

UMKM Level Up: Strategi Pengembangan Usaha Anyaman Lontar Sulawesi Di Bontokassi Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar

M. Yusuf K.¹, Wahyudin Yahya¹, Andi Jam'an¹, Nadiya Nur Fadilla¹, Husnul Khatimah¹

¹Universitas Muhammadiyah Makassar

INFO ARTIKEL

Diserahkan:

26/06/2025

Direvisi:

19/07/2025

Diterima

28/07/2025

Keywords:

UMKM Anyaman Lontar,
Kearifan Lokal,
Digital Marketing,
Songko Racca

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) anyaman lontar di Desa Bontokassi, Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar. UMKM ini memiliki potensi besar karena berbasis kearifan lokal dengan produk utama seperti Songkok Recca, tikar, tas, dan kerajinan rumah tangga lainnya yang bernilai budaya dan estetika tinggi serta ramah lingkungan. Namun, pengembangan usaha ini masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan akses modal, minimnya inovasi desain, rendahnya keterampilan manajerial, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran. Melalui pelaksanaan kegiatan ini, tim PKM melakukan pelatihan dan pendampingan dalam hal manajemen usaha, pengembangan desain produk, serta pemanfaatan media digital seperti Instagram, Shopee, dan marketplace lainnya. Pelaku UMKM juga dibekali keterampilan pembuatan kemasan produk yang menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Diharapkan kegiatan ini dapat menciptakan UMKM yang lebih inovatif, mampu memperluas pasar hingga tingkat nasional dan internasional, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan di Desa Bontokassi.

Corresponding author email: myusufk@unismuh.ac.id



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
Copyright@ Author (2025).

1. PENDAHULUAN

Desa merupakan unit wilayah terkecil dalam sistem pemerintahan yang menjadi pusat berlangsungnya berbagai aktivitas dasar masyarakat. Namun, hingga saat ini, pertumbuhan ekonomi di kawasan pedesaan masih tertinggal dibandingkan dengan wilayah perkotaan. Ketimpangan ini menimbulkan berbagai persoalan yang berhubungan erat dengan pencapaian pembangunan berkelanjutan (SDGs), seperti tingginya angka kemiskinan, lemahnya kondisi tenaga kerja, terjadinya migrasi desa-kota, serta keterlambatan pengembangan industri desa dibandingkan perkotaan.

Salah satu masalah utama adalah tingkat kemiskinan di desa yang masih lebih tinggi dibandingkan di kota, hal ini berhubungan langsung dengan tujuan SDGs 1 yaitu menghapus kemiskinan dalam segala bentuk. Selain itu, sektor ketenagakerjaan juga menghadapi tantangan serupa. Sebagian besar tenaga kerja di pedesaan masih bergerak di sektor informal, dengan jam kerja di bawah standar wajar.

Minimnya lapangan pekerjaan layak mendorong masyarakat desa, khususnya usia produktif, untuk bermigrasi ke kota demi memperoleh penghasilan yang lebih baik. Fenomena ini memunculkan kesenjangan tenaga kerja antara desa dan kota, yang berkaitan dengan tujuan SDGs 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

Di samping itu, pembangunan infrastruktur desa juga jauh tertinggal dibandingkan perkotaan. Kurangnya fasilitas dan akses pendukung kegiatan ekonomi menyebabkan desa sulit berkompetisi secara industri, inovasi, dan teknologi, yang menjadi fokus tujuan SDGs 9. Keseluruhan permasalahan tersebut mengindikasikan bahwa keterbelakangan ekonomi desa menjadi akar utama ketertinggalan dalam pencapaian SDGs.

Kondisi ini diperparah oleh belum optimalnya pemanfaatan sumber daya manusia (SDM) lokal dalam mengadopsi peluang digitalisasi ekonomi. Salah satu penyebab utamanya adalah masih rendahnya kemampuan penguasaan teknologi di kalangan pelaku usaha, ditambah dengan minimnya dukungan pelatihan dari pemerintah, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Padahal di era digital ini, kemampuan memanfaatkan teknologi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing.

