



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

# Sosialisasi Kewirausahaan pada UMKM *Ecoprint* KWT Pandan Arum Kjang untuk Meningkatkan Usaha Ekonomi Kreatif di Kelurahan Pajang

Dea Luthfiana Fatihah<sup>1</sup> | Tia Hardiyanti<sup>2</sup> | Kharisma Kristanti<sup>3</sup> | Raditya Yoga Pratama<sup>4</sup>  
| Alif Satria Yulfika<sup>5</sup> | Bekti Nugrahadi<sup>6\*</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni, Universitas Sahid Surakarta, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

<sup>3,6\*</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan, Universitas Sahid Surakarta, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

<sup>4</sup> Program Studi Informatika, Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan, Universitas Sahid Surakarta, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

<sup>5</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni, Universitas Sahid Surakarta, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

## Correspondence

<sup>6\*</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan, Universitas Sahid Surakarta, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.  
Email: bekti.nugrahadi@usahidsolo.ac.id.

## Funding information

Universitas Sahid Surakarta.

## Abstract

Ecoprint KWT Pandan Arum 48 Kjang is one of the entrepreneurial potentials that exists in Kelurahan Pajang. This effort was created at the same time as the Climate Village Race (PROKLIM). But the awareness of this effort and the marketing strategy used is still not optimal, because only through mouth-to-mouth and WhatsApp. Therefore, we strive to provide understanding related to product innovation, waste treatment, as well as the use of digital technology in the world of business, that is, digital marketing. The purpose of the submission is to improve skills, learn how to manage waste properly, and reach a broader market for the entrepreneur Ecoprint KWT Pandan Arum 48 Kjang. We realize these activities through the socialization of entrepreneurship. Thus, through this socialization, it is expected to increase competitiveness, expand the reach of the market, and make Ecoprint KWT Pandan Arum Pajang a sustainable business.

## Keywords

Digital Marketing; Ecoprint; Innovation; Waste Treatment.

## Abstrak

Ecoprint KWT Pandan Arum 48 Kjang adalah salah satu potensi kewirausahaan yang ada di Kelurahan Pajang. Usaha ini tercipta bersamaan dengan adanya Lomba Kampung Iklim (PROKLIM). Namun kesadaran akan adanya usaha ini serta strategi pemasaran yang digunakan masih belum optimal, karena hanya melalui mouth to mouth dan WhatsApp. Oleh karena itu, kami berupaya untuk memberikan pemahaman terkait inovasi produk, pengolahan limbah, serta pemanfaatan teknologi digital dalam dunia bisnis yaitu digital marketing. Tujuan pemberian materi yaitu meningkatkan keterampilan, cara mengelola limbah dengan tepat, dan menjangkau pasar lebih luas bagi pelaku usaha Ecoprint KWT Pandan Arum 48 Kjang. Kegiatan tersebut kami realisasikan melalui sosialisasi kewirausahaan. Sehingga, melalui sosialisasi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta menjadikan Ecoprint KWT Pandan Arum Pajang menjadi bisnis yang berkelanjutan.

## Kata Kunci

Digital Marketing; Ecoprint; Inovasi; Pengolahan Limbah.

