dalam program pembinaan IRT-UM bertujuan meningkatkan keterampilan mitra binaan dalam mengolah bahan alami menjadi pewarna bagi benang dan kain. Fokus pelatihan ini mencakup teori dan praktik pewarnaan alami yang lebih ekonomis dan berkelanjutan (Viatra & Anggraini, 2018). Kegiatan ini dipandu oleh Jami dan Sidiq, dengan dukungan Tim Pelaksana UIGM yang membentuk kelompok kerja berdasarkan peran masing-masing mitra. Persiapan pelatihan melibatkan mitra Burai Indah dan Purun Warna Warni

(Purwani) dalam penyediaan bahan baku alami, lokasi pelatihan di Balai Desa Burai, serta peralatan dan bahan pendukung lainnya.

Metode pelatihan berbasis praktik menekankan pemanfaatan bahan alami seperti buah jolawe, manggis, kayu tengger, kulit kayu tinggi, dan kulit kayu secang dalam proses pewarnaan benang dan kain tenun songket serta kain jumputan (Meriyati et al., 2019). Proses pewarnaan alami dilakukan melalui beberapa tahap utama:

1. Persiapan bahan warna alam – Bahan-bahan alami direndam hingga menghasilkan ekstrak warna.
2. Ekstraksi warna – Perendaman dilanjutkan dengan perebusan selama tiga hingga empat jam untuk memperoleh larutan pewarna.
3. Pembuatan motif jumputan – Pola kain jumputan dibuat sebelum pencelupan.
4. Pencelupan kain – Kain dicelupkan ke dalam larutan pewarna alami dengan pengulangan untuk intensitas warna yang diinginkan.
5. Pengeringan – Benang dan kain dijemur dengan pengawasan ketat untuk menjaga kualitas warna.
6. Proses tenun – Benang yang telah diwarnai ditenun menjadi songket dengan motif khas.
7. Produksi purun – Kain jumputan dan purun dipadukan untuk menghasilkan produk bernilai estetika tinggi.

3.6.1 Evaluasi dan Tantangan Program

Program pembinaan ini telah membantu mitra dalam meningkatkan skala bisnis dan mengatasi kendala yang dihadapi. Tim PkM UIGM melakukan pemantauan dan evaluasi dampak sosial-ekonomi terhadap mitra, dengan fokus pada tata kelola kelembagaan, *branding*, produksi pewarna alami, pengemasan, fotografi produk, manajemen keuangan, dan pemasaran *digital*. Selain manfaat ekonomi, program ini juga mendorong keterlibatan perempuan dalam aktivitas produktif berbasis lingkungan serta berkontribusi pada ekowisata dan industri kreatif di Ogan Ilir.

Beberapa tantangan yang diidentifikasi dalam pelaksanaan program ini meliputi rendahnya pemahaman terhadap teknologi *digital marketing*, minimnya literasi dalam pemanfaatan *marketplace*, keterbatasan keterampilan *branding* dan pengemasan produk, serta belum tersedianya galeri atau *stand* oleh-oleh untuk pemasaran. Untuk mengatasi hambatan ini, beberapa strategi tindak lanjut yang direkomendasikan antara lain:

1. Pendampingan *branding* dan pemasaran *digital* – Pelatihan teknis dalam desain promosi dan strategi pemasaran.
2. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan – Kerja sama dengan pemerintah dan swasta untuk akses teknologi dan jaringan informasi.
3. Pelatihan *marketplace* – Tutorial pembuatan akun, transaksi *online*, dan legalitas usaha.
4. Pendirian galeri produk – Upaya mendirikan pusat pemasaran produk lokal untuk meningkatkan daya saing.
5. Peningkatan kualitas layanan pelanggan – Penguatan interaksi dengan pelanggan melalui strategi personalisasi dan program loyalitas.