UMKM sendiri memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini karena UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja dan mendorong perekonomian daerah meskipun ukurannya kecil, jumlah karyawannya rendah, dan tingkat perputaran usahanya rendah (Adi, 2021). Di pedesaan, UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, serta kesejahteraan masyarakat. Selain itu, UMKM juga berperan dalam menjaga dan melestarikan budaya lokal. Salah satu contoh UMKM berbasis kearifan lokal yang potensial adalah kerajinan anyaman lontar di Desa Bontokassi, Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar. Kerajinan ini tak sekadar bernilai ekonomis, tetapi juga memuat nilai budaya yang kuat.

Produk-produk seperti tikar, keranjang, tas, dan pernak-pernik rumah tangga berbahan dasar daun lontar dihasilkan oleh para pengrajin lokal dengan keterampilan turun-temurun. Selain bernilai estetika tinggi, produk ini juga ramah lingkungan, sehingga memiliki prospek besar untuk dipasarkan ke tingkat nasional bahkan internasional. Sayangnya, potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku usahanya.

Berbagai hambatan masih dihadapi oleh UMKM anyaman lontar di Bontokassi, seperti terbatasnya akses modal, minimnya inovasi desain, kurangnya pelatihan teknis dan manajerial, serta keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Para pengrajin juga harus bersaing dengan produk modern yang diproduksi secara massal dan lebih praktis digunakan masyarakat. Faktor-faktor tersebut membuat mereka kesulitan mengembangkan usaha ke tingkat yang lebih maju.

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, dibutuhkan strategi pengembangan yang menyeluruh dan terintegrasi. Upaya yang dapat dilakukan meliputi peningkatan kualitas produk melalui inovasi desain, penyelenggaraan pelatihan teknis dan manajerial, serta pendampingan dalam penggunaan platform digital untuk kegiatan pemasaran dan branding produk. Tak kalah pentingnya, dukungan kolaboratif dari pemerintah daerah, sektor swasta, kalangan akademisi, dan masyarakat sangat diperlukan agar tercipta ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Dalam hal ini, perguruan tinggi memiliki peran strategis karena bukan hanya mencerdaskan mahasiswa, tetapi juga menjadi problem solver persoalan masyarakat melalui pelaksanaan tridarma perguruan tinggi, yaitu

pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Rimanto *et al.*, 2021).

Melalui pendekatan strategis ini, diharapkan UMKM anyaman lontar di Bontokassi tidak hanya mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang berkelanjutan. Selain itu, pengembangan UMKM ini diharapkan dapat melestarikan tradisi anyaman lontar sebagai warisan budaya yang dapat diteruskan ke generasi berikutnya.

Salah satu contoh UMKM di wilayah ini adalah Toko D.K Anyaman Lontar Sulawesi yang berlokasi di Desa Bontokassi. Usaha kerajinan ini telah lama menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat setempat, diwariskan secara turun-temurun. Produk unggulannya, Songkok Recca, menjadi identitas khas Sulawesi yang berbasis kearifan lokal. Potensi alam berupa ketersediaan daun lontar yang melimpah juga menjadi keunggulan tersendiri yang dapat diolah menjadi peluang bisnis bernilai tinggi.

Namun demikian, pelaku usaha di bidang ini masih tergolong skala mikro dan menghadapi tantangan besar, seperti keterbatasan modal usaha, rendahnya efisiensi produksi akibat penggunaan teknik tradisional, serta minimnya akses terhadap pelatihan keterampilan dan teknologi. Selain itu, pemasaran yang masih bersifat konvensional membuat produk kerajinan ini hanya dikenal di tingkat lokal, tanpa mampu menembus pasar nasional maupun internasional secara optimal.

Tantangan utama lainnya adalah kurangnya pemahaman pengrajin dalam menciptakan desain inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Desain tradisional yang masih dominan membatasi daya tarik produk ini di kalangan konsumen yang lebih luas. Di sisi lain, rendahnya penguasaan teknologi digital juga menghambat perluasan akses pasar melalui media sosial, e-commerce, atau marketplace. Kendala dalam memperoleh modal usaha turut mengurangi kemampuan pengrajin untuk membeli bahan baku berkualitas atau memperbesar kapasitas produksi. Padahal, kearifan lokal memiliki peran penting dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat karena tradisi, budaya, dan pengetahuan lokal dapat dimanfaatkan untuk menciptakan solusi berkelanjutan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Najamudin & Al Fajar, 2024).

