JURNAL ABDIMAS INDONESIA Vol. 6, No. 1, 2026
E-ISSN 2797-2887
Copyright © 2025 The Author(s)

Pelatihan Jaga Mutu Dan Rangkai Usaha Sukses Bening Rajut (JURUS UMKM) Di Depok

Wulan Sari Dewi[1], Chellcylia Anjelina Yackob[2], Nurul Shilfiana[3], Safii Akbar[4], Andra Satria Wenan C[5], Ahmad Nurdin[6]

[1,2,3,4,5,6] Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957, Jakarta, Indonesia

Penulis Korespondensi:
Wulan Sari Dewi
wulan159ibik@gmail.com

Abstrak:

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran digital, dan menjaga konsistensi kualitas produk di UMKM Bening Rajut, Depok. Dalam menjalankan usahanya, mereka masih menghadapi tantangan literasi digital, pencatatan keuangan manual, dan kurangnya standar operasional visual untuk produksi. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui observasi lapangan, wawancara dengan pemilik UMKM, analisis kebutuhan bisnis, pelatihan penggunaan WhatsApp Business dan Instagram, pembuatan media branding seperti Y-banner, dan penerapan SOP visual sederhana. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pemilik UMKM dalam mengelola media sosial, peningkatan eksposur dan penjualan berkat keikutsertaan dalam bazar, serta terbentuknya standar kerja dasar melalui SOP visual. Selain itu, dukungan motivasi dari pendampingan ini membantu meningkatkan kesadaran pemilik usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terorganisasi. Dampak dari kegiatan ini menegaskan bahwa pelatihan dengan berbagai keterampilan dan standarisasi proses dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM skala mikro sekaligus memberikan model pendampingan yang dapat diterapkan kepada UMKM lainnya.

Kata Kunci: *UMKM, pemasaran digital, SOP visual, pengembangan usaha, kerajinan rajut*

Pendahuluan

UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia, terutama bagi sektor industri kreatif yang memiliki potensi besar untuk tumbuh melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi digital. Bening Rajut, sebuah UMKM berbasis kerajinan tangan yang berlokasi di Depok dan berdiri sejak 2019, merupakan contoh usaha mikro yang memiliki peluang perkembangan cukup signifikan apabila diberikan pendampingan dan intervensi yang tepat. Usaha ini memproduksi berbagai kerajinan rajutan seperti tas, dompet, topi, dan aksesori dengan teknik manual. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik dan nilai estetika yang menjanjikan, UMKM ini masih menghadapi hambatan struktural dan teknis yang membatasi kapasitas pertumbuhannya. Hambatan tersebut terkait aspek pemasaran digital, pencatatan keuangan, manajemen operasional, serta

Copyright © 2025 The Author(s)

konsistensi kualitas produk yang belum terdokumentasi dalam bentuk Standard Operating Procedure (SOP) visual.

Tantangan yang dihadapi UMKM Bening Rajut sejalan dengan temuan beberapa studi yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk pengembangan (TANTANGAN DAN UPAYA PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL BAGI UMKM, n.d.). Kurangnya literasi digital seringkali menghambat pelaku usaha kecil dalam memasarkan produk, membangun citra merek, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Bagi Bening Rajut, pemasaran produk masih terbatas pada sistem pemasaran dari mulut ke mulut secara tradisional, sehingga menghambat ekspansi pasar yang signifikan. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, sehingga rentan terhadap ketidakakuratan dalam pengelolaan modal, perhitungan laba, dan perencanaan usaha jangka panjang. Hal ini sejalan dengan pendapat (Fitriyani et al., n.d.) yang menyatakan bahwa kapabilitas manajerial UMKM, termasuk manajemen administrasi dan pemasaran, berperan penting dalam keberlanjutan usaha.

Secara operasional, kurangnya SOP visual yang mengatur proses produksi mengakibatkan kualitas produk yang tidak konsisten. Produk rajutan tangan membutuhkan ukuran benang, pola, dan ketebalan standar untuk menjaga kualitas yang konsisten. Hal ini penting karena konsistensi produk berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan reputasi merek. Menurut (Peningkatan et al., n.d.)), SOP visual dapat membantu meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi potensi kesalahan, dan memperkuat identitas produk UMKM. Oleh karena itu, Bening Rajut perlu mengembangkan SOP visual yang sederhana untuk menyederhanakan proses produksinya.

