

Pendampingan Inovasi Produk Kreatif Hibrida Limbah Tekstil-Mendong dengan Penguatan Manajemen Usaha Berbasis IT pada UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat

Bambang Kelana Simpony*¹, Dini Silvi Purnia², Cipi Cahyadi³, Reza Adzi Permana⁴, Ilham Farhanul Hakim⁵

^{1,2,3,4,5} Sistem Informasi, Fakultas Teknik & Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
*e-mail: bambang.bky@bsi.ac.id¹, dini.dlv@bsi.ac.id², cepi.ccd@bsi.ac.id³, rezaadzi3@gmail.com⁴, ilhamfh015@gmail.com⁵

Artikel dikirim: 26 Mei 2026; Revisi: 09 Juni 2026; Diterima: 10 Juni 2026; Dipublikasikan : 10 Juni 2026.

Abstrak

Kerajinan anyaman mendong merupakan salah satu produk unggulan khas Tasikmalaya yang memiliki nilai budaya, ekonomi, dan lingkungan karena menggunakan bahan alami yang ramah lingkungan. Namun, keberlangsungan kerajinan ini menghadapi berbagai tantangan, seperti menurunnya minat pasar terhadap produk konvensional, kurangnya inovasi produk, serta keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Permasalahan tersebut juga dialami oleh UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya yang masih memerlukan penguatan pada aspek inovasi produk, manajemen usaha, dan pemasaran berbasis teknologi informasi. Melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM), dilakukan serangkaian kegiatan untuk meningkatkan kapasitas mitra melalui pelatihan, pendampingan, penerapan teknologi, dan evaluasi program. Materi pelatihan mencakup pengembangan produk kreatif berbasis kombinasi mendong dan limbah tekstil, pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, pengelolaan usaha berbasis teknologi informasi, serta teknik pengemasan dan fotografi produk. Evaluasi dilakukan menggunakan metode pretest dan post test untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang signifikan pada seluruh aspek pelatihan. Mitra mampu menghasilkan produk inovatif yang lebih modern dan bernilai jual tinggi serta mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM sekaligus mendukung pelestarian kerajinan mendong melalui inovasi dan transformasi digital yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Kerajinan Mendong, Manajemen Usaha, Pemberdayaan UMKM, Teknologi Informasi, UMKM Kreatif

Abstract

Mendong weaving is one of Tasikmalaya's distinctive handicraft products with cultural, economic, and environmental value due to its use of natural and eco-friendly materials. However, its sustainability is increasingly challenged by declining market interest in conventional products, limited product innovation, and inadequate business management and digital marketing capabilities among small and medium enterprises (SMEs). These challenges are experienced by Jempol Jaya SME in Tasikmalaya, which requires improvements in product innovation, business management, and information technology-based marketing. This Community Partnership Program (PKM) was implemented to enhance the partner's capacity through training, technology adoption, mentoring, and evaluation activities. The training covered creative product innovation by combining mendong and textile waste materials, digital marketing through social media and online marketplaces, information technology-based business management, as well as product packaging and photography techniques. Program evaluation was conducted using pre-test and post-test methods to measure participants' competency improvement. The results indicated a significant increase in participants' knowledge and skills across all training aspects. The partner successfully developed innovative and marketable products while improving the utilization of digital media for promotion and marketing activities. The program contributed positively to strengthening SME competitiveness and supporting the preservation of mendong handicrafts through innovation and sustainable digital transformation.

Keywords: Business Management, Creative Msmes, Digital Marketing, Information Technology, Mendong Crafts, Msme Empowerment

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra

Kerajinan anyaman mendong merupakan salah satu warisan budaya dan produk unggulan khas Kota Tasikmalaya yang telah berkembang secara turun-temurun (Iis Miati, 2022). Kerajinan ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai budaya dan lingkungan karena menggunakan bahan alami yang ramah lingkungan (Arif, 2022). Namun, dalam beberapa tahun terakhir, keberadaan kerajinan mendong di Tasikmalaya menunjukkan kecenderungan semakin menurun dan terancam punah (Nurbillah et al., 2024). Berkurangnya jumlah perajin, minimnya regenerasi pengrajin muda, serta rendahnya minat pasar terhadap produk konvensional menjadi faktor utama yang menyebabkan melemahnya eksistensi kerajinan mendong (Ruja, 2021).

