

# PEMBERDAYAAN KAPASITAS MANAJEMEN USAHA BERBASIS ORANGE ECONOMY UNTUK UMKM SEKTOR UNGGULAN DI DESA BELIMBING PUPUAN

Made Putri Ariasih<sup>1</sup>, Komang Endrawan Sumadi Putra<sup>2</sup>, Ni Wayan Ayu Santi<sup>3</sup>, Made Amanda Dewanti<sup>4</sup>

<sup>1,2,4</sup>Jurusan Manajemen FE UNDIKSHA; <sup>3</sup>Jurusan Ekonomi dan Akuntansi FE UNDIKSHA  
Email: mariasih@undiksha.ac.id

## ABSTRACT

*This community service program aims to enhance the local business capacities and competitiveness through an Orange Economy approach. The main objective is to improve product quality and market reach for the two business groups by upgrading packaging and product innovations. Activities include counseling, workshops, and ongoing assistance in business management and marketing, with significant improvements in product quality, business management, and sales capacity. Results indicate a 30% overall success rate, exceeding the initial target. The program highlights the positive impact of integrating local wisdom with innovation and digital marketing, proving that local SMEs can enhance*

**Keywords:** *Orange Economy, business management, product innovation, digital marketing, SMEs empowerment.*

## ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha lokal melalui pendekatan Ekonomi Kreatif (Orange Economy). Tujuan utamanya adalah memperbaiki kualitas produk dan jangkauan pasar bagi dua kelompok usaha dengan meningkatkan kemasan dan inovasi produk. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyuluhan, lokakarya, dan pendampingan berkelanjutan dalam manajemen usaha dan pemasaran, dengan peningkatan signifikan pada kualitas produk, manajemen usaha, serta kapasitas penjualan. Hasilnya menunjukkan tingkat keberhasilan sebesar 30%, melampaui target awal. Program ini menekankan dampak positif dari penggabungan kearifan lokal dengan inovasi dan pemasaran digital, yang membuktikan bahwa UMKM lokal dapat meningkatkan daya saing mereka di tengah pasar yang semakin kompleks.

**Kata kunci:** *Orange Economy, manajemen usaha, inovasi produk, pemasaran digital, pemberdayaan UMKM.*

## PENDAHULUAN

Di tengah dinamika ekonomi lokal yang terus berkembang, Desa Belimbing Pupuan menghadapi tantangan dan peluang yang perlu direspons dengan cara yang efektif dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, kegiatan "Pemberdayaan Kapasitas Manajemen Usaha berbasis Orange Economy pada Kelompok Usaha Nira Harmoni dan Kelompok Usaha Jajan Paket sebagai Sektor Unggulan di Desa Belimbing Pupuan" diinisiasi. Konsep Orange Economy menjadi landasan utama yang

memandu upaya pemberdayaan ini, mengintegrasikan kearifan lokal, inovasi, dan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Salah satu aspek utama dari Orange Economy dalam kegiatan ini adalah pemanfaatan potensi ekonomi kreatif dan budaya lokal. Kelompok Usaha Nira Harmoni, dengan fokusnya pada produksi gula aren, memiliki peluang untuk meningkatkan kualitas produknya melalui penggunaan teknologi modern dalam proses kemasan yang menarik untuk pasar lokal dan wisatawan mancanegara. Begitu juga dengan

Kelompok Usaha Jajan Paket, yang dapat mengembangkan variasi produk dan kualitas penyajian dengan menggunakan bahan-bahan alami dan memperhatikan estetika kemasan untuk meningkatkan daya tariknya di pasar lokal.

Ekonomi kreatif mencakup berbagai aktivitas terkait yang mengubah gagasan menjadi produk dan layanan dengan nilai budaya yang signifikan, yang didasarkan pada kekayaan intelektual. Kehadiran ekonomi kreatif dianggap sebagai kekuatan baru yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara (UNESCO & The World Bank, 2021). Ekonomi kreatif tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan, tetapi juga berperan dalam meningkatkan ekspor dan devisa negara, serta menggali potensi lokal yang ada (Mahadipta & Yuliarmi, 2021). Ekonomi kreatif merupakan wujud semangat kelangsungan hidup yang vital bagi negara maju maupun berkembang, karena memanfaatkan sumber daya tak terbatas seperti ide, bakat, dan kreativitas (Krisdianto et al., 2022).

