

INOVASI PROMOSI DAN PENGEMASAN PRODUK AYAM BETUTU NATAR SARI DI DESA TEGALALANG, GIANYAR

Ni Putu Dila Dana Putri ¹⁾, Ida Ayu Nyoman Yuliasuti ²⁾, Made Santana Putra Adiyadnya ³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: danaputridila@gmail.com, ia.yuliasuti@unmas.ac.id,
santanasebelas@unmas.ac.id

ABSTRAK

Salah satu kuliner khas daerah Bali yaitu Ayam Betutu. Salah satu pengusaha kuliner Ayam Betutu di Kabupaten Gianyar tepatnya di Desa Tegalalang, yaitu Ayam Betutu Ibu Natar Sari. Ayam Betutu Ibu Natar Sari diproduksi secara *home industry* dan dalam proses produksinya belum menerapkan protokol kesehatan dengan baik. Penjualan Ayam Betutu dilakukan secara langsung di warung. Dalam segi pengemasan, Ayam Betutu Ibu Natar Sari ini dikemas dengan menggunakan kertas minyak, dan belum berisikan label produk untuk pengenalan awal produk yang dijual. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tim pengabdian melakukan penyuluhan, pembuatan dan pemasangan poster di lokasi produksi, pendampingan dan pembuatan stiker label produk dan kartu nama pemilik usaha, pendampingan dalam pengemasan produk dengan menggunakan *beseq* yang lebih menarik dan ramah lingkungan, serta melakukan pendampingan dalam promosi secara online melalui media sosial *facebook* dan *instagram*. Kegiatan pengabdian yang dilakukan bertujuan agar mitra selalu ingat menerapkan protokol kesehatan, serta memperluas pangsa pasar dari Ayam Betutu Natar Sari, sehingga dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Ayam Betutu Natar Sari.

Kata kunci: inovasi, pengemasan, penjualan, promosi *online*, protocol kesehatan

ANALISIS SITUASI

Pulau Bali memiliki budaya yang sangat terkenal seperti kesenian, ritual keagamaan maupun olahan kuliner yang dapat menggugah selera. Seni kuliner atau seni mengolah makanan dan minuman memang sudah terkenal sejak jaman dahulu (Suriani, 2008). Salah satu kuliner khas daerah Bali yaitu Betutu. Betutu adalah masakan Bali sebagai hasil dari pengaruh budaya majapahit (Pratama & Umiyati, 2021). Betutu adalah lauk yang dibuat dari ayam atau bebek utuh yang diisi dengan bumbu.

Ayam betutu tradisional dimasak dengan cara yang unik dan rumit, serta memakan waktu yang lama. Ayam betutu dibuat dengan cara membalurkan bumbu khas Bali yang dikenal dengan *base genep* di seluruh permukaan tubuh daging ayam dan sebagian lagi dimasukkan ke dalam rongga abdomennya. Daging ayam yang telah dibumbui tersebut kemudian direbus atau langsung dibakar hingga menghasilkan aroma yang khas. Aroma khas yang muncul disebabkan karena adanya pemanasan yang menyebabkan air dan lemak daging berantai pendek ikut menguap. Semakin banyak uap yang dihasilkan, semakin kuat dan enak aromanya.

Menurut tradisi Bali, ayam betutu biasanya disajikan pada saat upacara adat seperti odalan, otonan, maupun perkawinan.

Ayam Betutu khas yang populer di Bali, yaitu Ayam Betutu Gilimanuk dan Ayam Betutu Gianyar. Meskipun keduanya jenis ayam betutu yang sama-sama menggunakan bumbu dan rempah, namun memiliki rasa yang sangat berbeda. Rasa dari Ayam Betutu Gilimanuk biasanya akan lebih pedas karena menggunakan cabai rawit dalam penyajiannya. Sementara Ayam Betutu Gianyar lebih enak dan tidak pedas. Keberadaan kuliner Ayam Betutu ini juga merupakan salah satu ikon oleh – oleh khas Bali yang juga semakin dikenal. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah rumah makan yang menyediakan kuliner Ayam Betutu sebagai menu utama (Sari dan Sarjani, 2018).