Di sisi lain, perubahan selera konsumen yang semakin dinamis menuntut produk kerajinan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga inovatif, modern, dan memiliki nilai estetika tinggi (Simpony et al., 2025). Produk mendong konvensional yang cenderung memiliki desain monoton dan kurang mengikuti tren pasar menyebabkan daya tarik produk semakin menurun (Palilatil; & Mohamad, 2022). Kondisi ini berdampak langsung pada menurunnya permintaan pasar dan pendapatan perajin, sehingga semakin sedikit masyarakat yang tertarik untuk mempertahankan usaha kerajinan mendong (Agus Sugianto, 2024).

UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya merupakan salah satu pelaku usaha yang masih bertahan dalam produksi kerajinan mendong, dengan upaya awal menggabungkan bahan mendong dan limbah tekstil. Inovasi ini menjadi peluang strategis untuk menjaga keberlanjutan kerajinan mendong agar tetap relevan dengan perkembangan pasar (Kartika et al., 2021). Namun demikian, keterbatasan pada aspek manajemen usaha dan pemasaran produk menyebabkan inovasi tersebut belum dikembangkan secara optimal dan berkelanjutan (Evelyn et al., 2023). Kondisi mitra dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Kondisi Mitra

1.2. Kondisi Mitra Sasaran

1.2.1. Aspek Manajemen Usaha

Ditinjau dari aspek manajemen, UMKM Jempol Jaya masih dikelola secara konvensional tanpa sistem pengelolaan usaha yang terstruktur. Pencatatan keuangan belum dilakukan secara rutin dan terpisah antara keuangan pribadi dan usaha, sehingga mitra kesulitan mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat (Jusridayanti, 2023). Tidak tersedianya laporan keuangan sederhana menghambat perencanaan usaha dan pengambilan keputusan strategis.

Manajemen produksi kerajinan mendong dan tekstil belum berbasis perencanaan yang matang. Penentuan jumlah produksi masih mengandalkan perkiraan tanpa memperhitungkan tren pasar dan kapasitas produksi. Selain itu, belum terdapat standar operasional prosedur (SOP) tertulis yang mengatur proses produksi produk hibrida mendong–tekstil, sehingga kualitas produk belum konsisten. Keterbatasan pemanfaatan teknologi informasi dalam manajemen usaha juga menjadi hambatan utama dalam pengembangan inovasi produk secara berkelanjutan (Muhammad et al., 2025).

1.2.2. Aspek Pemasaran Produk

Pada aspek pemasaran, UMKM Jempol Jaya masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Produk kerajinan mendong yang bersifat tradisional cenderung kurang diminati oleh generasi muda dan pasar modern. Inovasi penggabungan mendong dengan bahan tekstil sebenarnya memiliki potensi besar untuk menarik segmen pasar yang lebih luas, namun belum didukung oleh strategi pemasaran yang tepat.

Produk belum memiliki identitas merek (branding) yang kuat yang menonjolkan nilai inovasi dan pelestarian budaya. Kemasan dan tampilan produk masih sederhana, serta belum memanfaatkan media digital seperti media sosial dan marketplace secara optimal. Penetapan harga produk belum didasarkan pada perhitungan biaya dan nilai inovasi produk, sehingga daya saing produk masih rendah. Kondisi ini menyebabkan inovasi produk mendong–tekstil belum dikenal secara luas dan belum mampu mengangkat kembali citra kerajinan mendong Tasikmalaya

Mitra menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran karena masih mengandalkan strategi konvensional, seperti penjualan langsung di rumah, sistem konsinyasi di toko, serta partisipasi dalam pameran dan bazar. Selain itu, desain kemasan yang masih sederhana belum optimal sebagai media promosi. Mitra juga memiliki keterbatasan dalam pengetahuan bisnis, terutama dalam pengembangan usaha dan pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial. Berikut adalah data penjualan UMKM jempol jaya 1 tahun terakhir yang dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Data Penjualan Bulan Januari 2025-Desember 2025