Dalam konteks pengemasan yang mengutamakan kearifan lokal, kualitas dan inovasi produk menjadi faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran. Kualitas produk merujuk pada standar dan karakteristik yang menentukan nilai dan keunggulan suatu produk dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran. Sementara itu, inovasi produk mengacu pada upaya untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada dengan menambahkan nilai baru, fitur, atau teknologi yang inovatif (Sartika et al., 2022).

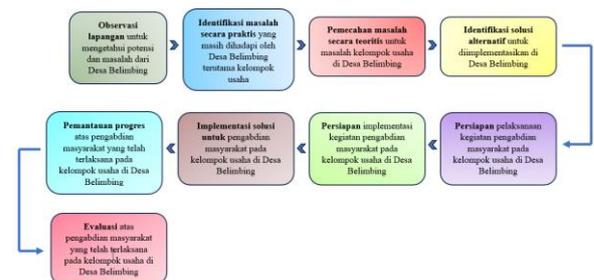
pemasaran yang mengutamakan kearifan lokal dalam pengemasan tidak hanya memperkuat citra produk sebagai produk berkualitas, tetapi juga menciptakan persepsi positif yang dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, pengemasan yang menonjolkan kearifan lokal juga dapat mendorong inovasi produk. Dengan mempertimbangkan nilai-nilai lokal, bahan-bahan unik, atau teknik produksi tradisional dalam pengemasan, pelaku bisnis kreatif dapat terinspirasi untuk mengembangkan produk-produk baru atau meningkatkan fitur produk yang sudah ada. Contohnya, dalam industri makanan, penggunaan bahan-bahan lokal yang unik dapat mendorong inovasi dalam menciptakan hidangan baru yang memanfaatkan kekayaan rasa dan aroma dari bahan-bahan

tersebut (Bappeda Kota Denpasar, 2017; Ramantha et al., 2017).

Selain itu, pengemasan yang menonjolkan kearifan lokal juga dapat memperluas variasi produk yang ditawarkan. Dengan memanfaatkan kekayaan budaya dan sumber daya lokal, pelaku bisnis kreatif dapat menciptakan berbagai produk dengan karakteristik yang unik dan berbeda.

Selain itu, konsep Orange Economy juga mencakup pemberdayaan masyarakat secara sosial dan ekonomi. Dalam konteks Desa Belimbing Pupuan, di mana mayoritas anggota kelompok usaha memiliki latar belakang pendidikan terbatas, upaya pemberdayaan kapasitas manajemen menjadi sangat penting. Melalui pelatihan, pendampingan, dan pengembangan kapasitas, diharapkan masyarakat dapat lebih mampu mengelola usaha mereka dengan efisien dan berdaya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Belimbing Pupuan serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Adapun kerangka pemecahan masalah berdasarkan rumusan masalah sebagai apa yang masih menjadi permasalahan dari kelompok usaha Nira Harmoni dan kelompok usaha Jajan Paket di Desa Belimbing adalah:



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

## METODE

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berkaitan erat dengan rumusan masalah dan kerangka pemecahan masalah yang ada pada kelompok usaha Nira Harmoni dan kelompok usaha Jajan Paket. Oleh karena itu metode kegiatan ini memadukan penyuluhan, workshop

dan pendampingan berkelanjutan yang relevan untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan usaha dari kelompok usaha Nira Harmoni dan kelompok usaha Jajan Paket. Berikut ini adalah kerangka pelaksanaan kegiatan dengan metode penyuluhan, workshop dan pendampingan berkelanjutan:



Gambar 2. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Diskusi dengan Masyarakat

Sebelum melaksanakan program pelatihan untuk meningkatkan kapasitas manajemen usaha berbasis Orange Economy pada kelompok usaha Nira Harmoni dan kelompok usaha Jajan Paket di Desa Belimbing Pupuan, terlebih dahulu telah dilaksanakan diskusi dengan aparat desa (Perbekel Desa dan Sekretaris Desa Belimbing Pupuan) serta masyarakat setempat.