Oleh sebab itu, diperlukan langkah strategis yang menyeluruh dan terpadu untuk mendukung pengembangan UMKM Toko D.K Anyaman Lontar Sulawesi di Desa Bontokassi. Langkah awal yang dapat dilakukan adalah penyelenggaraan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan pengrajin dalam desain, manajemen usaha, serta teknik pemasaran. Pelatihan ini diharapkan mampu mendorong para pelaku usaha menciptakan produk yang lebih inovatif, menarik, dan kompetitif. Sehingga memiliki jiwa kewirausahaan dengan mengedepankan kreativitas dan inovasi, yang mencakup kemampuan mengambil risiko, menciptakan nilai baru, dan menumbuhkan usaha secara berkelanjutan (Rama *et al.*, 2022).

Pendampingan dalam pemanfaatan platform digital menjadi solusi penting lainnya agar UMKM dapat menjangkau pasar lebih luas, baik nasional maupun internasional. Karena tanpa adanya promosi pemasaran kontemporer, masyarakat tidak akan menyadari keberadaan suatu produk, meskipun produk tersebut berkualitas tinggi (Afrianti *et al.*, 2022). UMKM perlu memasarkan produk mereka dengan baik agar dapat menarik pelanggan. Pemasaran digital bertujuan menyebarkan informasi, memengaruhi, mendidik, menghibur, hingga mengingatkan khalayak (Yuwono & Naimah, 2024). Dengan strategi yang terarah serta dukungan kolaboratif dari berbagai pihak, diharapkan UMKM anyaman lontar di Desa Bontokassi mampu meningkatkan daya saing dan bertransformasi menjadi

usaha maju yang mandiri dan berdaya saing global. Sehingga program ini sangat sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya poin 1 yaitu mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk di manapun, poin 8 yaitu mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan serta menyediakan pekerjaan yang layak bagi semua orang, dan poin 9 yaitu membangun infrastruktur yang tangguh, mendorong industrialisasi inklusif dan berkelanjutan, serta mendukung inovasi (Walsh *et al.*, 2022).

2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan kewirausahaan untuk UMKM dapat dilakukan dengan mengajarkan pengurusan legalitas usaha, manajemen SDM, produksi, keuangan, pemasaran, desain kemasan, branding, dan pemasaran digital guna meningkatkan kapasitas usaha mereka secara menyeluruh (Hendrawati, 2022). Adapun metode pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat (PKM) kali ini dapat dijelaskan secara detail sebagai berikut:

1. Pembentukan tim dan divisi PKM
2. Penentuan lokasi PKM
3. Perencanaan kegiatan PKM
4. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan atau dilaksanakan dengan sharing kepada masyarakat sekitar di Takalar, dengan menyampaikan cara penjualan dengan menggunakan sosial media dan cara packing produk yang rapi dan menarik. Metode pelaksanaan kegiatan ini sejalan dengan (Supratikta *et al.*, 2022) yang menyebutkan bahwa pelatihan PKM dapat dilaksanakan melalui workshop, sosialisasi, penyuluhan, diskusi, serta praktik langsung terkait manajemen usaha dan diversifikasi produk.

2.1 Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian oleh tim Pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis dilakukan pada hari Minggu tanggal 22 Desember tahun 2024. PKM ini dilakukan di Bontokassi, Kec. Galesong Selatan, Kab. Takalar, di Rumah Daeng Kanang selaku pemilik usaha. Kegiatan dimulai dengan pembukaan acara oleh MC, lalu dilanjutkan pengenalan dengan pemilik/pengelola UMKM dan pengenalan produk, dilanjut dengan pemberian materi oleh bapak M. Yusuf K S.E., M.E dan Tim PKM lainnya selaku dosen pelaksana kegiatan ini dan pemberian materi kedua oleh Wahyudin Yahya, S.M sebagai narasumber. Indikator keberhasilan Program Pengabdian Masyarakat dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Aspek Pernyataan/Hasil	Indikator	Keberhasilan
UMKM mampu mengelola media sosial untuk digunakan sebagai media promosi produk	Adanya facebook (media promosi)	√
UMKM mampu memahami jenis-jenis permodalan usaha mikro di perbankan	Adanya sosialisasi dari pihak perbankan	√
UMKM memiliki logo usaha sebagai branding produk	Adanya logo usaha	√
UMKM memiliki papan nama sebagai <i>signage</i> lokasi usaha	Adanya papan nama	√