No	Bulan/Tahun	Jumlah Terjual (Unit)	Harga Per Unit (Rp)	Total Pendapatan (Rp)
1	Januari 2025	10	60.000	600.000
2	Febuari 2025	5	60.000	300.000
3	Maret 2025	9	60.000	540.000
4	April 2025	11	60.000	660.000
5	Mei 2025	15	60.000	900.000
6	Juni 2025	5	60.000	300.000
7	Juli 2025	8	60.000	480.000
8	Agustus 2025	13	60.000	780.000
9	September 2025	15	60.000	900.000
10	Oktober 2025	10	60.000	600.000
11	November 2025	8	60.000	480.000
12	Desember 2025	9	60.000	540.000

Sumber : UMKM Jempol Jaya

1.3. Tujuan Pelaksanaan Kegiatan dan Keterkaitannya

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya melalui penguatan aspek manajemen dan pemasaran usaha berbasis teknologi informasi. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola manajemen usaha secara profesional, memperbaiki sistem pencatatan keuangan, serta meningkatkan efektivitas pemasaran produk kerajinan mendong dan limbah tekstil melalui pemanfaatan media digital.

Kegiatan ini sejalan dengan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Selain itu, program ini mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi melalui keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam pemberdayaan UMKM serta penerapan keilmuan di masyarakat.

Dalam konteks Asta Cita, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan ekonomi kerakyatan berbasis UMKM dan pelestarian produk unggulan daerah. Program ini juga relevan dengan Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) pada bidang sosial ekonomi dan pengembangan UMKM, dengan fokus permasalahan pada penguatan manajemen dan pemasaran usaha kreatif.

1.4. Solusi

Solusi yang ditawarkan dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

1.4.1. Solusi Yang Ditawarkan

Tabel 2. Solusi Yang Ditawarkan

Bidang Permasalahan	Uraian Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Indikator Capaian Kinerja
Aspek Pemasaran Pemasaran (Inovasi Produk)	Produk kerajinan mendong yang dihasilkan masih bersifat konvensional sehingga kurang diminati pasar modern. Kerajinan mendong cenderung dianggap sebagai produk tradisional dan mulai ditinggalkan, yang berdampak pada menurunnya penjualan dan ancaman kepunahan kerajinan mendong.	Memberikan pendampingan inovasi produk kreatif melalui penggabungan bahan mendong dengan limbah tekstil untuk menghasilkan produk yang lebih modern, fungsional, dan sesuai dengan selera pasar.	Terciptanya produk inovatif hibrida mendong–tekstil yang lebih menarik dan diterima masyarakat.
Pemasaran (Digital Marketing)	Strategi pemasaran masih bersifat tradisional, mengandalkan penjualan langsung dan pelanggan tetap. Pemanfaatan media sosial dan marketplace masih sangat terbatas sehingga jangkauan pasar dan volume penjualan belum optimal.	Menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, termasuk pembuatan konten promosi produk inovatif mendong–tekstil.	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pemasaran digital serta meningkatnya jangkauan pasar produk.
Aspek Manajemen Usaha	Mitra belum memiliki sistem manajemen usaha yang tertata, tidak ada pencatatan keuangan digital, kesulitan menghitung biaya produksi dan laba rugi, serta belum memiliki perencanaan usaha yang jelas.	Memberikan pelatihan dan pendampingan manajemen usaha berbasis teknologi informasi, meliputi pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, dan perencanaan usaha.	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam manajemen usaha serta tersusunnya pencatatan keuangan usaha.
Manajemen Usaha (Pendukung Pemasaran)	Foto dan tampilan produk masih sederhana sehingga belum mampu mendukung promosi produk inovatif secara maksimal di media digital.	Pelatihan dan pendampingan pembuatan foto produk yang menarik dan eye catching untuk mendukung promosi produk mendong–tekstil.	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pembuatan foto produk untuk pemasaran digital.

1.4.2. Indikator Capaian Kinerja Dari Solusi Yang Ditawarkan

Indikator capaian kinerja dari Solusi yang ditawarkan dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Indikator Capaian Kinerja

Solusi Yang Di Tawarkan	Indikator Capaian Kinerja
Aspek Pemasaran Menghadirkan narasumber pelatihan inovasi produk kreatif melalui penggabungan bahan mendong dengan limbah tekstil untuk menghasilkan produk yang lebih modern	Pengetahuan dan keterampilan mitra dalam Pembuatan inovasi produk penggabungan bahan mendong dan tektil meningkat

Menghadirkan narasumber pada pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, termasuk pembuatan konten promosi produk inovatif mendong–tekstil

