

Pemanfaatan *E-Commerce* pada UMKM Batik Cemangklek Desa Margosari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal

Oei Natalia Kristanti¹, Lavenia Permata Sari², Aldo Arya Saputra³, Billy Pratama Febrianto⁴, M.Satria Adi Pradana⁵

Institut Teknologi dan Bisnis Semarang^{1,2,3,4,5}
e-mail : tantinatalia061@gmail.com¹

(Naskah Masuk : 06 November 2023; diterima untuk diterbitkan : 04 Desember 2023)

ABSTRACT

Community Service (PkM) for UMKM Cemangklek Batik in Margosari Village, Limbangan District, Kendal Regency, Central Java Province aims to provide more focused knowledge regarding eco-printing production training and the use of e-commerce applications. The implementation method for this service activity is in the form of training by delivering material and practices for eco-printing production and e-commerce operations, as well as a question session. The training was carried out in two stages, namely eco-printing production training as the first stage and the use of e-commerce as the second stage training. There are challenges that must be faced, such as increasingly fierce competition in the global market and efforts to maintain the authenticity of traditional batik crafts. Through this PkM activity, it can be conveyed the need to help understand their role in preserving culture, the local economy, and how they can continue to grow and develop in this digital era. UMKM The Cemangklek Batik in Margosari Village consist of mothers who are not adept at using technology which needs to be managed by the Karangtaruna community to help implement digital marketing. Eco-printing training plays a role in developing environmentally friendly products and making it easier to obtain production materials. The use of e-commerce plays a role as a marketing support in the digital era. The training began with the first session discussing the development from traditional marketing to digital marketing. The second session was filled with training on operationalizing the e-commerce website. The results of this PkM activity give hope that UMKM Cemangklek Batik in Margosari Village will be able to implement the use of e-commerce and eco-printing production training in digital marketing.

Key words: *E-commerce, Eco-printing, Digital marketing*

ABSTRAK

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) terhadap UMKM Batik Cemangklek di Desa Margosari Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah bertujuan memberikan pengetahuan yang lebih terfokus mengenai pelatihan produksi eco-printing dan pemanfaatan aplikasi e-commerce. Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan dengan penyampaian materi dan praktek produksi eco-printing maupun pengoprasian e-commerce, serta terdapat sesi tanya. Pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap, yaitu pelatihan produksi eco-printing sebagai tahap pertama dan pemanfaatan e-commerce sebagai pelatihan tahap ke dua. Adapun tantangan yang harus dihadapi, seperti persaingan yang semakin ketat di pasar global dan upaya untuk mempertahankan keaslian kerajinan batik tradisional. Melalui Kegiatan PkM ini, dapat disampaikan perlunya membantu memahami peran mereka dalam pelestarian budaya, ekonomi lokal, serta bagaimana mereka dapat terus tumbuh dan berkembang dalam era digital ini. UMKM Batik Cemangklek di Desa Margosari terdiri dari Ibu – ibu tidak

mahir menggunakan teknologi yang perlu dikelola komunitas karangtaruna untuk membantu pelaksanaan pemasaran digital. Pelatihan eco-printing berperan sebagai pengembangan produk yang ramah lingkungan dan kemudahan memperoleh bahan produksi. Pemanfaatan e-commerce berperan sebagai penunjang pemasaran di era digital. Pelatihan dimulai dengan sesi pertama yang membahas perkembangan dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital. Sesi kedua diisi dengan pelatihan mengoperasionalkan web e-commerce. Hasil kegiatan PkM ini memberikan harapan bagi UMKM Batik Cemangklek di Desa Margosari akan mampu menerapkan pemanfaatan e-commerce dan pelatihan produksi eco-printing dalam pemasaran digital.

Kata kunci: *E-commerce, Eco-printing, Pemasaran digital, UMKM*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara sering kali berhubungan dengan aktivitas perdagangan, yang secara tak langsung dapat mempengaruhi tingkat pendapatan negara. Salah satu indikator keberhasilan dalam menilai apakah suatu negara termasuk dalam kategori maju atau berkembang adalah dengan melihat pertumbuhan ekonominya yang terjadi melalui kegiatan perdagangan [1]. Sebelum adanya *internet*, transaksi jual-beli umumnya dilakukan secara tradisional melalui pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Namun, seiring berjalannya waktu dan dengan munculnya *internet*, hampir semua negara mulai beralih ke perdagangan elektronik melalui *internet*, yang dianggap lebih efisien dan efektif. Kemajuan dalam teknologi informasi telah menjadikan sistem informasi sebagai bagian penting dalam rutinitas sehari-hari, terutama dalam konteks perdagangan. Salah satu perkembangan utama dalam teknologi informasi adalah penggunaan *internet*. *Internet* digunakan secara luas untuk pertukaran informasi elektronik dalam konteks strategi bisnis seperti penjualan, pemasaran, pembelian, dan layanan pelanggan. Penggunaan *internet* oleh pelaku bisnis, termasuk para pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dianggap sebagai sumber potensial pertumbuhan ekonomi local [2]. *E-commerce* telah menjadi solusi yang sangat efisien bagi masyarakat saat ini. Ini memudahkan pelaku usaha untuk terhubung dengan konsumen di berbagai wilayah, bahkan di seluruh dunia. Dalam konteks ini,