Berdasarkan identifikasi awal melalui observasi dan wawancara dengan para pelaku usaha, beberapa kebutuhan mendesak teridentifikasi, termasuk peningkatan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran modern. WhatsApp Business dan Instagram merupakan platform yang mudah digunakan dan memiliki jangkauan luas, sehingga pelatihan kedua platform ini menjadi bagian penting dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM). UMKM perlu memahami strategi konten, teknik fotografi produk, penulisan caption yang menarik, dan cara berinteraksi dengan pelanggan secara profesional. Hal ini sejalan dengan temuan (Restu Mahendra & Padmantyo, n.d.) yang menyatakan bahwa kualitas komunikasi digital berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian.

Selain pelatihan pemasaran digital, kegiatan pendampingan meliputi pembuatan media promosi berupa Y-banner untuk meningkatkan visibilitas bisnis, terutama pada bazar yang diikuti UMKM pada 9 November 2025. Partisipasi dalam bazar sangat penting untuk branding, memperluas jaringan pelanggan, dan memperkuat pengalaman langsung para wirausahawan. Menurut (Rona Octavia Mawaddah & Yanda Bara Kusuma, 2023), keterlibatan UMKM dalam kegiatan promosi luring seperti bazar dapat meningkatkan kesadaran merek hingga 40% jika didukung oleh identitas visual yang kuat.

Dalam hal motivasi dan pengembangan bisnis, pemilik UMKM Bening Rajut menunjukkan keinginan kuat untuk memperluas pasar, tetapi masih merasa kurang percaya diri dengan praktik promosi digital. Hal ini menyoroti perlunya pendampingan berbasis sumber daya manusia yang tidak hanya memberikan pelatihan teknis tetapi juga memperkuat pola pikir kewirausahaan. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Rahmawati dan Santoso (2021), menegaskan bahwa motivasi dan kepercayaan diri merupakan faktor krusial yang memengaruhi keberhasilan UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi.

Untuk mengatasi tantangan ini, program Pengabdian Masyarakat (PkM) yang dipimpin mahasiswa mengembangkan serangkaian solusi komprehensif yang mencakup peningkatan literasi digital, pembuatan prosedur operasi standar (SOP) visual, pemberian dukungan operasional, dan dukungan branding. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, analisis kebutuhan bisnis, pelatihan teknis, penerapan SOP sederhana, dan dukungan langsung selama kegiatan bazar. Pendekatan ini didukung oleh model pemberdayaan UMKM berbasis pengembangan kapasitas yang banyak digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat (Idawati et al., 2016). Melalui pelatihan terstruktur, UMKM diharapkan dapat meningkatkan keterampilan, efektivitas operasional, dan kemandirian usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa intervensi langsung meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan media digital, terutama WhatsApp Business dan Instagram. Pelaku usaha dapat mengunggah katalog produk, membuat respons otomatis, memahami wawasan, dan berinteraksi dengan pelanggan secara lebih profesional. Lebih lanjut, bazar memberikan pengalaman konkret dalam mempromosikan produk dan memperluas jangkauan penjualan. Penerapan SOP visual membantu mengurangi inkonsistensi produk dan menyederhanakan proses produksi. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif bagi UMKM, baik dalam hal peningkatan kualitas manajemen maupun pemasaran dan branding.

Oleh karena itu, pendampingan Program Pengabdian Masyarakat (PKM) bagi UMKM Bening Rajut merupakan langkah strategis dalam memperkuat keberlanjutan usaha kecil melalui pendekatan multifaset yang mencakup digitalisasi, manajemen, branding, dan motivasi. Program ini diharapkan dapat menjadi model pendampingan bagi UMKM lain, khususnya di sektor kerajinan, yang memiliki potensi signifikan namun masih memiliki akses terbatas terhadap teknologi dan pengetahuan manajerial.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di UMKM Bening Rajut yang berlokasi di Jl. RM Sudiyanto No. 57, Kampung Pulomangga RT 01 RW 04, Grogol–Limo, Depok, Jawa Barat. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama tiga minggu melalui tiga kunjungan langsung yang dilakukan secara terstruktur, yaitu pada 2 November 2025 untuk observasi awal dan identifikasi kebutuhan, 9 November 2025 untuk pelatihan dan pendampingan pemasaran pada kegiatan bazar, serta 17 November 2025 untuk pelatihan lanjutan dan penyusunan SOP visual. Pemilihan lokasi kegiatan didasarkan pada kemudahan akses dan kesesuaiannya sebagai pusat operasional produksi UMKM sehingga memungkinkan proses observasi dan pelatihan dilakukan secara efektif.

Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah pemilik UMKM Bening Rajut, Ibu Waris Setiyaningsih, yang menjalankan usaha secara mandiri dengan skala mikro rumahan. Mitra dipilih berdasarkan identifikasi kebutuhan yang menunjukkan adanya permasalahan pada aspek literasi digital, pemasaran produk, konsistensi kualitas hasil produksi, dan pencatatan keuangan. Pemilihan mitra juga mempertimbangkan kesiapan pemilik untuk mengikuti rangkaian kegiatan dan keterbukaan terhadap perubahan yang direkomendasikan dalam peningkatan kualitas usaha.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui empat tahapan utama, yaitu persiapan, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Tahap persiapan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam untuk memetakan masalah serta merumuskan kebutuhan prioritas. Tahap penyuluhan dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi

Copyright © 2025 The Author(s)

usaha, pengelolaan media sosial, dan standar kualitas produksi. Tahap pelatihan mencakup praktik langsung penggunaan WhatsApp Business dan Instagram, seperti pembuatan katalog produk, penggunaan pesan otomatis, teknik pengambilan foto produk, serta manajemen konten yang konsisten. Pendampingan dilakukan pada kegiatan bazar guna memastikan pemilik mampu menerapkan teknik pemasaran secara langsung, sekaligus mendokumentasikan proses kerja untuk penyusunan SOP visual sebagai panduan produksi yang terstandar.

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi tersusunnya akun WhatsApp Business lengkap dengan katalog produk, meningkatnya aktivitas dan konsistensi konten pada akun Instagram, tersedianya SOP visual yang menjelaskan alur produksi secara sistematis, serta penggunaan media branding berupa Y-banner pada kegiatan bazar. Selain itu, keberhasilan juga diukur dari meningkatnya kemampuan pemilik dalam mengoperasikan media digital secara mandiri dan meningkatnya kepercayaan diri dalam memasarkan produk kepada konsumen.

Evaluasi keberhasilan program dilakukan melalui observasi, wawancara ulang, dan dokumentasi sebelum dan sesudah kegiatan. Observasi digunakan untuk menilai perubahan keterampilan pemilik dalam menggunakan media digital dan menerapkan SOP produksi. Wawancara dilakukan untuk mengetahui persepsi pemilik terhadap manfaat yang dirasakan dan tantangan yang masih dihadapi. Dokumentasi berupa foto produk sebelum–sesudah, screenshot akun media sosial, dan dokumentasi aktivitas bazar digunakan sebagai bukti visual capaian program. Evaluasi berkelanjutan ini memastikan bahwa kegiatan PKM memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas manajerial dan pemasaran UMKM Bening Rajut.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada UMKM Bening Rajut menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan digital marketing, konsistensi kualitas produk, serta penguatan branding setelah pelaksanaan tiga rangkaian pendampingan yang dilakukan. Secara umum, kegiatan PKM memberikan dampak positif terhadap kapasitas pemilik UMKM dalam mengelola usaha, baik dari aspek produksi maupun pemasaran. Peningkatan ini dapat diamati melalui perubahan perilaku usaha sebelum dan sesudah pelatihan, dokumentasi media digital, dan hasil implementasi SOP visual yang dikembangkan selama program berlangsung.

Secara keseluruhan, kegiatan pertama berupa observasi dan identifikasi masalah mengungkap beberapa kendala utama, yaitu belum adanya pemanfaatan media digital, pemasaran hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, belum tersedianya katalog produk, serta tidak adanya SOP visual yang menyebabkan kualitas produk tidak konsisten. Hasil pengamatan lapangan menunjukkan bahwa produk rajutan yang dibuat dalam dua waktu berbeda memiliki perbedaan ukuran 1–2 cm dan ketidakseragaman pada ketegangan tusukan. Temuan awal ini sejalan dengan teori manajemen operasional yang menyatakan bahwa standar kerja diperlukan untuk mengurangi variasi hasil produksi (Heizer et al., 2020).