Tersedia produk hasil Pelatihan inovasi produk kreatif melalui penggabungan bahan mendong dengan limbah tekstil untuk menghasilkan produk yang lebih modern
Pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, termasuk pembuatan konten promosi produk inovatif mendong–tekstil meningkat

Menghadirkan narasumber pada pelatihan dan pendampingan manajemen usaha berbasis teknologi informasi, meliputi pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, dan perencanaan usaha

Tersedia Peningkatan keterampilan dan pengetahuan dari Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, termasuk pembuatan konten promosi produk inovatif mendong–tekstil
Pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pelatihan dan pendampingan manajemen usaha berbasis teknologi informasi, meliputi pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, dan perencanaan usaha Meningkatkan

Menghadirkan narasumber untuk Pelatihan dan pendampingan pembuatan foto produk yang menarik dan eye catching untuk mendukung promosi produk mendong–tekstil.

Tersedia Peningkatan keterampilan dan pengetahuan dari Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, termasuk pembuatan konten promosi produk inovatif mendong–tekstil
Pengetahuan dan keterampilan mitra dalam Pelatihan dan pendampingan pembuatan foto produk yang menarik dan eye catching untuk mendukung promosi produk mendong–tekstil Meningkatkan

Tersedia Peningkatan keterampilan dan pengetahuan dari Pelatihan dan pendampingan pembuatan foto produk yang menarik dan eye catching untuk mendukung promosi produk mendong–tekstil.

2. METODE

Kegiatan PKM ini berlangsung dari bulan April 2026 sampai dengan Desember 2026, dengan total kurang lebih 15 Anggota UMKM, Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Tahapan pelaksanaan PKM

Berikut penjelasan tahap pelaksanaan

2.1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi merupakan langkah awal untuk menyamakan persepsi antara tim pengusul dan mitra UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya terkait tujuan, manfaat, dan tahapan pelaksanaan program. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan langsung dengan pemilik dan tenaga kerja UMKM untuk menjelaskan konsep inovasi produk hibrida limbah tekstil–mendong, pentingnya penguatan manajemen usaha berbasis teknologi informasi (Nurhayati; & Yanti, 2024),

serta peran dan komitmen mitra selama program berlangsung. Pada tahap ini juga dilakukan pemetaan awal kebutuhan mitra, kesiapan sumber daya, serta penentuan jadwal dan mekanisme pelaksanaan kegiatan secara partisipatif.

2.2. Pelatihan

Tahap pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra pada aspek pemasaran dan manajemen usaha. Pelatihan meliputi: (1) pelatihan inovasi produk kreatif melalui penggabungan bahan mendong dan limbah tekstil untuk menghasilkan produk yang lebih modern dan bernilai jual; (2) pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, termasuk pembuatan konten promosi; dan (3) pelatihan manajemen usaha berbasis teknologi informasi, meliputi pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, dan perencanaan usaha. Metode pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi, dan praktik langsung agar mudah dipahami dan diterapkan oleh mitra.

2.3. Penerapan Teknologi

Pada tahap ini, mitra didampingi dalam menerapkan teknologi informasi secara langsung dalam kegiatan usaha. Penerapan teknologi meliputi penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital (Susilawati et al., 2025), pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, serta penggunaan perangkat digital sederhana untuk pembuatan konten promosi dan foto produk. Tahap ini menekankan pada kemampuan mitra untuk mengoperasikan teknologi secara mandiri sehingga dapat mendukung pengelolaan usaha dan pemasaran produk inovatif mendong–tekstil secara berkelanjutan.

2.4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan secara intensif selama dan setelah pelatihan untuk memastikan seluruh materi dan teknologi yang diperkenalkan dapat diterapkan dengan baik oleh mitra. Tim pengusul melakukan monitoring terhadap penerapan inovasi produk, manajemen usaha, dan strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung, diskusi, serta penilaian terhadap perubahan pengetahuan, keterampilan, dan kinerja usaha mitra. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan penyesuaian strategi pendampingan agar capaian program dapat optimal (Salwa, 2026).