pengusaha dapat memanfaatkan strategi pemasaran melalui platform *internet*, yaitu *e-commerce*.

Menurut Laudon dan Laudon [3], *e-commerce* adalah proses pembelian dan penjualan produk secara elektronik oleh konsumen dan perusahaan melalui jaringan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-commerce* juga menjadi salah satu aspek penting dalam persaingan bisnis saat ini, di mana menerapkan *e-commerce* pada bisnis membantu mempertahankan kelangsungan operasionalnya [4]. Penggunaan *e-commerce* juga memungkinkan pelaku usaha untuk merancang strategi pemasaran, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran pelanggan. Ini juga menjadi bentuk inovasi dalam layanan yang ditawarkan oleh pemilik usaha kecil dan menengah kepada konsumen mereka [5]. Semakin banyak UMKM yang menggunakan *internet* dan media sosial untuk mencapai konsumen dan mempromosikan produk mereka [3]. Interaksi dengan pemasok, pelanggan, dan mitra bisnis telah mengalami perubahan yang signifikan. Cara konsumen berperilaku dalam konteks pemanfaatan *e-commerce* juga dapat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka dalam bertransaksi melalui platform tersebut [1]. Ini berhubungan erat dengan tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen terhadap UMKM dalam bertransaksi melalui *e-commerce*. Penelitian selanjutnya akan fokus pada penyampaian materi dan praktek produksi *eco-printing*.

Batik merupakan warisan nenek moyang yang tidak ternilai harganya. Batik pun

ditetapkan sebagai sebagai warisan **kemanusiaan untuk budaya lisan** dan non bendawi (Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) oleh UNESCO [6]. Sejalan dengan itu maka tiap kalangan pun dipacu untuk mengembangkan batik sesuai dengan kearifan lokal dan keunikan budaya masing-masing daerah. Salah satu jenis batik yang populer di kalangan masyarakat sejak tahun 2017 yaitu batik Ecoprint. Ecoprint berasal dari kata eco atau ekosistem yang berarti alam dan print yang artinya mencetak [7]. Menurut Saptutyningsih (2019) Batik ecoprint dapat dijadikan tren gaya hidup masyarakat ramah lingkungan karena menggunakan bahan dedaunan dan bunga yang berasal dari alam dan sama sekali tidak menggunakan bahan kimia. Produk yang dihasilkan berupa lembaran kain dan produk fashion, memiliki nilai tambah dalam budaya lokal yang ramah lingkungan. Teknik ecoprint memiliki tampilan yang lebih menarik dan bernilai tinggi karena prosesnya yang dibuat dengan tangan [8].

Batik ecoprint memiliki nilai positif dalam ramah kelestarian lingkungan. Hal ini didukung oleh [9] yang menjelaskan bahwa batik ecoprint ini merupakan produk tekstil yang ramah lingkungan karena metode pembuatannya memanfaatkan pewarna alami dari tanin atau zat warna daun, akar atau batang yang diletakan pada sehelai kain sehingga akan mengurangi resiko kesehatan seperti alergi, bahkan pencemaran lingkungan serta proses pembuatannya dapat dilakukan oleh semua kalangan. Tanaman yang digunakan pun merupakan tanaman yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap panas, karena hal tersebut merupakan faktor penting dalam mengekstraksi pigmen warna [10]. Ecoprint biasa diaplikasikan pada bahan berserat alami seperti kain kanvas, katun, sutra dan linen [11].