Secara keseluruhan, program pembinaan berbasis kemitraan ini telah memberikan dampak signifikan dalam pengembangan keterampilan dan ekonomi mitra binaan. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengolah bahan alami menjadi pewarna berkualitas, produksi kain bernilai jual, serta pengemasan dan *branding* yang lebih menarik. Keberlanjutan program ini diharapkan dapat semakin mengintegrasikan ekonomi kreatif dengan potensi wisata budaya di Kabupaten Ogan Ilir.

4. KESIMPULAN

Program Pembinaan IRT-UM Berbasis Kemitraan yang dilaksanakan pada mitra Burai Indah dan Purwani dengan mitra binaan yang beranggotakan kaum perempuan yang mencakup pengelolaan produksi bahan-bahan alam menjadi produk pewarna alam, perancangan *branding* produk, perancangan *packaging*, pelatihan foto dan video, pelatihan manajemen keuangan dan pelatihan *digital marketing*, bisa disimpulkan berjalan lancar sesuai dengan metode pelaksanaan yang telah diterapkan oleh Tim UIGM. Program pelatihan yang dilaksanakan terhadap Mitra Burai

Indah dan Purwani di Desa Burai menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan peserta. Evaluasi kuisioner sebelum dan sesudah pelatihan memperlihatkan adanya peningkatan yang konsisten pada berbagai aspek, seperti tata kelola kelembagaan, manajemen keuangan, *digital marketing*, *branding*, *packaging*, serta fotografi produk, dimana pada masing-masing pelatihan memiliki hasil kuesioner yang secara konsisten menunjukkan hasil skala diatas 4,0 (Sangat Memahami), baik pada Mitra Burai maupun Perwani. Dengan demikian, program pembinaan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi pelaku usaha IRT-UM, serta mendukung penguatan daya saing produk lokal yang berbasis budaya dan ramah lingkungan. Keberhasilan ini menjadi landasan penting untuk pengembangan program serupa di wilayah lain dengan karakteristik potensi ekonomi lokal yang sejenis. Kegiatan Pembinaan IRT-UM Berbasis Kemitraan ini, secara konsisten harus dilakukan dengan berkala tidak hanya pada Mitra Burai Indah dan Purwani, tetapi juga bisa dilanjutkan untuk melakukan kegiatan PkM yang serupa dengan memperluas kegiatan pembinaan IRT-UM lainnya di Kabupaten Ogan Ilir, bahkan ke daerah Kabupaten dan Kota lainnya, karena karekteristik potensi alamnya yang dimiliki juga hampir serupa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi (Kemenristek-dikti), Kedaireka, LPPMK Universitas Indo Global Mandiri yang telah memfasilitasi program Pembinaan Industri Rumah Tangga-Usaha Mikro (IRT-UM) berbasis kemitraan. Terima kasih juga Tim PkM UIGM sampaikan pada mitra baik Pemerintah Desa Burai, mitra kelompok Burai Indah dan kelompok Purwani yang telah berkomitmen mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini dari awal hingga akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. M. P., & Wardana, N. H. (2020). Pemberdayaan Pengrajin Songket Buleleng. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 189–197.
- Adiya, M. H., Nasien, D., Siddik, M., Suroyo, S., & Mukhsin, M. (2024). Community Service in Winda Songket Riau: Implementation of Sustainopreneurship and Women's Empowerment. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(5), 1591–1598.
- Detmuliati, A. (2021). Analisis potensi ekowisata berbasis masyarakat di Desa Burai Sumatera Selatan. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 3(01), 90–102.
- Elistia, E. E. E. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Berbasis Kearifan Lokal Tenun Songket Khas Sambas Di Desa Sumber Harapan. *DIPAMAS*, 4(1), 36–43.
- Firdaus, M., Wilda, K., & Budiwati, N. (2023). Profil Kelompok Pengrajin Anyaman Purun Di Kampung Purun Kelurahan Palam Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 7(3).
- Fitriani, L. R., & Rachmawati, D. (2022). Komunikasi Partisipatif Pemberdayaan Masyarakat Kampung Ulos dalam mengembangkan Ulos Sebagai Upaya Revitalisasi. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(2), 156–167.
- Guslinda, G., & Kurniaman, O. (2020). Perubahan Bentuk, Fungsi Dan Makna Tenun Songket Siakpada Masyarakat Melayu Riau. *Primary: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 5(1).
- Hidayatullah, H., & Kusuma, L. S. T. (2021). Optimalisasi Program Kebijakan Pemerintah Dalam Meningkatkan Kreatifitas Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Di Kabupaten Lombok Tengah. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 1(2), 67–85.
- Huda, H. M. D., & Dodi, L. (2020). *Rethinking Peran Perempuan dan Keadilan Gender: Sebuah Konstruksi Metodologis Berbasis Sejarah dan Perkembangan Sosial Budaya*. CV Cendekia Press.
- Istianda, M., & Pirmansyah, R. (2023). Pemberdayaan Politik Melalui Pemberdayaan Ekonomi: Tikar Purun Identitas Upacara Adat Marga Buay Pemuka Bangsa Raja. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 107–116.
- Istiqomah, N., Permata, D. I., & Syahira, S. (2023). Nilai-Nilai Motif Songket Bengkalis Dalam Perspektif Pendidikan. *Jurnal Al-Kifayah: Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 2(1), 40–50.