Salah satu pengusaha kuliner Ayam Betutu di Kabupaten Gianyar tepatnya di Desa Tegalalang, yaitu Ibu Natar Sari. Dimasa pandemi covid-19 saat ini banyak usaha yang terkena dampaknya, termasuk usaha Ayam Betutu Ibu Natar Sari yang mengalami penurunan omzet penjualan yang sangat drastis. Dalam situasi baik-baik saja penjualan Betutu Ibu Natar hingga mencapai 3 juta perharinya dan menghabiskan 25 ekor ayam, sedangkan dimasa pandemi saat ini hanya mendapatkan penjualan 1juta saja dan menghabiskan 10 ekor ayam per harinya. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang dirumahkan, yang tidak memiliki pendapatan dan lebih memilih untuk membuat sendiri atau mengkonsumsi makanan lainnya yang lebih murah, sehingga pelanggan Ibu Natar yang membeli ayam betutu menjadi berkurang.



Gambar 1. Proses Pembuatan dan Foto Produk Ayam Betutu Natar Sari

Ayam Betutu Ibu Natar ini diproduksi secara *home industry* dan mengajak 4 karyawan untuk bekerja dan membantu saat proses produksinya. Selama ini pemasaran Ayam Betutu Ibu Natar masih terbilang sangat sederhana yaitu pemasarannya dengan penjualan langsung di warung saja. Strategi pemasaran adalah salah satu cara yang terpenting dalam memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan diantara para pelaku usaha yang sejenis (Yuliastuti dkk, 2021). Ibu Natar belum memiliki pengetahuan dan pemahaman dalam menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan layanan pesan antar sebagai penunjang dalam memperluas pangsa pasar produk yang dijual. Kondisi ini membuat penjualan Ayam Betutu Natar Sari semakin menurun tiap harinya, apalagi di kondisi pandemi saat ini banyak masyarakat yang tinggal dirumah saja, sehingga jarang untuk

membeli makanan secara langsung ke warung.

Selama ini produk Ayam Betutu dari Ibu Natar Sari dikemas dengan menggunakan kertas minyak. Pengemasan dengan menggunakan kertas minyak ini membuat produk Ayam Betutu yang dijual oleh Ibu Natar tidak berbeda dengan produk Ayam Betutu yang dijual oleh pelaku usaha Ayam Betutu lainnya. Segi pengemasan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam memasarkan produk apa lagi produk yang berupa makanan khas bali. Hal inilah yang juga dapat membuat para konsumen tidak terlalu tertarik untuk membeli Ayam Betutu Ibu Natar, walaupun dari segi rasa enak dengan harga yang terjangkau.

Dalam situasi pandemi Covid-19 ini, mitra usaha Ayam Betutu Natar Sari masih belum memiliki pemahaman dalam penerapan protocol kesehatan yang sesuai dalam segala kegiatan produksi yang dilakukan. Selain itu, dalam pengemasan produk Ayam Betutu Natar Sari belum berisikan label sebagai salah satu identitas usaha dan juga seharusnya merupakan salah satu upaya dalam promosi pengenalan produk yang dijual agar lebih mudah dikenali dan lebih memiliki daya tarik kepada konsumen untuk membeli produknya.

PERUMUSAN MASALAH

Penyebaran virus corona masih sangat berdampak pada aspek ekonomi pada pelaku UMKM. Hal ini juga dirasakan pada usaha Ayam Betutu Natar Sari di Desa Tegalalang, Br. Pejeng Aji. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan terdapat permasalahan yang dialami yaitu:

- 1) UMKM Ayam Betutu Natar Sari belum melakukan protokol kesehatan sesuai standar yang ada pada saat melakukan proses produksi.
- 2) UMKM Ayam Betutu Natar Sari belum memiliki label nama usaha sebagai pengenalan produknya pada kemasan Ayam Betutu yang mitra jual.
- 3) UMKM Ayam Betutu Natar Sari belum menggunakan *packaging* yang menarik dalam pengemasan produknya. Selama ini produk UMKM Ayam Betutu Natar Sari masih menggunakan kertas minyak dan karet saja dalam pengemasan dan penjualan produknya.
- 4) Menurunnya pendapatan penjualan UMKM Ayam Betutu Natar Sari akibat pandemi Covid-19, yang juga disebabkan karena kurangnya pemahaman mitra pengabdian dalam mempromosikan produknya ke ruang lingkup yang lebih luas.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian UMKM Ayam Betutu Natar Sari ditengah pandemi Covid-19 ini, maka ada beberapa solusi yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan penyuluhan mengenai pentingnya penerapan protocol kesehatan pada setiap kegiatan produksi, serta pembuatan dan pemasangan poster berupa

himbauan dalam penerapan protokol kesehatan yang benar di masa pandemi Covid-19.

- 2) Memberikan solusi berupa pendampingan dalam pembuatan desain label nama usaha dan kartu nama sebagai salah satu sarana pengenalan usaha. Serta memberikan solusi berupa pengadaan stiker label usaha dan kartu nama usaha.
- 3) Melakukan pendampingan dalam pengemasan produk yang lebih menarik dan ramah lingkungan yaitu dengan menggunakan *Besek*.
- 4) Melakukan pendampingan dalam pembuatan media sosial berupa Facebook, dan Instagram sebagai sarana promosi untuk dapat meningkatkan penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Ayam Betutu Natar Sari di Br. Pejeng Aji, Desa Tegalalang, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar, yaitu sebagai berikut:

- 1) Metode Observasi

Metode ini merupakan metode dengan melakukan pengamatan secara langsung mengenai bagaimana kondisi usaha dan bagaimana keadaan di sekitar lingkungan usaha pada UMKM Ayam Betutu Natar Sari di Br. Pejeng Aji Desa Tegalalang

- 2) Metode Diskusi

Metode diskusi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi usaha UMKM Ayam Betutu Natar Sari selama pandemi Covid-19.

- 3) Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan ini mencakup pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan pada UMKM Ayam Betutu Natar Sari yaitu berupa penyuluhan penerapan protokol kesehatan yang benar, pengadaan label usaha dan kartu nama usaha, pembuatan media sosial facebook dan instagran sebagai sarana promosi secara online, serta pelaksanaan pendampingan dalam pengemasan produk yang lebih menarik dan juga pendampingan dalam pemasaran dengan menggunakan media sosial untuk meningkatkan penjualan ayam betutu yang terkena dampak covid-19.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan pada UMKM Ayam Betutu Natar Sari di Br. Pejeng Aji, Desa Tegalalang, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar telah dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Melakukan penyuluhan serta pembuatan dan pemasangan poster penerapan protokol kesehatan.

Pada masa pandemi Covid-19 ini, penerapan protokol kesehatan merupakan suatu keharusan yaitu seperti selalu menggunakan masker, mencuci tangan dan menjaga jarak. Apalagi pada setiap kegiatan produksi yang dilakukan oleh UMKM Ayam Betutu Natar Sari, penerapan protokol kesehatan merupakan kewajiban yang harus dilakukan untuk mencegah penularan Covid-19 dan menjaga ke higienisan produk yang dijual.



Gambar 2. Penyuluhan dan Pemasangan Poster Penerapan Protokol Kesehatan

Untuk meningkatkan kesadaran dari pemilik dan karyawan UMKM Ayam Betutu Natar Sari maka tim pengabdian memberikan solusi berupa penyuluhan mengenai bahayanya Covid-19 serta melakukan pembuatan dan pemasangan poster penerapan protokol kesehatan pencegahan penyebaran Covid-19. Pemberian penyuluhan yang dilakukan yaitu berupa edukasi dan penempelan poster covid-19 dilokasi produksi UMKM Ayam Betutu Natar Sari. Hal ini bertujuan untuk membuat mitra selalu ingat saat melihat poster yang ditempel, sehingga selalu ingat untuk menerapkan protokol kesehatan sebagai langkah awal dalam upaya pencegahan penyebaran covid-19 dengan selalu menerapkan 3M (Mencuci Tangan, Memakai Masker, Menjaga Jarak).