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berlangsung di Desa Margosari, Limbangan, Kendal, Jawa Tengah. UMKM Batik Cemangklek berperan penting dalam perekonomian lokal. Mereka menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat dan membantu mempertahankan tradisi batik Indonesia yang berharga. Selain

itu, mereka berperan dalam meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi di wilayah Margosari. Walaupun UMKM Batik Cemangklek telah mencapai banyak kesuksesan, mereka juga menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan yang semakin ketat di pasar global dan upaya untuk mempertahankan keaslian kerajinan batik tradisional. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut tentang UMKM Batik Cemangklek akan membantu memahami peran mereka dalam pelestarian budaya, ekonomi lokal, serta bagaimana mereka dapat terus tumbuh dan berkembang dalam era digital ini. Pelaksanaan PkM bertujuan memberikan pengetahuan yang lebih terfokus mengenai pelatihan produksi *eco-printing* dan pemanfaatan aplikasi *e-commerce*. Harapannya adalah bahwa setelah PkM ini selesai, UMKM Batik Cemangklek di Desa Margosari akan mampu menerapkan pemanfaatan *e-commerce* dan pelatihan produksi *eco-printing* dalam pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Batik Cemangklek dilaksanakan dalam beberapa kali pertemuan yang bertempat di rumah Ibu Siti dan dihadiri oleh Ibu – ibu dari komunitas. Adapun metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan dengan penyampaian materi dan praktek produksi *eco-printing* maupun pengoprasian *e-commerce*, serta terdapat sesi tanya. Evaluasi dilakukan sebagai tahap akhir dari kegiatan ini untuk menilai sejauh mana peserta memahami materi yang telah disampaikan, baik dalam materi presentasi maupun dalam sesi tanya jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat diawali dengan survei pada tanggal 7 Agustus 2023 di Desa Margosari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah. Kegiatan survei ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai kegiatan UMKM Batik

Cemangklek. Wawancara dilakukan di rumah Ibu Siti selaku pelopor berdirinya komunitas ini. Hasil wawancara disimpulkan saat ini kegiatan produksi sedang berhenti akibat dampak covid-19 yang menyebabkan penurunan penjualan sehingga tidak dapat menutup biaya produksi, sehingga Ibu-ibu anggota komunitas memilih untuk bekerja di pasar dan membuka warung. Dalam mempertahankan eksistensi komunitas ini, Ibu Siti memilih fokus pada kegiatan edukasi memperkenalkan batik sebagai warisan budaya dengan membuka kelas pelatihan bagi pelajar dan komunitas pecinta batik. Pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap, yaitu pelatihan produksi *eco-printing* sebagai tahap pertama dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai pelatihan tahap ke dua.

Pelatihan *eco-printing* dilaksanakan pada tanggal 2 Oktober 2023 jam 14:00 WIB di rumah Ibu Siti yang dihadiri oleh 8 anggota komunitas karena masih ada yang bekerja. Sebelum dilaksanakan pelatihan, kami mengenalkan *eco-printing* kepada komunitas sebagai pengembangan produk yang ramah lingkungan dan kemudahan memperoleh bahan produksi. Metode yang dikenalkan dalam pelatihan ini adalah teknik *pounding* (ketuk/pukul) pada media *tote bag*. Metode ini dapat dikatakan lebih mudah dilakukan daripada metode *steam* (kukus) karena prosesnya yang lebih singkat. Selama pelaksanaannya peserta sangat terlihat antusias. Pelatihan dilakukan dengan pemilihan daun dan bunga sebagai media pola, dilanjutkan dengan penataan pada media *tote bag*. Sebelum dilakukan teknik *pounding* bagian dalam *tote bag* perlu diberi plastik yang berfungsi supaya warna tidak tembus sisi muka yang lain, begitu pula pada sisi yang akan di *pounding* ditutup dengan plastik transparan yang bertujuan supaya bentuk daun atau bunga tidak rusak. Kegiatan pelatihan produksi ini ditutup dengan sesi tanya jawab mengenai strategi pemasaran. Dalam sesi tanya jawab, peserta menyampaikan beberapa pertanyaan dan permasalahan yang mereka hadapi dan termasuk masalah penjualan, persaingan di pasar dan harga produk. Sebagai respons, dosen pendamping memberi masukan dalam

hal pemasaran yaitu menjaga keunggulan produk dalam hal kualitas dan inovasi dalam tren terbaru. Hal ini membantu untuk memenangkan kepercayaan pelanggan dan menciptakan loyalitas yang kuat. Selain itu, kami selaku tim mahasiswa menganjurkan juga untuk memahami dengan baik produk yang dapat memberikan solusi yang tepat kepada pelanggan terutama generasi saat ini. Saran untuk mengatasi masalah harga produk juga disampaikan sebagai bagian strategi dalam penetapan harga yang lebih dinamis dengan menawarkan berbagai pilihan harga dan jenis produk untuk mengakomodasi segmen pasar yang berbeda sebagai upaya menjaga harga produk tetap kompetitif. Dengan adanya pelatihan pembuatan *eco-printing* ini, diharapkan sebagai inspirasi pengembangan produk menarik dan ramah lingkungan.