Dalam diskusi ini, disepakati bahwa Desa Belimbing Pupuan memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor usaha lokal, khususnya dalam produksi gula aren dan jajanan tradisional Bali, sebagai langkah awal menuju penguatan ekonomi lokal berbasis desa. Aparat desa menyatakan bahwa desa ini telah memiliki kelompok usaha yang cukup aktif, seperti Nira Harmoni dan Jajan Paket, yang berperan penting dalam ekonomi desa. Selain itu, juga dibahas tentang strategi pengembangan usaha lokal melalui peningkatan keterampilan manajemen dan pemasaran, yang akan mendukung keberlanjutan usaha di masa depan. Lembaga desa dan kelompok usaha telah dan akan terus diberdayakan untuk meningkatkan daya saing produk lokal, baik di pasar domestik maupun internasional. Beberapa kegiatan yang telah dan akan terus dilakukan antara lain adalah:

1. Penyuluhan mengenai strategi pemasaran, inovasi produk, dan manajemen usaha berbasis Orange Economy.
2. Workshop yang fokus pada pengembangan keterampilan praktis, seperti desain kemasan, variasi produk, dan promosi digital.
3. Pendampingan berkelanjutan setelah workshop untuk memastikan implementasi strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

Dengan kegiatan-kegiatan ini, diharapkan kelompok usaha di Desa Belimbing Pupuan dapat meningkatkan kapasitas manajemennya sehingga siap bersaing di pasar yang lebih luas dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi desa secara keseluruhan.



Gambar 3 Kegiatan Pembukaan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 4. Penyampaian Kegiatan oleh Kepala Desa Belimbing kepada UMKM



Gambar 4. Pendampingan Kegiatan oleh Kepala Desa Belimbing kepada UMKM

### Hasil Pemberdayaan Kapasitas Manajemen Usaha berbasis Orange Economy

Kegiatan ini dihadiri oleh 15 anggota kelompok Nira Harmoni dan 5 orang anggota kelompok Jajan Paket. Kegiatan dimulai dengan penyuluhan dan dibarengi dengan kegiatan pelatihan terdapat pemberdayaan manajemen usaha berbasis orange economy pada kedua kelompok usaha tersebut, kemudian dilakukan pendampingan untuk memastikan implementasi strategi pemasaran yang efektif berbasis orange economy yang berkelanjutan. Adapun tolak ukur keberhasilan kegiatan adalah sebagai berikut:

#### Peningkatan Pengetahuan, Motivasi, dan Keterampilan Manajemen Usaha

Kegiatan penyuluhan dan workshop bertujuan meningkatkan pengetahuan, motivasi, dan keterampilan manajemen usaha para peserta. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang dilakukan terhadap 20 peserta, terjadi peningkatan signifikan dalam hal pemahaman konsep manajemen usaha.

1. Rata-rata pre-test: 50/100
2. Rata-rata post-test: 75/100

Dari hasil perhitungan:

$$\begin{aligned} \text{Peningkatan} &= \frac{\text{Nilai posttest} - \text{Nilai pretest}}{\text{Nilai pretest}} \times 100\% \\ &= \frac{75 - 50}{50} \times 100\% = 50\% \end{aligned}$$

**Peningkatan pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha sebesar 50%**, yang melebihi target minimal 30%. Motivasi dan semangat berwirausaha peserta juga meningkat secara signifikan, terlihat dari interaksi aktif peserta selama workshop dan tingginya antusiasme dalam sesi diskusi.

#### Peningkatan Kualitas Produk dan Inovasi

Sebelum pelaksanaan workshop, dilakukan evaluasi awal terhadap kualitas produk dan inovasi yang dihasilkan oleh kedua kelompok usaha. Setelah rangkaian workshop, terdapat perubahan kualitas produk, terutama dari segi pengemasan dan inovasi varian produk.

1. **Evaluasi awal (sebelum workshop):** Kualitas produk dinilai rendah, terutama dari segi tampilan dan keunikan varian produk.
2. **Evaluasi akhir (setelah workshop):** Produk mengalami peningkatan dari sisi

inovasi pengemasan, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan, serta penambahan varian produk baru.

Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi **peningkatan kualitas produk dan inovasi sebesar 25%**, yang juga melebihi target minimal 20%.