- 2) Pendampingan dalam pembuatan dan pengadaan label nama usaha dan kartu nama pemilik usaha.

Menurut Wahid (2020) label suatu produk merupakan salah satu faktor penting yang bisa menguatkan *branding* dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Menurut Kotler & Amstrong (2012) label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Adanya label dalam sebuah kemasan produk menjadi sebuah pengenalan sekaligus pembeda dari kompetitor yang lain.

Label suatu produk memiliki fungsi untuk menggambarkan beberapa hal mengenai produk yang dijual dan juga sebagai sarana untuk mempromosikan produk lewat label produk yang menarik (Wardiah dkk, 2020). Penggunaan label usaha ini juga bertujuan untuk memberi informasi tentang isi produk tanpa harus membuka kemasan, berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal awal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, dan juga sebagai sarana periklanan bagi produsen.

Selain label produk sebagai identitas suatu produk, pemilik usaha juga harus memiliki kartu nama. Melalui kartu nama digital atau cetak, mitra dapat memberikan informasi alamat, no telp, no whatsapp, instagram, dan informasi lainnya untuk promosi dan pemasaran (Kriswanto, 2019). Komunikasi dengan pelanggan untuk pengenalan pemilik usaha dan produk yang dijual juga dapat dilakukan dengan memberi kartu nama kepada konsumen atau pelanggan.



Gambar 3. Pembuatan Label Produk dan Kartu Nama Pemilik Usaha

Dengan melihat pentingnya label produk dan kartu nama bagi suatu usaha, maka tim pengabdian memberikan solusi kepada Ibu Natar Sari yaitu berupa pendampingan dalam pembuatan stiker label produk dan kartu nama yang menarik dan berisikan informasi-informasi penting mengenai produk yang dijual dan mengenai informasi pemilik usaha. Dalam label stiker yang telah dibuat berisikan keterangan mengenai nama produk yaitu Ayam Betutu Natar Sari dengan dilengkapi no telepon pemilik usaha. Lainnya halnya pada kartu nama pemilik usaha berisikan informasi yang lebih lengkap yaitu berisikan nama produk, foto produk Ayam Betutu, no telepon, no whatsapp beserta alamat usaha Ayam Betutu Natar Sari.

Setelah dilakukan pendampingan dalam pembuatan label produk dan kartu nama sesuai dengan keinginan Ibu Natar Sari, maka tim selanjutnya melakukan pengadaan label produk dan kartu nama. Label produk berupa stiker yang telah dibuat digunakan untuk melengkapi kemasan produk dan dibagian luar kemasan juga dicantumkan kartu nama untuk mempermudah konsumen ataupun calon konsumen lainnya dalam menghubungi Ibu Natar jika akan memesan Ayam Betutu yang dijualnya. Penempelan stiker label produk ini juga bertujuan untuk mempercantik kemasan dan merupakan salah satu strategi pemasaran online untuk memikat konsumen agar lebih tertarik untuk membeli produk yang dijual.

3) Pendampingan dalam pengemasan produk.

Menurut Herudiansyah (2019), kemasan merupakan desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan

digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasaran. Selain itu pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai salah satu daya tarik sebuah produk.

Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama (Wijayanti, 2012).

Dengan melihat pentingnya kemasan suatu produk maka tim pengabdian memberikan solusi berupa pendampingan dalam melakukan pengemasan produk Ayam Betutu Natar Sari yang lebih menarik dan ramah lingkungan yaitu dengan menggunakan *Besek*. *Besek* digunakan karena memiliki sifat yang sesuai dengan kebutuhan pengemasan produk Ayam Betutu. Keamanan pangan dengan pengemasan menggunakan *Besek* juga termasuk aman karena ramah lingkungan dan tentunya tidak mengandung bahan berbahaya, dan steril sehingga tidak akan merusak kualitas makanan.