Sebagai pelatihan tahap ke-2 yang diadakan pada tanggal 31 Oktober 2023 mengenai pemanfaatan *e-commerce* sebagai penunjang pemasaran di era digital. Kegiatan berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan tujuannya yaitu memberikan pemahaman tentang penggunaan *e-commerce* dalam pemasaran bagi UMKM Batik Cemangklek di Desa Margosari yang telah kami buat untuk dimanfaatkan oleh UMKM Batik Cemangklek. Pelatihan dimulai dengan sesi pertama yang membahas perkembangan dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital. Pada materi pertama, Tim mahasiswa mengenalkan dan menjelaskan penggunaan aplikasi *e-commerce*, kami terlebih dahulu memberikan penjelasan tentang konsep, definisi, jenis, dan manfaat *e-commerce*. Materi ini menjelaskan penggunaan aplikasi *e-commerce* untuk memperkuat komunikasi dengan pelanggan. Kami menyarankan agar dikelola komunitas karangtaruna, mengingat anggota komunitas adalah Ibu – ibu tidak mahir menggunakan teknologi. Materi kedua membahas bagaimana perencanaan sistem informasi yang perlu disediakan dalam pemasaran digital. Poin pentingnya adalah memastikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia sehingga mereka akan terus memilih produk batik dari UMKM Batik

Cemangklek di Desa Margosari. Testimoni dari pelanggan juga disarankan sebagai bukti kualitas produk.

Sesi kedua diisi dengan pelatihan mengoperasionalkan *web e-commerce* yang dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Dari sesi tanya jawab, peserta dapat merespons pelatihan ini dengan sangat positif dan penuh antusiasme serta aktif dalam mengikuti kegiatan pelatihan tersebut. Kegiatan berakhir dengan pemberian souvenir dan sesi pemotretan bersama.

Pada Gambar 1 menunjukkan pengenalan *e-commerce* kepada warga Desa Margosari dan penggunaannya.

Pada Gambar 2 menunjukkan antarmuka *e-commerce* yang telah dirancang, pada sistem tersebut terdapat fitur *homepage*, *productpage*, *about us*, *blog* dll. Homepage merupakan halaman awal dari sebuah website atau webpage yang berisi informasi dari website tersebut. Productpage (halaman produk) merupakan sebuah halaman website *e-commerce* yang menampilkan sebuah produk secara rinci. About Us merupakan halaman yang mrnjelaskan mengenai kegiatan sehari-hari dalam UMKM ini. Blog merupakan halaman situs web yang menyerupai tulisan-tulisan pada halaman web, biasanya disusun diurutkan secara kronologis (waktu kejadian) mulai dari postingan yang terbaru berada di bagian atas halaman utama (halaman depan / homepage) diikuti postingan paling lama dibawahnya.

Pada Gambar 3 menunjukkan Pelatihan pembuatan *eco-printing* pada media tote bag. Menggunakan metode teknik *pounding* (ketuk/pukul). Metode ini dapat dikatakan lebih mudah dilakukan daripada metode *steam* (kukus) karena prosesnya yang lebih singkat.

Pada Gambar 4 menunjukkan sesi foto bersama dan pemberian souvenir bersama tim mahasiswa, dosen pendamping dan ibu-ibu pelaku UMKM.



Gambar 1. Pengenalan *e-commerce*



Gambar 2. Tampilan Website *e-commerce*



Gambar 3. Pelatihan pembuatan *eco-printing*



Gambar 4. Sesi foto Bersama

KESIMPULAN

Kegiatan PkM UMKM Batik Cemangklek di Desa Margosari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah, berjalan dengan lancar dan mendapat antusiasme yang tinggi dari peserta penyuluhan. Materi yang disampaikan

membuat peserta mendapatkan keyakinan baru dalam upaya memadukan budaya tradisional dengan teknologi modern di era digital saat ini.