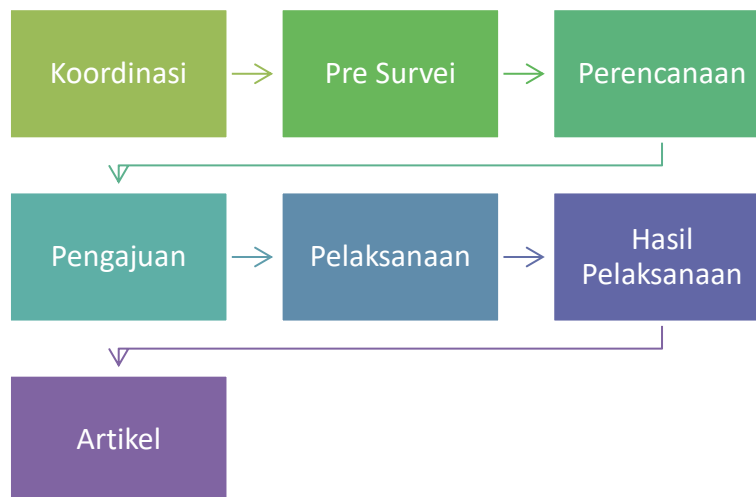
## 1 | PENDAHULUAN

Kelurahan Pajang adalah salah satu kelurahan terluas urutan ke-3 di Surakarta. Kelurahan Pajang berbatasan dengan Desa Makamhaji di sebelah utara, Kelurahan Jebres di sebelah timur, Kelurahan Mojosongo di sebelah selatan, dan Desa Janti di sebelah barat. Masjid dan pasar menjadi ikon atau ciri khas dari Kelurahan Pajang. Masjid tersebut bernama Masjid Laweyan yang merupakan salah satu masjid tertua. Masjid ini didirikan pada masa Kerajaan Pajang sekitar tahun 1546 dan terletak di samping makam Ki Ageng Henis. Lalu terdapat pasar tradhisional yang telah mengalami revitalisasi yaitu Pasar Jongke. Terdapat rencana bahwa Pajang akan melakukan pemekaran menjadi Pajang Utara dan Pajang Selatan. Kelurahan Pajang memiliki berbagai potensi yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Salah satunya di bidang ekonomi. Dalam bidang ekonomi, Kelurahan Pajang memiliki berbagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diantaranya kuliner dan kerajinan. Salah satu UMKM yang cukup terkenal di bidang kuliner adalah Karak Bratan. Karak Bratan adalah sejenis kerupuk yang terbuat dari nasi yang dikukus dengan bumbu lalu ditumbuk dan dipotong tipis-tipis. Setelah dipotong tipis-tipis, dijemur hingga kering lalu baru digoreng. Sedangkan di bidang kerajinan terdapat usaha pengrajin *Ecoprint*. *Ecoprint* adalah usaha untuk membuat kain polos menjadi kain yang memiliki motif dengan memanfaatkan tumbuhan alami untuk menciptakan motif yang unik (*Saraswati et al* dalam Salma & Eskak, 2022). Untuk pewarnaan kainnya dibuat dari bahan-bahan alami seperti kayu secang, kunyit, dan bahan alami lainnya. Terdapat dua cara dalam membuat *Ecoprint* yaitu teknik *pounding* (dipukul) dan teknik *steaming* (dikukus).

Proses pembuatan *Ecoprint* memakan waktu lebih lama dibandingkan dengan proses pembuatan batik cap atau jenis pembuatan motif *printing* lainnya (Irianingsih dalam Desak & Dewi, 2021). *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang adalah salah satu UMKM bidang kerajinan yang ada di Kelurahan Pajang. Usaha tersebut berada di daerah RW 08 Kelurahan Pajang yang diketuai oleh Ibu Betti. Awalnya kegiatan membuat *Ecoprint* dilakukan bersamaan dengan adanya Lomba Kampung Iklim (PROKLIM) Tahun 2024 serta untuk mengisi waktu luang ibu-ibu di RW 08 Kelurahan Pajang. Strategi pemasaran dan juga *branding* pada *Ecoprint* KWT Pandan Arum Kjang masih belum optimal. Produk *Ecoprint* tersebut dipasarkan menggunakan *traditional marketing*, yaitu melalui *mouth to mouth*. Mereka juga memasarkan produk *Ecoprint* melalui media sosial WhatsApp pribadi. Meskipun hanya memasarkan ke tetangga-tetangga dan melalui media sosial yang belum maksimal, mereka bisa mendapatkan keuntungan yang cukup untuk mendapatkan balik modal dan sekedar untuk *refreshing*. Maka, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kami berupaya untuk memberikan solusi yang inovatif untuk meningkatkan *brand awareness* pada *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang. Kegiatan tersebut kami realisasikan melalui sosialisasi, dengan memaksimalkan potensi yang ada. Sehingga, diharapkan *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang dapat lebih di kenal dan dapat bertahan di persaingan bisnis yang semakin ketat. Karena salah satu faktor berhasilnya suatu usaha dalam memasarkan produknya adalah bagaimana strategi pemasaran yang digunakan (Rusdi dalam Fagustina, 2024).