#### Peningkatan Kapasitas Pemasaran

Selama program pendampingan berkelanjutan, dilakukan analisis data penjualan sebelum dan setelah intervensi strategi pemasaran. Dalam hal ini, kedua kelompok usaha menggunakan strategi pemasaran baru, seperti digital marketing dan perubahan kemasan.

1. **Data penjualan sebelum program:** Rata-rata omzet Rp2.000.000 per bulan.
2. **Data penjualan setelah program (selama 3 bulan):** Rata-rata omzet meningkat menjadi Rp2.300.000 per bulan.

Peningkatan omzet dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Peningkatan Omzet} &= \frac{2.300.000 - 2.000.000}{2.000.000} \times 100\% \\ &= 15\% \end{aligned}$$

Peningkatan ini tepat mencapai target minimal 15%, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan cukup efektif dalam meningkatkan omzet penjualan.

#### Tolak Ukur Keberhasilan

Mengacu pada matriks indikator dan cara pengukuran yang telah ditetapkan, rata-rata persentase peningkatan keberhasilan dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Keberhasilan rata-rata} &= \frac{50\% + 25\% + 15\%}{3} = 30\% \end{aligned}$$

Dengan demikian, **program ini dinyatakan berhasil dengan peningkatan keberhasilan rata-rata sebesar 30%**, yang melebihi tolak ukur keberhasilan minimal sebesar 21,67%. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan, workshop, dan pendampingan berkelanjutan secara signifikan meningkatkan kapasitas manajemen usaha, kualitas produk, inovasi, serta pemasaran dari kedua kelompok usaha yang terlibat.

Oleh karena itu, atas hasil kegiatan pengabdian dapat dilihat bahwa peningkatan pengetahuan, motivasi, dan keterampilan manajemen usaha menjadi fokus utama dalam kegiatan penyuluhan dan workshop yang dilakukan. Penyuluhan dan

workshop ini dilaksanakan sekali selama program berlangsung, dengan tujuan utama memberikan dasar-dasar manajemen usaha kepada peserta yang terdiri dari 15 anggota Kelompok Gula Aren Nira Harmoni dan 5 anggota Kelompok Jajan Paket.

Penyuluhan dilaksanakan dalam format sesi ceramah dan diskusi interaktif, yang memperkenalkan konsep-konsep manajemen usaha sederhana seperti perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, hingga strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). Mengingat sebagian besar peserta berlatar belakang pendidikan formal yang relatif rendah, penyampaian materi dilakukan dengan bahasa sederhana dan menggunakan contoh-contoh praktis dari kehidupan sehari-hari. Penyuluhan ini sangat membantu peserta dalam membangun pemahaman dasar mengenai pentingnya manajemen usaha yang baik. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa rata-rata pengetahuan peserta mengalami peningkatan sebesar 50%, jauh melampaui target minimal 30%.

Salah satu aspek penting dari peningkatan pengetahuan ini adalah munculnya **motivasi baru** di kalangan peserta untuk mengembangkan usaha mereka secara lebih profesional. Hal ini terlihat dari antusiasme yang tinggi selama penyuluhan berlangsung, di mana peserta aktif bertanya dan berdiskusi tentang tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola usaha mereka. Motivasi ini menjadi modal penting bagi keberhasilan program secara keseluruhan, karena perubahan mindset peserta dari hanya "bertahan hidup" menjadi lebih proaktif dalam mengembangkan usaha mereka.

Workshop yang dilakukan satu kali setelah penyuluhan memberikan pelatihan praktis terkait pengelolaan keuangan sederhana, pencatatan transaksi, hingga manajemen stok barang. Melalui kegiatan ini, peserta diajarkan cara membuat laporan keuangan sederhana yang dapat membantu mereka memonitor perkembangan usaha secara berkala. Dampak dari workshop ini terlihat dari perubahan positif dalam keterampilan manajemen peserta, di mana mereka mulai menerapkan pencatatan transaksi dan pengelolaan stok secara lebih sistematis. Keterampilan ini diharapkan akan terus berkembang seiring dengan berjalannya pendampingan dan dukungan berkelanjutan.