- Lewaherilla, N. C., Huwae, V., Hiariey, H., Matruty, D., & Christianty, R. (2024). Membangun Mental Juara Bagi Ibu-Ibu Pelaku Umkm Di Desa Mamala Kabupaten Maluku Tengah. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 4512–4515.
- Malikhah, I., Nst, A. P., & Sari, Y. (2024). Implementasi Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 225–235.
- Mardiana, M., Salma, A. J., Halimah, N., & Sarijannah, S. (2021). Eksistensi anyaman purun sebagai penopang perekonomian masyarakat di Desa Haur Gading. *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 57–80.
- Maulana, M., Yunindyawati, Y., & Taqwa, R. (2024). Penerapan Teori ACTORS pada Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata “Ekowisata Burai” Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 10(1), 30–41.
- Mega, D. P. (2022). *Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI.
- Meriyati, M., Salim, A., & Sahroni, A. (2019). Minat Pembelian Kain Jumputan Terhadap Kain Songket Khas Palembang (Studi Kasus: Masyarakat Kota Palembang). *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 5(1), 77–89. <https://doi.org/10.19109/https://doi.org/10.19109/ieconomics.v5i1.3693>
- Mubarat, H. (2017). Eksistensi Seni Kerajinan Di Museum Balaputra Dewa Negeri Sumatera Selatan. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 2(2).
- MULA, E. L. (2022). *Filosofi Motif-Motif Songket Kabupaten Manggarai*. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Permatasari, I., Sartika, D., Heriansyah, R., & Saluza, I. (2024). Pemanfaatan Canva untuk Guru Sekolah Dasar sebagai Media Penyusunan Materi. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 598–605. <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v5i2.4347>
- Porwani, S., Susanto, Y., Zubaidah, R. A., Purwanto, M. B., & Despita, D. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Membatik Untuk Peningkatan Kapasitas Perempuan Di Kota Palembang. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 2(2), 66–76.
- Prayitno, T. (2020). *Mengenai produk nasional batik dan tenun*. Alprin.
- Purwanto, M. B. (2022). Pengembangan kain khas kabupaten musi banyuasin sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi lokal. *Jurnal Pariwisata Darussalam*, 1(2).
- Puspasari, S., & Dhamayanti. (2022). Sosialisasi Eksistensi Museum dr.AK.Gani di Pameran Bersama Museum Se-Sumsel untuk Peningkatan Kunjungan Eduwisata. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 745–750. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v3i2.1972>
- Puspasari, S., Gustriansyah, R., Asa, D., Sanmorino, A., Teknik, P. S., Komputer, F. I., Indo, U., Mandiri, G., Studi, P., Informasi, S., Komputer, F. I., & Mandiri, I. G. (2023). Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Lewat Pemanfaatan Aplikasi Virtual Tour 360 Museum SMBII di Masa Pandemi. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 485–491. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v4i1.249>
- Rahmadi, R., Yusmiono, B. A., & Giyanto, G. (2023). Ketersediaan Purun Pada Lahan Basah Untuk Dikaryakan Menjadi Tikar Sebagai Hasil Ekonomi Masyarakat Kecamatan Pedamaran. *Jurnal Swarnabhumi: Jurnal Geografi Dan Pembelajaran Geografi*, 8(2), 177–188.
- Ramadhanti, A. P., Idris, M., & Zamhari, A. (2022). Pencitraan Budaya Politik Dalam Motif Tenun Songket Palembang Abad Ke-18-19 Masehi. *Kalpataru: Jurnal Sejarah Dan Pembelajaran Sejarah*, 8(2), 184–193.
- Rusyamsi, I. (2024). *Mencetak Wirausaha Muda Di Era Digital 5.0*. Anak Hebat Indonesia.
- Sahadat, S., Idris, M., & Chairunisa, E. D. (2022). Pluralisme Dalam Kain Tenun Songket Palembang Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah. *Kalpataru: Jurnal Sejarah Dan Pembelajaran Sejarah*, 8(1).
- Sari, N. (2024). Kajian Motif Dan Makna Tenun Songket Kota Jambi. *Jurnal Da Moda*, 6(1), 74–80.
- Semuel, H., Mangoting, Y., & Hatane, S. E. (2022). Makna Kualitas dan Kinerja Tenun Tradisional Indonesia Kolaborasi Budaya Nasional dan Budaya Organisasi. In *Makna Kualitas dan Kinerja Tenun Tradisional Indonesia Kolaborasi Budaya Nasional dan Budaya Organisasi*. PT Rajagrafindo Persada.