## 2 | METODE

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian yang berjudul “Peningkatan Ekonomi Kreatif Melalui Sosialisasi Kewirausahaan UMKM *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang Kelurahan Pajang” bertujuan untuk memberikan edukasi melalui sosialisasi terkait inovasi produk, pengolahan limbah, dan pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis pada UMKM *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang Kelurahan Pajang. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan secara langsung tetap muka di Pendopo Kelurahan Pajang pada hari Rabu, 24 Juli 2024 mulai pukul 09.30 sampai dengan pukul 11.00 WIB. Sosialisasi ini diikuti kurang lebih 30 *audience* dari pelaku usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang, pegawai kantor Kelurahan Pajang, serta beberapa pelaku usaha lainnya di bidang kuliner.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dimulai dengan koordinasi antara tim pelaksana dan pihak Kelurahan Pajang untuk mengidentifikasi pelaku usaha yang dapat dijadikan mitra penelitian serta mengatur jadwal survei. Selanjutnya, dilakukan pre survei untuk mengidentifikasi tingkat kewirausahaan pengrajin Ecoprint KWT Pandan Arum 48 Kjang. Tim kemudian merencanakan materi sosialisasi yang mencakup inovasi produk, pengelolaan limbah, dan pemanfaatan teknologi digital. Setelah itu, tim mengajukan permohonan undangan resmi dari Kelurahan Pajang kepada pelaku UMKM untuk hadir dalam acara sosialisasi. Pada hari pelaksanaan sosialisasi, acara dimulai dengan sambutan dari perwakilan Kelurahan dan Dosen Pendamping Lapangan (DPL), dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh tim pelaksana yang mencakup inovasi produk, teknologi digital, dan pengelolaan limbah, diakhiri dengan diskusi, demonstrasi produk, serta foto bersama. Hasil kegiatan ini disusun dalam bentuk laporan pengabdian dan artikel yang kemudian diunggah ke dalam jurnal pengabdian yang terakreditasi.

### 3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Luaran yang dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada msyarakat ini adalah sosialisasi kewirausahaan tentang inovasi produk, pengolahan limbah, dan *digital marketing*.

##### 3.1.1 Inovasi Produk



Gambar 2. Pemaparan Materi Inovasi Produk

Banyak faktor yang menentukan keberhasilan bersaing, salah satunya adalah melalui inovasi produk. Inovasi produk akan menghasilkan berbagai desain produk sehingga akan meningkatkan pilihan produk dan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan (Hills dalam Noviani, 2020). Sebelumnya, usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang ini memproduksi hanya dalam bentuk kain dan tas kecil. Oleh karena itu, kami berupaya untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya berinovasi. Selain itu, kami juga memberikan contoh produk inovasi yang dapat diterapkan dalam usaha Batik

*Ecoprint* seperti jilbab, taplak meja, tempat *tissue* dan lain sebagainya. Sehingga, dengan adanya sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang dalam menciptakan produk-produk baru. Hal tersebut dapat membantu meningkatkan daya saing bisnis dan memperluas jangkauan pasar.