Berdasarkan hasil evaluasi, menunjukkan bahwa 70% dari peserta menyadari perlunya pemasaran digital dengan komunitas karangtaruna dalam mendukung pemasaran digital menggunakan pemanfaatan *e-commerce* dan pelatihan pembuatan *eco-printing*. Pemanfaatan *e-commerce* dan pelatihan pembuatan *eco-printing* menjadi pemahaman baru dalam menjalankan usaha yang lebih tertata dan terstruktur. Melalui branding tersebut diharapkan akan menciptakan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Satriadi, D. Masrianto, D. Afrizon, H. Gustryanda, S. Mulyani, and F. Lukita, "PENERAPAN E-COMMERCE PADA UMKM CENDERAMATA KERAJINAN ALIF," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 1, pp. 190–198, 2021.
- [2] H. Maupa, I. M. Jusri, Taba, and A. N. Baumassepe, "Penerapan e-commerce pada usaha kecil dan menengah di sulawesi selatan," no. 6014, pp. 106–112, 2019.
- [3] W. S. Kasmi, N. Y. Sari, and M. Muslihudin, "Pengembangan Electronic Commerce dalam Proses Meningkatkan UKM pada Dekranasda Kabupaten Pringsewu.," *Expert J. Manaj. Sist. Inf. Dan Teknol.*, vol. 5, no. 2, 2015, [Online]. Available: <https://doi.org/10.36448/jmsit.v5i2.722>
- [4] Mumtahana, H. Atun, S. Nita, and A. W. Tito, "Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaranitle," *khazanah Inform. Pemanfaat. Web E-Commerce untuk Meningkatkan. Strateg. Pemasaran.*, vol. 3, no. 1, pp. 6–15, 2017, [Online]. Available: <http://journals.ums.ac.id/index.php/khif/%0Aarticle/view/3309/2784>
- [5] A. Saputra, "Analisis dan rekomendasi strategi e-commerce pada usaha kecil menengah batik sokaraja," *J. Pro Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 19–35, 2017.
- [6] P. Y. Mawarni, Y. Ambarwati, and T. S. Chananggal, "PENGENALAN KEARIFAN LOKAL MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN BATIK ECOPRINT PADA SISWA SEKOLAH DASAR SDN PANGUR 1 NGAWI," *Pendas J. Ilm. Pendidik. Dasar*, vol. 8, no. 2, 2023.
- [7] D. S., B. W., and M. A. Alvin, "Teknik Pewarnaan Alam Eco Print Daun Ubi Dengan Penggunaan Fiksator Kapur, Tawas Dan Tunjung," *J. Litbang Kota Pekalongan*, no. 17, pp. 1–5, 2019.
- [8] Irmayanti, "Pemanfaatan Bahan Alami Untuk Pembuatan Ecoprint Pada Peserta Kursus Menjahit Yayasan Pendidikan Adhiputeri Kota Makassar," *J. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 43–50, 2020.
- [9] Andayani and Sutrisni., "Pelatihan Pembuatan Ecoprint Menggunakan Teknik Steam Di Hadimulyo Timur. Sinar Sang Surya," *J. Pus. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 31–40, 2022.
- [10] S. Ristiani and Isnaini, "Eksplorasi Teknik Ecoprint Pada Media Kulit Domba.," *Pros. Online Semin. Nas. Batik Dan Kerajinan*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2019.
- [11] D. P. . Sedjati and V. T. . Sari, "Mix Teknik Ecoprint Dan Teknik Batik Berbahan Warna Tumbuhan Dalam Penciptaan Karya Seni Tekstil.," *Corak J. Seni Kriya*, vol. 8, no. 1, pp. 1–11, 2019.
- [12] R. S. Sisfor, O. A. C. Dewi, and R. Noviasri, "Perancangan dan Implementasi Sistem E-commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. Dinamisia," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 36–43, 2019.

- [13] E. Suwarni, M. A. Handayani, Y. Fernando, F. E. Saputra, F. Fitri, and A. Candra, "Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo," *J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 187–192, 2022.
- [14] M. A. Putri, U. P. Lestari, M. Apunheses, D. A. Wicaksono, and H. Yulianto, "Peningkatan Usaha UMKM Sentra Batik Di Desa Margosari Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal.," *J. Pengabd. Kpd. Masy. Nusant.*, vol. 3, no. 2.2, pp. 2210–2212, 2023.
- [15] A. T. Oktaga, A. Susanti, I., K. S., Nurdianto, and H. Ristanto, "Storytelling pada Multimedia Pemasaran Digital UMKM Gula Aren Desa Margosari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 93–99, 2023.
- [16] I. Darmawan, W. Puspitasari, and R. Andreswari, "Pemanfaatan E-commerce Dalam Peningkatan Pemasaran di UMKM Grosir Batik Tasikmalaya," *Charity J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 1, 2019.
- [17] K. D. K. A. Santa Oktaviani, N. P. Wardani and A. N. E. S. Gorda, "Penggunaan E-commerce dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bambu di Desa Kerobakan.," *Empower. J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 5(2), pp. 208–214, 2022.