2.5. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program dirancang dengan memperkuat kemandirian mitra dalam mengelola usaha dan mengembangkan inovasi produk (Amelia et al., 2026). Mitra didorong untuk terus mengembangkan variasi produk hibrida mendong–tekstil, memanfaatkan teknologi informasi dalam manajemen dan pemasaran, serta membangun jejaring pemasaran secara mandiri. Selain itu, tim pengusul menyediakan panduan sederhana dan dokumentasi kegiatan sebagai referensi lanjutan bagi mitra. Program ini diharapkan menjadi model pengembangan UMKM kerajinan berbasis inovasi dan teknologi yang dapat direplikasi pada UMKM lain di wilayah Tasikmalaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini merupakan Kegiatan yang terselenggara berkat dukungan dana dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia Tahun Pendanaan 2026.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya dilaksanakan untuk menjawab permasalahan mitra yang telah teridentifikasi pada aspek Pemasaran dan Manajemen Usaha. Proses kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, mulai dari analisa situasi, persiapan transfer teknologi tepat guna, pelatihan dan pendampingan,

hingga monitoring dan evaluasi. Tahapan ini memungkinkan kegiatan berjalan terarah sesuai kebutuhan mitra

Beberapa Kegiatan yang sudah dilaksanakan

a. Pelatihan Manajemen Usaha UMKM Berbasis Teknologi Informasi

Pelatihan dilaksanakan Pada hari sabtu, 23 Mei 2026 di UMKM Jempol Jaya, untuk kegiatan dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Pelatihan Manajemen Usaha UMKM Berbasis Teknologi Informasi

b. Pelatihan Inovasi Produk Kreatif Mendong-Tekstil

Pelatihan dilaksanakan Pada Hari Minggu, 24 Mei 2026 di UMKM Jempol Jaya, untuk kegiatan dapat dilihat pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4. Pelatihan Inovasi Produk Kreatif Mendong-Tekstil

c. Pelatihan Packaging dan Foto Produk UMKM

Pelatihan dilaksanakan pada hari sabtu 30 Mei 2026, untuk kegiatan dapat dilihat pada gambar 5 dibawah ini.



Gambar 5. Pelatihan Packaging dan Foto Produk UMKM

d. Pelatihan Pemasaran Digital Produk UMKM

Pelatihan dilaksanakan pada hari Minggu, 31 Mei 2026, untuk kegiatan dapat dilihat pada gambar 6 dibawah ini



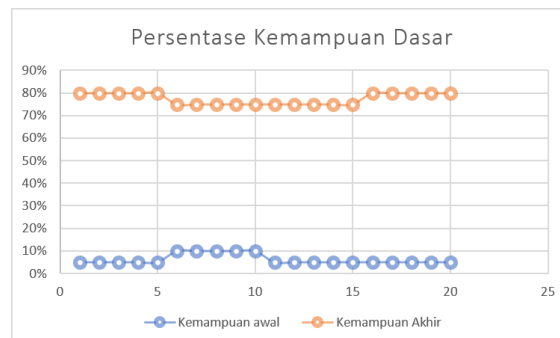
Gambar 6. Pelatihan Pemasaran Digital Produk UMKM

Hasil pelatihan selama 4 hari menghasilkan olahan kuesioner sebagai capaian luaran peningkatan kemampuan Mitra yang dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini

Tabel 4. Capaian Luaran Peningkatan Kemampuan Mitra

No	Pernyataan	PreTest (Baseline)	Post Test (Akhir Kegiatan)
1	Pelatihan ini meningkatkan pemahaman saya tentang inovasi produk berbahan mendong dan limbah tekstil.	5%	80%
2	Saya mampu menggabungkan bahan mendong dan limbah tekstil menjadi produk yang lebih modern.	5%	80%
3	Saya dapat membuat desain produk yang lebih kreatif dan memiliki nilai jual.	5%	80%
4	Saya memiliki keterampilan baru dalam proses pembuatan produk mendong–tekstil.	5%	80%
5	Pelatihan ini membantu saya meningkatkan kualitas dan variasi produk usaha.	5%	80%
6	Pelatihan ini meningkatkan pemahaman saya tentang pemasaran digital untuk UMKM	10%	75%
7	Saya mampu menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk usaha.	10%	75%
8	Saya dapat memasarkan produk melalui marketplace dengan lebih percaya diri.	10%	75%
9	Saya mampu membuat konten promosi produk yang lebih menarik.	10%	75%
10	Pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital saya meningkat setelah mengikuti pelatihan ini.	10%	75%
11	Pelatihan ini meningkatkan pemahaman saya tentang pencatatan keuangan usaha.	5%	75%
12	Saya sekarang mampu membuat pencatatan pemasukan dan pengeluaran sederhana.	5%	75%
13	Saya memahami cara mengelola arus kas usaha dengan lebih baik.	5%	75%
14	Saya memiliki pemahaman lebih baik tentang perencanaan usaha dan pengembangan bisnis.	5%	75%
15	Saya mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung manajemen usaha.	5%	75%
16	Pelatihan ini meningkatkan pemahaman saya tentang pentingnya foto produk untuk promosi.	5%	80%
17	Saya mampu mengambil foto produk yang lebih menarik dan eye-catching.	5%	80%
18	Saya dapat membuat tampilan foto produk yang lebih profesional untuk media promosi.	5%	80%
19	Saya mampu membuat konten promosi menggunakan foto produk sendiri.	5%	80%
20	Pengetahuan dan keterampilan saya dalam foto produk meningkat setelah pelatihan ini.	5%	80%