### 3.1.2 Pengolahan Limbah



Gambar 3. Pemaparan Materi Pengolahan Limbah *Ecoprint*

Dalam suatu usaha, perlu memperhatikan apakah usaha yang dijalankan menghasilkan limbah yang berbahaya dan dampaknya pada lingkungan sekitar. Oleh karena itu, kami berupaya untuk kami memberikan pemahaman pentingnya mengelola limbah dan bagaimana cara pengolahan limbah yang tepat baik limbah padat maupun limbah cair. Dalam *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang, limbah padat dapat dijadikan sebagai media tanam dan makanan ternak melalui proses pengomposan. Sedangkan limbahnya dapat digunakan kembali sebagai pewarna alami selama warna cairan tersebut masih pekat. Sehingga, dengan adanya sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang terhadap lingkungan serta mengetahui bagaimana cara mengolah limbah yang tepat.

### 3.1.3 Digital Marketing



Gambar 4. Pemaparan Materi *Digital Marketing*

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin canggih menciptakan adanya *e-commerce* yaitu aktivitas jual beli secara elektronik, sehingga membuat pelaku usaha harus mampu beradaptasi. Semua berubah menjadi serba *digital*, mulai dari strategi pemasaran hingga pembayaran melalui *digital*. Oleh karena itu, kami berupaya untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana pemanfaatan teknologi *digital* dalam dunia bisnis yaitu *digital marketing* seperti *e-commerce*, *marketplace*, dan media sosial. *Digital marketing* memungkinkan pembeli mendapatkan informasi mengenai suatu produk baik berupa barang atau jasa melalui internet, sehingga penjual dapat berinteraksi dengan calon pembeli dimana saja dan kapan saja (Diansyah dkk dalam Abdurrahman *et al.*, 2020). Sehingga, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang potensi dan manfaat *digital marketing* dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *awareness Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang.



Gambar 5. Foto Bersama

Sebelum sosialisasi, usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang beroperasi dalam skala kecil, dengan fokus pada produksi kain dan tas kecil. Strategi pemasaran mereka masih terbatas pada pemasaran tradisional yaitu *mouth to mouth* dan penggunaan media sosial hanya melalui WhatsApp pribadi. Akibatnya, jangkauan pasar dan *brand awareness* mereka masih terbatas, dan potensi untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas belum termaksimalkan. Setelah sosialisasi, diharapkan usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang dapat mengembangkan produk baru seperti jilbab, taplak meja, dan tempat tissue atau inovasi produk lainnya. Mereka juga diharapkan dapat menerapkan praktik pengelolaan limbah yang bertanggung jawab. Peningkatan pemahaman tentang digital marketing akan mendorong mereka untuk memanfaatkan *platform digital* seperti *e-commerce*, *marketplace*, dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *brand awareness*. Sehingga, usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan menjadi bisnis yang lebih berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan tertib dan lancar. Peserta sangat antusias selama kegiatan sosialisasi berlangsung, terutama pada saat sesi tanya jawab dan diskusi. Beberapa peserta mengajukan pertanyaan terkait dengan materi yang dipaparkan. Sesi penyampaian materi, merupakan sarana bagi pemateri untuk mengukur tingkat pemahaman mereka. Selain itu, dengan didukung jawaban-jawaban memuaskan dari peserta sebagai bukti pemahaman mereka atas materi-materi yang telah disampaikan.

### 3.2 Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan ekonomi kreatif melalui sosialisasi kewirausahaan pada UMKM *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang di Kelurahan Pajang mencakup beberapa aspek penting. Fokus utama kegiatan ini adalah inovasi produk, pengelolaan limbah, dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan dan keberlanjutan usaha. Inovasi produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan daya saing UMKM. Sebelumnya, produk *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang terbatas pada kain dan tas kecil. Melalui sosialisasi ini, pelaku UMKM didorong untuk mengembangkan berbagai produk baru seperti jilbab, taplak meja, dan tempat tisu. Langkah ini diharapkan dapat memperluas pilihan produk yang ditawarkan, meningkatkan nilai tambah bagi konsumen, serta memperkuat posisi usaha di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan dan kinerja UMKM. Penelitian oleh Widodo (2024) menegaskan peran kompetensi sumber daya manusia dalam mendorong inovasi produk, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian Azzahra (2023) juga menyoroti pentingnya inovasi produk dan pemasaran online dalam mengembangkan UMKM, yang sejalan dengan temuan bahwa inovasi produk berkontribusi positif terhadap kinerja usaha (Wedhani, 2023).