UMKM memiliki *standard packaging* produk songkok recca

Packaging produk

√



Gambar 1. Pemaparan Materi Oleh M. Yusuf K., S.E., M.E dan Tim PKM



Gambar 2. Pemaparan Materi dari Wahyudin Yahya, S.M (Karyawan BRI KC Jeneponto)



Gambar 3. Para Peserta dan Tim PKM

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "UMKM Level Up Toko D.K Anyaman Lontar Sulawesi di Desa Bontokassi, Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar" dirancang untuk mencapai serangkaian tujuan strategis yang bertujuan meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM di daerah tersebut. Program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM anyaman lontar agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional.

Luaran pertama yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM dalam aspek pengelolaan usaha yang efektif. Para peserta pelatihan akan diberikan pemahaman dasar mengenai manajemen keuangan sederhana, pengelolaan stok, penentuan harga jual yang tepat, hingga strategi pemasaran digital melalui platform seperti Instagram dan Shopee. Tidak hanya itu, pelaku UMKM juga akan diajarkan bagaimana mengembangkan inovasi produk, baik dari segi desain, fungsi, maupun kemasan, sehingga produk anyaman lontar yang mereka hasilkan mampu bersaing dan menarik minat konsumen yang lebih luas. Bagi UMKM, inovasi produk sangat penting karena kapasitas mereka untuk bersaing sangat bergantung pada seberapa unik dan berharga produk mereka di pasaran (Tustiati, 2025).

Luaran kedua adalah penerapan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran produk. Digital marketing menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan usaha saat ini. Pemasaran digital memungkinkan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk tanpa batasan ruang dan waktu serta menjangkau konsumen lebih luas melalui pemanfaatan teknologi informasi. Namun, pada kenyataannya, implementasi digital marketing oleh pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Banyak pelaku UMKM yang belum mampu mengimplementasikan digital marketing karena keterbatasan sumber daya manusia, minimnya pengetahuan teknologi pemasaran digital, dan tingginya biaya konsultasi sehingga mereka cenderung menggunakan pemasaran tradisional (Nirwana & Biduri, 2021).

Hal serupa diungkapkan oleh (Alyani et al., 2024) yang menyatakan bahwa dalam menghadapi era digital, UMKM di Indonesia perlu memiliki strategi digital marketing yang tepat agar tidak tertinggal oleh pesatnya perkembangan teknologi. Strategi ini dapat diwujudkan dengan memanfaatkan berbagai fasilitas atau program pendukung dari pemerintah dan stakeholders lainnya untuk meningkatkan daya saing usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, program PKM "UMKM Level Up" berfokus pada pelatihan digital marketing kepada pengrajin anyaman lontar di Desa Bontokassi. Pelatihan ini meliputi pembuatan akun media sosial bisnis, pengambilan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi produk yang informatif, serta strategi promosi melalui Instagram dan WhatsApp Business. Diharapkan, pelatihan ini dapat membantu pelaku UMKM memasarkan produknya secara lebih efektif, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan omzet penjualan, sehingga produk anyaman lontar Sulawesi dapat dikenal secara nasional bahkan internasional. Melalui kegiatan ini, para pelaku usaha diharapkan mampu memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar produk mereka. Penggunaan media sosial, marketplace, dan e-commerce akan menjadi bagian penting dari pelatihan, sehingga produk anyaman lontar dari Desa Bontokassi tidak hanya dikenal secara tradisional di tingkat lokal, tetapi juga dapat diperkenalkan ke konsumen skala nasional hingga global. Dengan demikian, UMKM anyaman lontar memiliki peluang besar untuk meningkatkan eksposur dan volume penjualan produknya.