Lebih jelasnya lagi hasil peningkatan kemampuan mitra pretest dan posttest dari hasil olahan kuesioner dapat dilihat dari diagram di gambar 7 dibawah ini, kemampuan awal menunjukkan hasil pengolahan pretest dan kemampuan akhir menunjukkan hasil pengolahan post test.



Gambar 7. Diagram Hasil Peningkatan Kemampuan Mitra

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bersama pelaku UMKM Jempol Jaya yang merupakan UMKM kerajinan mendong menghasilkan berbagai capaian yang sesuai dengan permasalahan dan solusi yang telah dirumuskan sebelumnya. Pada aspek pemasaran khususnya inovasi produk, mitra yang sebelumnya masih menghasilkan kerajinan mendong secara konvensional dan kurang diminati pasar modern, kini mulai mampu mengembangkan produk yang lebih kreatif dan bernilai jual. Melalui pelatihan dan pendampingan inovasi produk dengan menggabungkan bahan mendong dan limbah tekstil, mitra memperoleh pemahaman baru mengenai desain produk yang lebih modern, fungsional, serta mengikuti tren pasar. Praktik langsung dan pendampingan desain produk memberikan dampak positif terhadap kemampuan mitra dalam menciptakan variasi produk inovatif sehingga kerajinan mendong memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar modern.

Pada aspek pemasaran digital, permasalahan yang sebelumnya dihadapi mitra adalah masih terbatasnya pemanfaatan media sosial dan marketplace sehingga jangkauan pemasaran belum optimal. Setelah dilaksanakan pelatihan digital marketing dan praktik pembuatan konten promosi, mitra mulai memahami pentingnya pemasaran berbasis digital dalam meningkatkan penjualan produk. Pendampingan pengelolaan akun media sosial dan marketplace membantu mitra dalam mempromosikan produk inovatif mendong-tekstil secara lebih luas dan menarik. Hasilnya, kemampuan mitra dalam membuat konten promosi serta memanfaatkan platform digital mengalami peningkatan yang signifikan.

Dalam aspek manajemen usaha, mitra sebelumnya belum memiliki sistem pengelolaan usaha yang tertata, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, serta mengalami kesulitan dalam menghitung biaya produksi dan laba rugi usaha. Melalui pelatihan manajemen usaha berbasis teknologi informasi dan pendampingan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, mitra mulai mampu melakukan pencatatan keuangan secara lebih terstruktur. Selain itu, mitra juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pemisahan keuangan usaha dan pribadi serta penyusunan laporan keuangan sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Selain itu, pada aspek pendukung pemasaran, tampilan visual produk yang sebelumnya masih sederhana berhasil ditingkatkan melalui pelatihan fotografi produk. Mitra diberikan pemahaman mengenai teknik dasar pengambilan foto produk menggunakan peralatan sederhana sehingga mampu menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan eye catching. Foto produk yang lebih profesional tersebut menjadi pendukung utama dalam promosi digital, baik melalui media sosial maupun marketplace. Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan PKM ini mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam inovasi produk, pemasaran digital, pengelolaan usaha, serta penguatan visual promosi sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kerajinan mendong di era digital.