Pengelolaan limbah yang berkelanjutan merupakan aspek penting dalam menjaga keberlangsungan usaha dan kelestarian lingkungan. Limbah yang dihasilkan dari kegiatan *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang perlu dikelola dengan tepat untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dalam sosialisasi ini, pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengolahan limbah padat dan cair. Limbah padat dapat dimanfaatkan sebagai media tanam atau pakan ternak melalui proses pengomposan, sedangkan limbah cair dapat didaur ulang sebagai pewarna alami. Pengelolaan limbah yang efektif tidak hanya mengurangi dampak lingkungan tetapi juga memberikan nilai tambah bagi usaha. Taswin (2023) menyoroti efektivitas teknologi daur ulang dalam mengurangi pencemaran lingkungan, sementara penelitian oleh Sukreni (2023) dan Hindratmo et al. (2022) membahas pengolahan limbah cair menjadi sumber daya yang dapat dimanfaatkan kembali, seperti biogas, yang mendukung keberlanjutan usaha. Adaptasi terhadap teknologi digital dalam pemasaran menjadi kunci keberhasilan bisnis di era modern. Sebelum adanya sosialisasi ini, pemasaran produk *Ecoprint* KWT Pandan Arum 48 Kjang masih terbatas pada metode tradisional. Melalui digital marketing, pelaku UMKM diharapkan dapat

memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, serta berinteraksi dengan pelanggan secara lebih luas dan efisien. Yuliyanti (2023) membahas pendampingan dalam digitalisasi marketing sebagai media pemasaran yang efektif bagi UMKM, sementara Aisyah (2024) menunjukkan bagaimana pelatihan digital marketing dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM. Mariyati *et al.* (2022) juga menekankan bahwa perkembangan teknologi informasi telah mengubah metode komunikasi pemasaran, yang kini lebih terintegrasi dengan dunia digital. Berdasarkan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, pengelolaan limbah yang tepat, dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan daya saing UMKM Ecoprint KWT Pandan Arum 48 Kjang. Melalui strategi ini, diharapkan UMKM tersebut mampu memperluas pasar, meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan, serta menjaga keberlanjutan usahanya dalam persaingan bisnis yang semakin ketat

## 4 | KESIMPULAN

Penggunaan strategi pemasaran yang inovatif dan efektif menjadi kunci keberhasilan dalam memasarkan produk *Ecoprint*. Sehingga melalui sosialisasi dan pemanfaatan potensi yang ada, dapat disimpulkan bahwa dengan upaya yang tepat dalam meningkatkan *brand awareness* melalui strategi pemasaran yang optimal, usaha *Ecoprint* KWT Pandan Arum Kjang di Kelurahan Pajang dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisinya dalam dunia bisnis yang kompetitif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan dana bagi pelaksanaan pengabdian ini, serta kepada Kelurahan Pajang yang telah memberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait lainnya yang turut serta membantu terlaksananya program kerja pengabdian ini.