Selanjutnya, luaran ketiga yang ditargetkan adalah penciptaan nilai ekonomis melalui peningkatan kualitas kemasan (packaging) dan pembungkusan produk yang lebih estetik dan fungsional. Hal ini dikarenakan kualitas produk, desain, dan kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Putra, 2020). Produk yang dikemas secara menarik dan aman diyakini mampu meningkatkan minat beli konsumen serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan. Pernyataan serupa diungkapkan oleh Maryam et al., (2025) bahwa salah satu elemen strategis yang memengaruhi nilai penjualan dan perbedaan pasar adalah desain produk (Maryam et al., 2025). Kualitas kemasan yang baik juga akan melindungi produk selama proses pengiriman, sehingga sampai ke tangan konsumen dalam kondisi yang prima. Diharapkan melalui peningkatan aspek ini, daya tarik produk anyaman lontar akan semakin kuat di pasar, baik dalam skala lokal maupun lebih luas.

Luaran keempat yang diharapkan adalah terciptanya prinsip keberlanjutan. Pengelolaan daun lontar yang berkelanjutan tidak hanya menjaga keseimbangan ekosistem lokal dan mendukung kelestarian lingkungan hidup, tetapi juga melestarikan kerajinan anyaman lontar sebagai warisan tradisi dan nilai-nilai budaya yang terkait dengan ritual adat serta kehidupan masyarakat. Selain itu, kerajinan anyaman lontar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengurangan sampah plastik dan dampaknya terhadap lingkungan. Kegiatan kerajinan ini juga memberikan peluang bagi pengrajin lokal untuk menghasilkan produk unik yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Sabhu et al., 2024). Prinsip keberlanjutan dalam usaha yang dijalankan oleh para pelaku UMKM tidak hanya dalam konteks usaha pengelolaan daun lontar, namun mencakup berbagai aspek mulai dari pemanfaatan media pemasaran digital secara konsisten, perancangan desain logo dan spanduk usaha yang representatif, pembuatan kemasan produk yang estetik dan ramah lingkungan, hingga penciptaan inovasi produk anyaman lontar baru yang dapat menambah variasi dan nilai jual. Melalui penerapan prinsip keberlanjutan ini, diharapkan para pelaku usaha tidak hanya mampu mempertahankan eksistensi usahanya, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pasar.



Gambar 4. Bentuk Packaging Hasil PKM



Gambar 5. Papan Nama Usaha

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, diperoleh informasi mengenai kelemahan dan keunggulan dari usaha yang dijalankan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dalam matrik analisis SWOT berikut.

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan	Kelemahan
	Produk memiliki nilai budaya yang tinggi	Produk bukan digunakan sehari-hari
Peluang		
Produk dapat dipasarkan secara online karna produk dapat bertahan lama	Strategi SO Bahan baku yang digunakan dapat diperoleh dengan mudah	Strategi WO Produk dapat dipasarkan melalui e-commerce dan media sosial
Ancaman		
Produk memiliki pesaing yang cukup banyak dengan beberapa UMKM yang menjual produk dengan harga yang lebih murah	Strategi ST Produk memiliki varian model dan warna yang bervariasi sehingga menjadi keunggulan produk menghadapi ancaman dari persaingan UMKM	Strategi WT Proses produksi dilakukan secara manual sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama oleh karena itu UMKM perlu melakukan kerjasama dengan pengrajin lain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

Secara keseluruhan, hasil yang diharapkan dari program PKM ini adalah meningkatnya kesiapan pelaku UMKM anyaman lontar di Desa Bontokassi untuk bersaing di era digital dan globalisasi. Diharapkan pula kegiatan ini dapat mendorong peningkatan pendapatan serta kesejahteraan pelaku usaha, sekaligus memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan UMKM di wilayah tersebut. Dengan demikian, program ini tidak hanya berdampak sesaat, melainkan mampu membangun fondasi yang kuat untuk pengembangan usaha berbasis kearifan lokal secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