- Setiawan, B. (2024). Educating Small and Medium Enterprises (SMEs) in Understanding Financial Literacy. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 1305–1313.
- Shomedran, S., Waty, E. R. K., Husin, A., & Andriani, D. S. (2021). Penyuluhan Kewirausahaan Sosial dan Penguatan Kelompok UMKM Dalam Upaya Peningkatan Pemasaran Masa Pandemi Covid-19 di Desa Burai Ogan Ilir. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 225–231.
- Viatra, A. W., & Anggraini, R. W. (2018). Kerajinan Ukiran Kayu Di Palembang. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 33(1), 48–59. <https://doi.org/10.31091/mudra.v33i1.131>
- Wardani, D. M. (2024). Songket Mata Manuk sebagai Identitas Etnik di Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 15(1), 79–87.
- Wati, D. A., Irwansyah, I., & Devianty, R. (2022). Kain Tenun Songket Melayu Batu Bara: Sejarah, Motif dan Fungsinya. *Warisan: Journal of History and Cultural Heritage*, 3(1), 1–6.
- Widowati, W., Saâ, A. A., & Khoiriyah, N. (2023). Pendampingan Pewarnaan Batik Singonegoro Menggunakan Pewarna Alami Dari Tanaman Indigofera Tinctoria. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1755–1766.
- WK, W. F., Nailis, W., Afrina, M., Meitisari, N., & Tasmi, T. (2024). Peningkatan Keterampilan Manajemen Usaha Untuk Optimalisasi Kinerja UMKM di Desa Burai Kabupaten Ogan Ilir. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(2), 559–568.
- Yustini, T., Setiawan, H., & Wiatra, A. W. (2024). Peningkatan Skala Usaha UMKM PEKKA melalui Peningkatan Kompetensi Mengelola Keuangan Usaha. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 4(2), 33–42.