## REFERENSI

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92. DOI: <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>.
- Aisyah, N. A. N., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Adaptasi digital marketing dalam rangka mewujudkan ekonomi kreatif UMKM di Kelurahan Penjaringsari. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(1), 45-54. DOI: <http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v7i1.1723>.
- Armada, S., Rozi, C., Hadityo, C. H., Direja, D. S., & Mayangjati, I. (2024). Pemberdayaan Umkm Dengan Fokus Pada Peran Wanita: Inovasi Digitalisasi Pemasaran Di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 311-316. DOI: <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.108>.
- Dewi, D. N. Y. (2021). Penerapan teknik eco print menggunakan buah dan sayur. *BHUMIDEVI: Journal of Fashion Design*, 1(1), 152-158. DOI: <https://doi.org/10.59997/bhumidevi.v1i1.300>.
- Eskak, E. (2022). Teknik Dan Desain Produk Ecoprint Dalam Berbagai Material Baru (Non Tekstil). In *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik* (Vol. 4, No. 1, pp. D-08).
- Haribowo, R., Megah, S., & Rosita, W. (2019). Efisiensi Sistem Multi Soil Layering Pada Pengolahan Air Limbah Domestik Pada Daerah Perkotaan Padat Penduduk. *Jurnal Teknik Pengairan: Journal of Water Resources Engineering*, 10(1), 11-27. DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.pengairan.2019.010.01.2>.
- Hindratmo, A., Kholili, N., & Dianto, A. K. (2022). PKM Pengolahan Limbah Tahu Berbasis Eco Friendly Manufacturing Dan Green Energy Pada UKM Tahu Kediri. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 5, 1-10. DOI: <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v5i0.1614>.
- Mariyati, L. I., Paryontri, R. A., & Azizah, B. N. (2022). Application of a digital marketing system in the development of Batik

- Sari Kenongo MSMEs in Sari Rogo Village. *Community Empowerment*, 7(11), 1860-1867. DOI: <https://doi.org/10.31603/ce.7014>.
- Novita, A., Mukhsin, M., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Coffee Shop Di Kota Serang Banten. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(1), 56-67. DOI: <http://dx.doi.org/10.35448/jte.v19i1.26424>.
- Praya, Z., & Tanjung, A. A. (2024). Usaha Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(4), 370-375. DOI: <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i4.292>.
- Sari, D., & Rahmawati, A. (2020). Analisa kandungan limbah cair tempe air rebusan dan air rendaman kedelai. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Media Husada*, 9(1), 36-41. DOI: <https://doi.org/10.33475/jikmh.v9i1.210>.
- Sukreni, T., Nuraliyah, A., Thamrin, D., Khasanah, F. N., Untari, D. T., Pertiwi, R., & Ningsih, R. (2023). PELATIHAN PENGOLAHAN LIMBAH CAIR TAHU BAGI PENGELOLA INDUSTRI TAHU DI MANGUNJAYA. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 771-778. DOI: <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i7.754>.
- Taswin, M., Yusuf, R., Haslinah, A., & Nainggolan, H. (2023). Analisis Bibliometrik terhadap Efektivitas Teknologi Daur Ulang dalam Pengelolaan Limbah dan Pengurangan Pencemaran Lingkungan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(11), 983-994. DOI: <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i11.782>.
- Wedhani, N. A., Yuliati, N. N., & Wahyullah, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Financial Knowledge, dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Asosiasi Pengrajin Mutiara Lombok (Pearl NTB). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 619-630. DOI: <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i3.99>.
- Widodo, S., Puspitasari, A. D., & Handono, W. D. (2024). Peran Kompetensi Sumber Daya Manusia untuk Mendorong Inovasi Produk dan Kinerja UMKM. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(02), 186-194. DOI: <https://doi.org/10.34308/eqien.v13i02.1754>.
- Yuliyanti, S. D., & Wulandari, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Pelaku Umkm Di Kelurahan Tambak Kabupaten Klaten. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 151-161. DOI: <https://doi.org/10.53515/aijpkm.v4i1.93>.

How to cite this article: Fatihah, D. L., Hardiyanti, T., Kristanti, K., Pratama, R. Y., Yulfika, A. S., & Nugrahadi, B. (2024). Sosialisasi Kewirausahaan pada UMKM Ecoprint KWT Pandan Arum Kjang untuk Meningkatkan Usaha Ekonomi Kreatif di Kelurahan Pajang. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 289-295. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.352>.