UMKM anyaman lontar di Desa Bontokassi memiliki potensi besar untuk berkembang, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti kurangnya inovasi produk, keterbatasan pemasaran digital, serta minimnya akses terhadap modal dan pelatihan. Untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar, diperlukan strategi pengembangan yang berfokus pada inovasi produk, peningkatan keterampilan pengrajin, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Dukungan dari pemerintah, swasta, dan komunitas juga menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. UMKM Anyaman lontar sebelum pelaksanaan PKM belum memiliki logo usaha, belum memiliki pengetahuan permodalan, belum memiliki penanda usaha dan standard packaging. Oleh karena hal tersebut tim PKM FEB Unismuh Makassar fokus untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Setelah kegiatan PKM tersebut UMKM diharapkan dapat naik level menjadi UMKM yang progresif dan berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa hormat dan syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertema "*UMKM Level Up Toko D.K Anyaman Lontar Sulawesi di Desa Bontokassi, Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar*" dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pimpinan dan seluruh civitas akademika Universitas (sebut nama universitas Anda) atas dukungan moral dan fasilitas yang telah diberikan.

Tak lupa, apresiasi setinggi-tingginya kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Bontokassi beserta seluruh pelaku UMKM Toko D.K Anyaman Lontar Sulawesi yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian kegiatan. Terima kasih juga kepada seluruh tim pelaksana PKM, dosen pembimbing, mahasiswa, serta pihak-pihak lainnya yang telah bekerja keras dan berkontribusi demi kelancaran dan keberhasilan kegiatan ini. Semoga segala bentuk dukungan yang telah diberikan menjadi manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di Desa Bontokassi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi, T. W. (2021). Bisnis Mikro Kecil dan Menengah. In *CV. Literasi Nusantara Abadi* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- [2] Afrianti, U., Anshori, M. I., & Andriani, N. (2022). Digitalisasi Marketing Melalui Instagram dan Facebook Ads Dalam Meningkatkan Skala Usaha UMKM: Systematic Literatur Review. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 9(1), 187–198. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21058>
- [3] Alyani, I., Saptono, I. T., & Jahroh, S. (2024). Digital Transformation Drivers for Indonesian MSMEs. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(1), 423–441. <https://doi.org/10.31538/ijse.v7i1.4374>

- [4] Hendrawati, S. (2022). Pengembangan Kapasitas Kegiatan Kewirausahaan (Umkm, Bumdes, Dan Koperasi) Di Desa Jatihurip, Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 316. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i2.37127>
- [5] Maryam, Amalia, C. I., Hanum, F., Hamdiah, C., & Wahyuna, M. (2025). *Inovasi Desain Produk sebagai Strategi Meningkatkan Profitabilitas UMKM Kerajinan Rumahan*. X(3), 13740–13749.
- [6] Najamudin, F., & Al Fajar, A. H. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal Melalui Pendekatan Abcd Untuk Mencapai Sdg 1: Tanpa Kemiskinan. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(2), 142–158. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936>
- [7] Nirwana, N. Q. S., & Biduri, S. (2021). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Study Pada UMKM Di Kabupaten Sidoarjo). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 18(1), 29. <https://doi.org/10.30651/blc.v18i1.5720>
- [8] Putra, V. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile. *Performa*, 5(4), 350–359. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1790>
- [9] Rama, A., Ganefri, G., & Yulastri, A. (2022). Konsep Entrepreneur dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal EDUCATIO (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, 8(1), 87–92.
- [10] Rimanto, Hidayatullah, K., & Wijaya, M. R. (2021). Peran Perguruan Tinggi dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bank Mikro Wakaf. *Tazkir : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 7(1), 19–34. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v7i1.4111>
- [11] Sabhu, P. R. L., Gai, A., & Medho, Y. F. (2024). *Pelestarian Pemanfaatan Daun Lontar Berbasis Kearifan Lokal Bagi Kaum Muda Di Desa Watoone*. 5(3), 3459–3466.
- [12] Supratikta, H., Yusuf, S., & Catio, M. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha bagi Umkm di Desa Sukarame Carita Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2018), 67–71.
- [13] Tustiati. (2025). *Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital*. 02, 1–6.
- [14] Walsh, P. P., Banerjee, A., & Murphy, E. (2022). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. In *Sustainable Development Goals Series: Vol. Part F2740*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-07461-5_1
- [15] Yuwono, W., & Naimah, M. K. (2024). Pengembangan Branding Melalui Digital Marketing pada UMKM Egy Juice. *Dedikasi Pkm*, 5(2), 298–306. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38655>