Hasil kegiatan kedua yang dilakukan pada 9 November 2025 saat bazar menunjukkan bahwa pemilik UMKM memperoleh pengalaman langsung dalam promosi produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan menata display produk secara lebih menarik. Pendampingan ini membantu pemilik memahami perilaku konsumen dan cara menyampaikan keunggulan produk secara lebih percaya diri. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa experiential learning dapat meningkatkan

kemampuan komunikasi dan kepercayaan diri pelaku usaha (Nashrullah & Nasikhin, 2025).

Selanjutnya, kegiatan ketiga pada 17 November 2025 berfokus pada pelatihan digital marketing dan penyusunan SOP visual. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pemilik mampu membuat katalog produk pada WhatsApp Business, menggunakan fitur pesan otomatis, dan memahami penjadwalan unggahan pada Instagram. Dokumentasi berupa tangkapan layar akun WhatsApp Business dan tampilan feed Instagram menunjukkan perubahan signifikan dari yang sebelumnya kosong menjadi lebih terorganisasi dan memiliki identitas visual yang jelas. Perubahan ini mendukung teori (Restu Mahendra & Padmantyo, n.d.) yang menegaskan bahwa penggunaan media digital berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen dan peningkatan akses pasar bagi UMKM.

Di sisi produksi, penyusunan SOP visual memberikan dampak nyata terhadap kualitas produk. SOP visual berisi tahapan produksi mulai dari pemilihan benang, jumlah tusukan standar, pola pembuatan, hingga proses finishing. Implementasi SOP ini meminimalkan variasi ukuran produk dan membantu pemilik menghasilkan produk yang lebih seragam. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Sary et al., 2025) yang menyatakan bahwa SOP visual mampu meningkatkan efisiensi kerja dan memperkuat identitas produk pada UMKM berbasis kerajinan tangan.

Selain itu, hasil observasi menunjukkan peningkatan pemahaman pemilik dalam pengelolaan branding. Penggunaan Y-banner pada kegiatan bazar berhasil menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan visibilitas produk. Sebelum kegiatan PKM, UMKM tidak memiliki media promosi visual. Setelah pendampingan, UMKM memiliki media branding yang lebih profesional, mendukung teori (Ollivia et al., 2025) mengenai pentingnya identitas visual dalam memperkuat citra merek dan menarik minat konsumen.

Secara keseluruhan, hasil program PKM ini dapat disimpulkan sebagai berikut:
(1) UMKM berhasil mengoptimalkan media digital untuk pemasaran;
(2) kualitas produk meningkat melalui penerapan SOP visual;
(3) branding usaha menjadi lebih kuat dan profesional;
(4) pemilik UMKM menunjukkan peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri dalam menjalankan usaha.

Pembahasan hasil menunjukkan bahwa penerapan pendekatan edukatif dan partisipatif dalam pendampingan UMKM mampu memberikan dampak langsung dan terukur terhadap peningkatan kapasitas usaha. Intervensi yang terstruktur, didukung praktik langsung seperti bazar dan pelatihan digital marketing, terbukti efektif membantu pemilik menguasai keterampilan baru dan menerapkannya secara mandiri. Hal ini memperkuat teori pemberdayaan UMKM yang menekankan pentingnya pendampingan berkelanjutan dan penguatan kompetensi pelaku usaha sebagai faktor kunci keberhasilan (*FullBookSustainabilitydalamManajemenUMKM-PerspektifLingkunganSosialdanEkonomi*, n.d.).

Simpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada UMKM Bening Rajut memberikan kontribusi baru berupa implementasi digital marketing berbasis WhatsApp Business dan Instagram, serta pengembangan SOP visual yang mampu meningkatkan konsistensi kualitas produk. Pendampingan yang dilakukan secara langsung, termasuk saat kegiatan bazar, juga memberikan pengalaman praktis bagi pemilik UMKM dalam mempromosikan produk, memahami kebutuhan pelanggan, dan memperkuat identitas branding melalui media promosi seperti Y-banner. Kebaruan dari kegiatan ini terletak

Copyright © 2025 The Author(s)

pada integrasi antara pelatihan digital, standardisasi proses produksi, dan pendampingan pemasaran dalam satu rangkaian program yang dirancang secara terstruktur.