Gambar 4. Pengemasan Produk Ayam Betutu Natar Sari dengan menggunakan *Besek*

Penggunaan kemasan *Besek* ini juga akan memudahkan dalam pengiriman pesanan Ayam Betutu. Bentuk kemasan menggunakan *Besek* ini juga terbilang mudah sehingga tidak akan merepotkan konsumen dalam membuka produknya, serta penggunaan *Besek* juga dapat menambah faktor keindahan dari produk Ayam Betutu yang dijual sehingga dapat menggugah selera yang memesan Ayam Betutu Natar Sari ini.

4) Pendampingan dalam promosi secara *online* melalui media sosial.

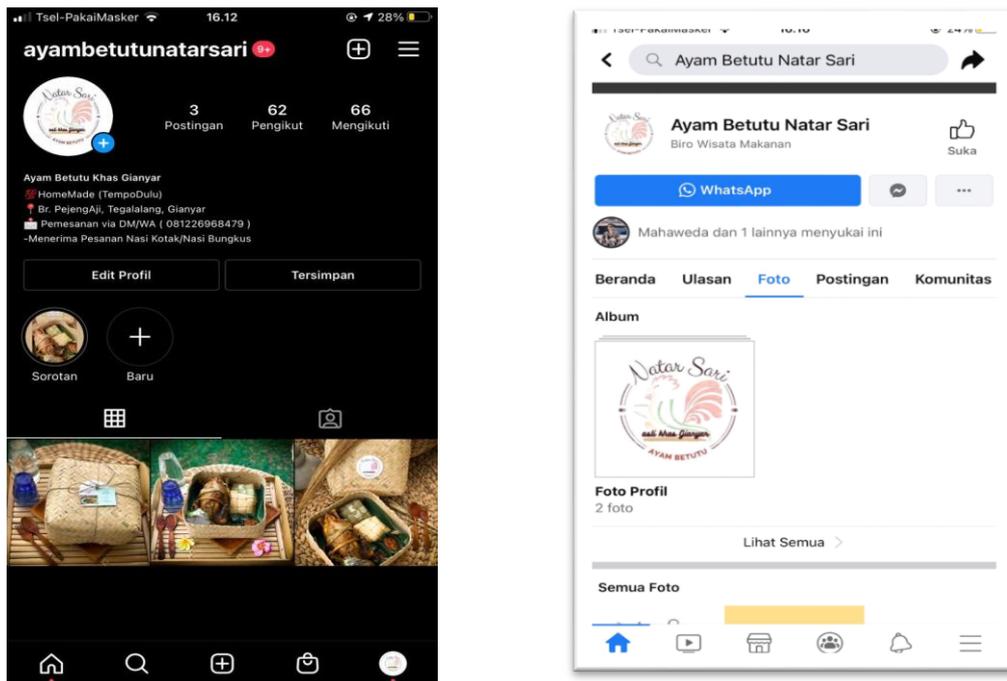
Kegiatan promosi merupakan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen untuk memperkenalkan produk, baik jenis, warna, bentuk dan harga, maupun kualitas produk yang ditawarkan atau yang dihasilkan perusahaan. Promosi menurut Swastha (2002:237) merupakan informasi kepada tindakan penukaran dan pembelian atau alat informasi satu arah bagi seseorang. Pada dasarnya promosi merupakan usaha dalam bidang informasi, menghimbau, membujuk dan komunikasi dan dapat dikatakan bahwa promosi merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak – pihak yang terlibat. Bagi usaha yang menghasilkan produk atau jasa maka interaksi yang terjadi antara pemilik usaha dengan konsumen hanya terwujud melalui proses komunikasi.

Promosi online adalah proses kegiatan yang dilakukan oleh pihak pemilik usaha dalam menawarkan produk barang atau jasa yang dikenalkan atau diiklankan melalui media *online* (internet), sehingga tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dan penjual. Promosi online atau digital marketing juga dapat dikatakan sebagai kegiatan promosi dan mencari pasar yang lebih luas melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana media sosial yang ada.