Kegiatan workshop juga menekankan pada aspek **inovasi produk dan peningkatan kualitas**, terutama bagi kedua kelompok usaha yang fokus pada produksi gula aren dan jajanan tradisional. Sebelum workshop dilakukan, evaluasi awal menunjukkan bahwa kualitas produk dari kedua kelompok usaha masih tergolong rendah, baik dari segi pengemasan maupun variasi produk. Kelompok Gula Aren Nira Harmoni, misalnya, hanya memiliki satu jenis produk dengan kemasan yang kurang menarik, sementara Kelompok Jajan Paket menghasilkan produk yang kurang bervariasi dan hanya terbatas pada beberapa jenis jajanan tradisional.

Dalam workshop ini, peserta diajarkan mengenai pentingnya **diferensiasi produk** untuk meningkatkan daya saing di pasar. Contohnya, anggota kelompok diajak untuk melakukan inovasi pada kemasan produk gula aren dengan menggunakan bahan ramah lingkungan yang lebih menarik bagi konsumen modern. Selain itu, peserta juga dimotivasi untuk melakukan inovasi pada variasi rasa dan bentuk produk agar lebih sesuai dengan selera pasar saat ini.

Setelah workshop selesai, hasil evaluasi akhir menunjukkan bahwa terjadi peningkatan kualitas produk sebesar 25%, melebihi target minimal 20%. Beberapa anggota kelompok berhasil memproduksi varian produk baru, seperti gula aren dengan varian rasa atau jajanan tradisional yang dikemas dengan cara modern. Peningkatan kualitas ini tidak hanya membantu meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal, tetapi juga memberikan peluang baru bagi kedua kelompok usaha untuk memperluas pangsa pasar mereka.

Peningkatan kapasitas pemasaran menjadi fokus utama dalam sesi pendampingan berkelanjutan yang dilakukan sebanyak dua kali setelah kegiatan penyuluhan dan workshop selesai. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan dukungan teknis dan konsultasi kepada peserta terkait penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dalam penggunaan teknologi digital dan perubahan kemasan produk.

Pada sesi pendampingan pertama, dilakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran yang selama ini digunakan oleh kedua kelompok usaha. Ditemukan bahwa sebagian besar peserta masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar lokal tanpa menggunakan platform digital atau media sosial. Hal ini menjadi tantangan besar

karena pemasaran digital saat ini semakin penting untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui pendampingan ini, peserta diberikan bimbingan mengenai **strategi pemasaran digital**, seperti pembuatan akun media sosial untuk usaha, cara mengambil gambar produk yang menarik, serta cara mengelola konten promosi. Selain itu, peserta juga diajarkan cara membuat kemasan produk yang lebih menarik dan ramah lingkungan, sebagai bagian dari upaya untuk menarik perhatian konsumen modern yang semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan.

Sesi pendampingan kedua berfokus pada **implementasi strategi pemasaran** yang telah disepakati selama pendampingan pertama. Peserta diajak untuk mempraktekkan langsung teknik-teknik pemasaran digital yang telah dipelajari, seperti memposting produk mereka di media sosial dan melakukan promosi melalui grup WhatsApp lokal. Hasil dari pendampingan ini menunjukkan adanya peningkatan penjualan sebesar 15%, sesuai dengan target minimal yang telah ditetapkan. Kedua kelompok usaha, terutama Kelompok Jajan Paket, melaporkan bahwa mereka mulai mendapatkan pesanan dari luar desa setelah mempromosikan produk mereka secara online. Peningkatan ini memberikan harapan bagi keberlanjutan usaha mereka di masa depan, di mana pemasaran digital akan terus menjadi alat penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai target yang telah ditetapkan dengan rata-rata peningkatan keberhasilan sebesar 30%, melebihi tolak ukur keberhasilan minimal sebesar 21,67%. Keberhasilan ini mencakup peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha, peningkatan kualitas produk dan inovasi, serta peningkatan kapasitas pemasaran.

Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan program ini antara lain adalah pendekatan holistik yang mencakup penyuluhan, workshop, dan pendampingan berkelanjutan, serta keterlibatan aktif dari peserta dalam setiap tahap program. Penyuluhan memberikan dasar pengetahuan yang kuat, workshop memperkuat keterampilan teknis, dan pendampingan memastikan bahwa strategi yang diajarkan dapat diterapkan secara efektif dalam konteks usaha mereka sehari-hari. Selain itu, adanya pemanfaatan teknologi digital dalam strategi

pemasaran juga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan program ini. Peserta yang sebelumnya belum memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk mereka kini mulai merasakan manfaat dari pemasaran online, yang membantu meningkatkan jangkauan pasar dan omzet penjualan.

Program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas manajemen usaha, kualitas produk, inovasi, dan pemasaran dari Kelompok Gula Aren Nira Harmoni dan Kelompok Jajan Paket. Keberhasilan program ini menjadi bukti bahwa dengan pendekatan yang tepat, UMKM lokal dapat meningkatkan daya saing mereka dan menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan kegiatan penyuluhan, workshop, dan pendampingan berkelanjutan yang dilakukan pada Kelompok Usaha Gula Aren Nira Harmoni dan Kelompok Usaha Jajan Paket di Desa Belimbing Pupuan, program ini berhasil memberikan dampak positif dalam beberapa aspek utama, yaitu:

- 1. Peningkatan Pengetahuan, Motivasi, dan Keterampilan Manajemen Usaha**  
Kegiatan penyuluhan dan workshop berhasil meningkatkan pengetahuan, motivasi, dan keterampilan manajemen usaha para peserta. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar 50%, yang jauh melampaui target minimal 30%. Hal ini mencerminkan keberhasilan penyampaian materi dan metode pelatihan yang digunakan dalam program ini. Peserta juga lebih termotivasi untuk mengelola usaha mereka dengan lebih baik, yang terlihat dari antusiasme dan keterlibatan aktif selama kegiatan.
- 2. Peningkatan Kualitas Produk dan Inovasi**

Program ini juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas produk dan inovasi yang dihasilkan oleh kedua kelompok usaha. Peningkatan kualitas produk, terutama dari segi pengemasan dan inovasi varian produk, mencapai 25%, melebihi target minimal

20%. Kelompok usaha kini mampu menghasilkan produk yang lebih bervariasi dan memiliki kemasan yang lebih menarik, meningkatkan daya saing di pasar lokal.

3. **Peningkatan Kapasitas Pemasaran**  
Dengan adanya pendampingan berkelanjutan terkait strategi pemasaran, kedua kelompok usaha mampu mengimplementasikan metode pemasaran baru, termasuk pemasaran digital dan perubahan kemasan. Hasilnya, omzet penjualan meningkat sebesar 15%, sesuai dengan target minimal yang telah ditetapkan. Pemasaran digital yang diterapkan membuka peluang baru bagi kedua kelompok usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

<https://www.researchgate.net/publication/362318448>

UNESCO, & The World Bank. (2021). *Cities, Culture, Creativity Leveraging Culture and Creativity for Sustainable Urban Development and Inclusive Growth*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

## REFERENSI

- Bappeda Kota Denpasar. (2017). *Denpasar Smart Orange Economy Dalam Multi Perspektif* (I. G. W. M. Yasa, Ed.). Swasta Nulus.
- Krisdianto, N., Hartono, M., & Sujatmiko, G. (2022). *INDUSTRI ORANYE*. Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah Universitas Surabaya.
- Mahadipta, N. G. D., & Yuliarmi, N. N. (2021). COMMUNITY INNOVATION AND CREATIVITY IN DEVELOPING THE CREATIVE INDUSTRY. *Eurasia: Economics & Business*, 4(46), 3–16. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2021-04>
- Ramantha, I. W., Wiagustini, N. L. P., Yasa, N. N. K., Utama, M. S., Suprasto, H. B., Budiasih, I. G. A. N., Yasa, I. G. W. M., Wardana, I. G., Riana, I. G., Sukaatmaja, I. P. G., Giantari, I. G. A. K., Purbadharmaja, I. B. P., Suardikha, I. M. S., Setyari, N. P. W., Setiawina, N. D., Suartana, I. W., & Sujana, I. K. (2017). *STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM BALI*. Udayana University Press.
- Sartika, S. H., Mashud, Hasan, M., Syam, A., Susilowati, E., Purba, B., SN, A., Jufri, M., Faried, A. I., Rosihana, R. E., Raditya, & Amruddin. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.