Manfaat kegiatan ini dirasakan langsung oleh pemilik UMKM, antara lain meningkatnya literasi digital, keterampilan pengelolaan media sosial, dan kemampuan untuk menghasilkan produk yang lebih konsisten melalui penggunaan SOP visual. Selain itu, kegiatan ini membantu meningkatkan kepercayaan diri pemilik dalam berinteraksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pemasaran, yang berdampak pada peningkatan potensi penjualan. Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, kegiatan PkM ini secara nyata berkontribusi pada penguatan kapasitas UMKM untuk lebih siap beradaptasi dalam era digital.

Secara teoritik, kegiatan ini mendukung konsep pengembangan UMKM yang menekankan pentingnya digitalisasi, standardisasi kualitas, dan peningkatan kompetensi pelaku usaha. Hasil kegiatan ini sejalan dengan teori operasional tentang peran SOP dalam menciptakan konsistensi produk, serta teori pemasaran digital yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial dapat memperluas pasar dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Selain itu, hasil PkM ini memperkuat temuan penelitian terdahulu mengenai urgensi pendampingan berkelanjutan bagi UMKM sebagai strategi peningkatan kapasitas usaha.

Untuk kegiatan pengabdian berikutnya, disarankan adanya pendampingan lanjutan terkait pengelolaan keuangan digital, optimalisasi konten kreatif pada media sosial, dan diversifikasi produk sesuai tren pasar. Rekomendasi lainnya adalah melibatkan komunitas UMKM setempat agar hasil pendampingan dapat diperluas dan memberikan dampak yang lebih luas. Kegiatan evaluasi berkala juga diperlukan untuk memastikan keberlanjutan implementasi SOP visual dan penggunaan media digital oleh mitra(Judijanto et al., n.d.).

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Bening Rajut, khususnya kepada Ibu Waris Setiyaningsih selaku mitra kegiatan yang telah memberikan akses penuh, kesempatan belajar bersama, serta partisipasi aktif selama proses pendampingan dan pelatihan berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Institut Bisnis dan Komputer (IBI) Kosgoro 1957 yang telah memberikan dukungan akademik, fasilitas, serta izin pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada program studi Manajemen Sumber Daya Manusia atas dukungan administratif dan koordinasi pelaksanaan kegiatan. Selain itu, penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan teknis, dan kontribusi non-materi, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

Apabila terdapat lembaga sponsor atau pemberi hibah, kami menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungan pendanaan yang diberikan, sehingga kegiatan PkM ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi mitra UMKM.

Referensi

Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., & Rahman, R. (2021). Peran kemampuan manajerial dan lingkungan industri dalam meningkatkan kualitas UMKM. *Jurnal Tambora, 5*(3), 35–39. https://doi.org/10.36761/jt.v5i3.1312

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed., Global ed.). Pearson.

Indonesia, Kementerian Koperasi dan UKM. (2023, October 9). *Tantangan dan upaya pengembangan teknologi digital bagi UMKM*. JDIH Kementerian Koperasi dan UKM. https://jdih.kop.go.id/doc/download/file/1696824343_TANTANGAN%20DAN%20UPAYA%20PENGEMBANGAN.pdf/t/artikel

Judijanto, L., Sumarno, & Hastuti, W. (2025). *Manajemen UMKM: Mengelola dan mengembangkan usaha kecil dan menengah*. CV Lauk Puyu Press.

Mahendra, S. R., & Padmantyo, S. (2024). Pengaruh digital marketing dan service quality terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepercayaan merek. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, 7*(6). https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.13471

Mawaddah, R. O., & Kusuma, Y. B. (2023). Pendampingan pada masyarakat dalam peningkatan pendapatan melalui program bazar Ramadhan di Desa Laweyan. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara, 2*(3). https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i3.174

Nashrullah, M. H., & Nasikhin, M. N. A. K. (2025). Pelatihan kepemimpinan dan pemasaran bagi siswa jurusan bisnis digital SMK NU Karanggeneng. *Journal of Sustainable Community Development, 3*(3), 109–113. https://doi.org/10.60036/96hm2q80

Sary, K. A., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Maudi, M. (2025). Perancangan visual branding untuk meningkatkan identitas dan daya saing UMKM binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara, 9*(1), 200–211. https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.24029