Perbandingan hasil kegiatan dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada table 5 dibawah ini

Tabel 5. Perbandingan Hasil kegiatan

No	Peneliti	Fokus Kegiatan	Hasil Penelitian Sebelumnya	Hasil Kegiatan PKM Jempol Jaya	Kebaruan/Keunggulan
1	Kartika et al.(Kartika et al., 2021)	Inovasi produk kerajinan berbasis limbah tekstil	Pemanfaatan limbah tekstil mampu meningkatkan nilai tambah produk kerajinan dan menarik minat konsumen baru.	Menghasilkan produk hibrida mendong–tekstil yang lebih modern dan bernilai jual serta mendukung pelestarian kerajinan mendong.	Tidak hanya memanfaatkan limbah tekstil, tetapi mengintegrasikan kearifan lokal mendong dengan desain produk modern.
2	Jusridayanti(Jusrid ayanti, 2023)	Pelatihan manajemen usaha UMKM	Penerapan pencatatan keuangan sederhana meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan pelaku UMKM.	Kemampuan manajemen usaha meningkat dari 5% menjadi 75% setelah pelatihan dan pendampingan berbasis teknologi informasi.	Mengombinasikan pelatihan manajemen usaha dengan pemanfaatan aplikasi digital untuk pencatatan keuangan.
3	Simpony et al.(Simpony et al., 2025)	Pengembangan produk kreatif berbasis kebutuhan pasar	Inovasi desain produk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk UMKM.	Mitra mampu mengembangkan variasi produk kreatif mendong–tekstil sesuai tren pasar modern dengan peningkatan kemampuan dari 5% menjadi 80%.	Mengintegrasikan inovasi produk dengan strategi pemasaran digital dan branding usaha.
4	Nurbillah et al.(Nurbillah et al., 2024)	Pelestarian kerajinan mendong dan pemberdayaan perajin	Ditemukan bahwa menurunnya jumlah perajin dan rendahnya minat pasar menjadi ancaman utama keberlanjutan kerajinan mendong.	Program berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha melalui inovasi produk digital marketing, foto produk, dan manajemen usaha berbasis TI.	Pendekatan lebih komprehensif karena tidak hanya fokus pada pelestarian, tetapi juga transformasi digital dan peningkatan daya saing usaha.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas mitra pada aspek inovasi produk, pemasaran digital, manajemen usaha berbasis teknologi informasi, serta fotografi produk. Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan metode pre-test dan post-test, terjadi peningkatan kemampuan yang signifikan pada seluruh aspek pelatihan. Kemampuan mitra yang pada kondisi awal hanya berada pada kisaran 5–10% meningkat menjadi 75–80% setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Mitra tidak hanya memperoleh peningkatan pengetahuan, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh melalui pengembangan produk hibrida mendong–tekstil yang lebih modern, pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, penerapan pencatatan keuangan usaha yang lebih terstruktur, serta penyajian foto produk yang lebih menarik untuk mendukung promosi digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan penguatan manajemen usaha mampu meningkatkan kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Meskipun demikian, evaluasi program menunjukkan bahwa pendampingan lanjutan masih diperlukan untuk memastikan keberlanjutan penerapan keterampilan yang telah diperoleh serta mengukur dampaknya terhadap peningkatan omzet dan profitabilitas usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kegiatan selanjutnya direkomendasikan untuk difokuskan pada penguatan branding produk, optimalisasi strategi pemasaran digital berbasis data, perluasan akses pasar melalui kerja sama dengan marketplace dan komunitas bisnis, serta pengembangan desain produk yang lebih beragam sesuai kebutuhan pasar. Selain itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan dalam pengelolaan keuangan digital, penyusunan standar operasional prosedur (SOP) produksi, dan pengukuran kinerja usaha secara periodik agar UMKM Jempol Jaya dapat berkembang secara mandiri, berdaya saing tinggi, serta berkontribusi dalam pelestarian kerajinan mendong sebagai produk unggulan daerah yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan Dana kegiatan Tahun Pendanaan 2026, Ucapkan terimakasih juga Kepada Kampus Universitas Bina Sarana Informatika yang selalu mendukung dan memfasilitasi kami dan juga terimakasih juga kepada Para Pengurus dan Anggota UMKM Jempol Jaya Tasikmalaya yang telah membantu dan mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sugianto, A. S. (2024). PEMBUATAN ANEKA KERAJINAN DARI TAMPAR MENDONG PADA MASYARAKAT DESA BLAYU, WAJAK, MALANG. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat*, 5, 571–580.
- Amelia, S., Yennimar;, Ajima, R. N., Srihartati, S., Purba6, T. D. B. S. N. A., & Reagan Surbakti Saragih; (2026). Inovasi Mesin Tenun Ulos Batak dengan Menggunakan Teknologi Digital untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Tradisional di Desa Sumber Jaya. *JURNAL ABDIMAS MADUMA*, 5(1), 157–167.
- Arif, G. R. W. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Rajapolah Melalui Pendekatan Resource Based View(RBV)Rajapolah Handicraft Creative Industry Development Strategy Througha Resource Based View (RBV) Approach. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 9(November), 108–119. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i1.8317>
- Evelyn, M., Saputra, D., Studi, P., Produk, D., Kristen, U., & Wacana, D. (2023). Eksplorasi Kain Perca dan Serat Mendong untuk Pengembangan Desain Tas Wanita. *Prosiding Serenade*, 2.
- Iis Miati, R. S. (2022). STRATEGI BERSAING PADA SENTRA INDUSTRI ANYAMAN MENDONG DI KABUPATEN TASIKMALAYA. *JMBI UNSRAT*, 9(3), 1708–1720.
- Jusridayanti, I. S. (2023). Dampak Kerajinan Tikar Mendong Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus di Desa Lenek Kecamatan Lenek Kabupaten Lombok Timur) Jusridayanti , Isfi Sholihah Universitas Hamzanwadi Email : jusridayanti.2019@student.hamzanwadi.ac.id PENDAHULUAN. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Ekonomi*, 1(2), 79–86. <https://doi.org/10.70115/circular.v1i2.250>
- Kartika, R., Haris, F., Prabowo, E., Nur, M., & Nandang, L. (2021). Building Consumers ' Awareness on Local Creative Industry Products. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 176(ICoSIAMS 2020), 406–410.
- Muhammad, A., Hary, M., Theresia, S. V., & Herry, P. B. (2025). PELATIHAN BISNIS DASAR UNTUK