Melihat pentingnya melakukan promosi secara online untuk suatu usaha maka tim pengabdian memberikan solusi yaitu berupa pendampingan dalam pembuatan media sosial berupa *facebook* dan *instagram*. Selain pendampingan dalam pembuatan media sosial facebook dan Instagram, tim pengabdian juga melakukan pendampingan dalam promosi secara online dengan menggunakan dua media sosial tersebut.

Apalagi di masa pandemi covid-19 saat ini belanja secara online menjadi semakin populer, terutama saat adanya penerapan *social distancing* atau penerapan untuk tinggal dirumah saja yang membuat masyarakat mengurangu untuk bepergian keluar rumah. Hal ini juga yang membuat orang-orang merasa semakin nyaman untuk melakukan pemesanan produk secara online. Pemesanan produk secara online juga dapat menghindari terjadinya antrian pada saat melakukan pembelian (Nugroho, 2006: 24).





Gambar 5. Promosi Secara Online Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram

Bagi konsumen penggunaan toko online akan membuat waktu belanja lebih singkat dan konsumen tidak perlu datang secara langsung untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Kondisi seperti ini haruslah dimanfaatkan dengan baik oleh UMKM Ayam Betutu Natar Sari untuk dapat memperluas pemasaran produknya dan dapat kembali meningkatkan omzet penjualannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dijelaskan, maka kegiatan pengabdian yang telah dilakukan pada UMKM Ayam Betutu Natar Sari yaitu berupa penyuluhan, pembuatan dan pemasangan poster di lokasi produksi yang bertujuan untuk membuat mitra selalu ingat menerapkan protokol kesehatan pada setiap kegiatan produksi dan penjualan yang dilakukan. Tim pengabdian juga telah melakukan pendampingan dan pembuatan stiker label produk dan kartu nama pemilik usaha sebagai identitas, dan sarana informasi pengenalan produk dan tempat usaha.

Tim pengabdian juga telah melakukan pendampingan dalam pengemasan produk dengan menggunakan Besek agar lebih menarik dan mempercantik kemasan untuk memikat konsumen agar lebih tertarik untuk membeli produk yang dijual. Tim juga telah melakukan pendampingan dalam pembuatan media sosial facebook dan Instagram, serta telah melakukan pendampingan promosi secara online, yang bertujuan untuk lebih memperluas pangsa pasar dari Ayam Betutu Natar Sari, sehingga dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Ayam Betutu Natar Sari.

DAFTAR PUSTAKA

- Kriswanto, K. (2019). Penerapan Mesin Pengaduk Adonan Kue pada Usaha Bakpia di Kelurahan Pakintelan. *Rekayasa: Jurnal Penerapan Teknologi dan Pembelajaran*, 17(2), 35-40.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Agung. 2006. *Strategi Jitu memilih Metode Statistic Penelitian dengan SPSS*. Jogjakarta: Andi.
- Pratama, A. D. Y., & Umiyati, M. (2021). The Knowledge Level of Housewives about Serving Ayam Betutu. *RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa*, 7(1), 58-68.
- Sari, N. L. D. I. D., & Sarjani, N. K. P. (2018). Inovasi Desain Kemasan Ayam Betutu Sebagai Ikon Oleh-Oleh Khas Bali di Kota Denpasar. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 33(1), 17-25.
- Suriani. 2008. *Seni Kuliner Bali Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Mengungkap Tentang Ketertarikan Wisatawan Terhadap Makanan Tradisional Bali (Babi Guling)*. Laporan Penelitian Universitas Udayana
- Suwirmayanti, N. L. G. P., Hadi, R., & Prayoga, I. P. A. A. (2020). Penerapan Label Produk Sebagai Identitas Mitra Pada Usaha Konveksi di Yeti Susanti Kebaya Bali. *Madaniya*, 1(1), 53-61.
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Wardiah, I., Subandi, S., Kusitini, S., & Noor, M. H. (2020). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Rumahan Keripik Singkong. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 97-105.
- Yuliasuti, I. A. N., Kepramareni, P., Sugiantari, A. A. P. W., & Giri, I. K. S. (2021). Pendampingan Pemasaran Produk UKM Asri Jewellery Dalam Menjaga Eksistensinya Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 6(1), 52-62.