- UMKM NAIK KELAS BEKASI : STRATEGI MEMBANGUN USAHA YANG BERKELANJUTAN. *Communnity Development Journal*, 6(2), 2612–2620.
- Nurbillah, R. F., Noor, T. I., & Inurahman, V. S. (2024). STRATEGI PEMASARAN KERAJINAN ANYAMAN MENDONG DI KECAMATAN RAJAPOLAH KABUPATEN TASIKMALAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 11(2), 353–367.
- Nurhayati, M., & Yanti, S. N. (2024). Peran teknologi informasi dalam transformasi bisnis dan ekonomi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 10008–10012.
- Palilatil, I., & Mohamad, I. W. S. ; I. (2022). INOVASI PRODUK KERAJINAN ANYAMAN MENDONG MELALUI TEKNIK ECOPRINT PADA KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE)DI DESA BULOTALANGI TIMUR KABUPATEN BONE BOLANGO. *Jurnal Seni Dan Desain*, 2(2), 30–42.
- Ruja, R. F. A. D. I. N. B. K. (2021). REGENERASI SEBAGAI UPAYA MENGATASI PENURUNAN PENGRAJIN SENTRA BATIK DESA NGENTRONG KECAMATAN KARANGAN KABUPATEN TRENGGALEK. *Jurnal Sandhyakala*, 2, 11–27.
- Salwa, M. N. (2026). Pendampingan Strategis Berbasis Hasil Visitasi Akreditasi untuk Akselerasi Mutu Pembelajaran dan Manajemen di MI Alkhairaat Beteleme. *B E R B A K T I*, 02(04), 272–277.
- Simpony, B. K., Purnia, D. S., Cahyadi, C., Azzahra, V., Fauziah, A. Z., Bina, U., & Informatika, S. (2025). Pendampingan pemberdayaan masyarakat untuk peningkatan manajemen usaha olahan limbah tekstil berbasis teknologi informasi UMKM f kreasi. *PRAXIS:Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 30–38.
- Susilawati, S., Suryaningsih, M., & Saleh, R. (2025). Penerapan Aplikasi Digital untuk Pencatatan dan Pengelolaan Keuangan yang Efisien. *Room of Civil Society Development*, 4(4), 588–597.