

Peningkatan Manajemen Pemasaran Dan Desain Produksi UMKM Aneka Kriya Berbahan Songket Sebagai Oleh-Oleh Souvenir Khas Palembang

Improving Marketing Management And Production Design For Msmes Producing Various Handicrafts Made From Songket As Typical Palembang Souvenir Gifts

Ummasyroh^{a*}, Divianto^b, Heri Setiawan^c, Alditia Detmuliati^d, Meidasari Adelia^e, Wahyuni Triarizki Dewangi^f, Siti Adinda Atika^g, Nyimas Alysha Nadine Nabilla^h, Priyanka Sasadara Pracena Putriⁱ

Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia^{a,b,c,d,e,f,g,h,i}

^aummasyroh@polsri.ac.id

Abstract

This community service program aims to enhance the competitiveness of Niketo MSME (Etniknyo Wong Kito), a Palembang traditional songket craft producer, through strengthening marketing management, packaging design innovation, the application of digital technology in the form of an e-catalog, and excellent service training. The main focus of the program is to assist the MSME in overcoming challenges in marketing, design innovation, and intellectual property rights protection in order to expand market access and significantly increase revenue. The methodology employed consists of five stages: (1) analysis of the partner's situation and problems, (2) formulation of solutions using mind mapping, (3) implementation of appropriate technology through a website- and Android-based e-catalog, (4) training and mentoring in digital marketing management, creative packaging design, excellent customer service, and intellectual property rights registration, and (5) evaluation of program sustainability through observation, interviews, and questionnaires. The results indicate an improvement in production and marketing skills by more than 80%, product packaging and design transformation reaching up to 85%, market expansion with threefold penetration through digital platforms, and an increase in revenue of up to 150%. In addition, the partner MSME successfully registered intellectual property protection to safeguard the uniqueness of its product designs. This activity demonstrates that the integration of packaging innovation, digital marketing, and excellent service can effectively transform culture-based MSMEs into modern brands that are competitive in both national and international markets. The limitations of the program include its scope being restricted to only one assisted partner, initial technological infrastructure constraints, and the inability to fully conduct long-term monitoring. The contribution of this program not only improves the partner's capacity and revenue, but also provides a model for empowering culture-based MSMEs through a digital entrepreneurship approach, supports the achievement of university Key Performance Indicators, and strengthens intellectual property literacy among craft-based MSMEs.

Keywords: MSMEs, Palembang Songket, Digital Marketing, E-Catalog, Creative Economy

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Niketo (Etniknyo Wong Kito), pengrajin kriya songket khas Palembang, melalui penguatan manajemen pemasaran, inovasi desain kemasan, penerapan teknologi digital berupa e-katalog, serta pelatihan layanan prima. Fokus utama program adalah membantu UMKM menghadapi kendala dalam pemasaran, inovasi desain, dan perlindungan hak kekayaan intelektual agar mampu memperluas akses pasar serta meningkatkan omzet secara signifikan. Metodologi yang digunakan mencakup lima tahap, yaitu analisis situasi dan permasalahan mitra, penyusunan solusi dengan mind mapping, implementasi teknologi tepat guna berupa e-katalog berbasis website dan Android, pelatihan serta pendampingan manajemen pemasaran digital, desain kemasan kreatif, layanan prima, dan pendaftaran HKI, serta evaluasi keberlanjutan program melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran sebesar lebih dari 80%, transformasi kemasan dan desain produk hingga 85%, perluasan jangkauan pasar dengan penetrasi tiga kali lipat melalui platform digital, serta peningkatan omzet hingga 150%. Selain itu, UMKM mitra berhasil

mendaftarkan perlindungan HKI untuk menjaga keunikan desain produknya. Kegiatan ini adalah integrasi inovasi kemasan, pemasaran digital, dan layanan prima dapat secara efektif mentransformasi UMKM berbasis budaya lokal menjadi brand modern yang kompetitif di pasar nasional maupun internasional. Keterbatasan program ini terletak pada jangkauan yang masih terbatas pada satu mitra binaan, kendala infrastruktur teknologi di awal implementasi, serta monitoring jangka panjang yang belum sepenuhnya dapat dilakukan. Kontribusi kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas dan omzet mitra, tetapi juga memberikan model pemberdayaan UMKM berbasis budaya lokal dengan pendekatan digital entrepreneurship, mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama perguruan tinggi, serta memperkuat literasi HKI di kalangan UMKM kriya.

Kata Kunci: UMKM, Songket Palembang, *Digital Marketing*, *E-Katalog*, Ekonomi Kreatif

1. Pendahuluan

Persoalan Indonesia merupakan negara kaya akan budaya, setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri, salah satunya pakaian adat di Palembang, Sumatera Selatan, yaitu Songket Palembang. Kekhasan songket Palembang diperkaya oleh pengaruh perpaduan beberapa budaya yang mewarnai sosial-budaya itu. Menurut sejarahnya, kain songket Palembang mendapat pengaruh cukup kuat oleh India dan Tiongkok (1). Menurut Menperin "Cantiknya songket Palembang juga didukung oleh telatennya para perajin memasukkan pernik-pernik yang detail, jadi ada unsur 'craftmanship' yang terus dipertahankan. Juga semakin berkembang oleh kreativitas desainer dan pelaku usaha mudanya" (2). Akan tetapi, untuk melestarikannya dan tetap diminati generasi masa sekarang (Gen Z) maka perlu sentuhan khusus dari pelaku UMKM itu sendiri untuk menjadikannya kriya "kekinian" dan tidak lekang oleh waktu karena akan tetap ada selama kerativitas para pelaku UMKM tetap tinggi (out of the box).

Mitra Pengabdian adalah UMKM "Niketo (Etniknyo Wong Kito)" merupakan pengrajin aneka kriya berbahan songket khususnya songket khas Palembang yang menjual produknya sebagai oleh-oleh souvenir Palembang. Lokasi Mitra (15 menit/4,5 Km ditempuh dengan kendaraan dari kampus). Mitra menjual dan menerima pesanan aneka kriya mulai dari songket tenun benang emas, songket ATBM dan ada juga songket mesin. Semua produk berbahan songket yang dihasilkan, berupa: boneka "Aesan Gede", gantungan kunci, masker, aneka tas, bros, gelang dan kalung kain jumputan dan songket, bandana, aneka hampers, ikat rambut, pita, bunga kain, aneka pajangan dan hiasan mahar dan hantaran serta souvenir pernikahan, dan banyak lainnya. Mitra memperkerjakan 10 orang (halfday atau setengah hari) dan beberapa orang tenaga lepas lainnya jika pesanan sedang banyak.

Rentang waktu 2024-2025, jumlah konsumen per harinya sebanyak 10-15 orang dengan omset per bulan sebesar ±Rp11.500.000,-. Para pekerja dibayar dengan upah berdasarkan banyak unit pekerjaan yang diselesaikan dan untuk pesanan tertentu maka akan ditambahkan upah berdasar lama pengerjaan "paket" produk kriya. Tahun 2021 sampai saat ini mulai mengalami penurunan kembali, omset usaha dimana per hari hanya 7-9 orang konsumen saja dan omset per bulan hanya berkisar antara Rp7.400.000 – Rp8.500.000. Mitra memasarkan produknya melalui Bazar dan memposting di Facebook/Instagram, atau melalui marketplace. Harga produk kriya berbahan songket ini bervariasi tergantung pada jenis bahan songket yang digunakan, pernik-pernik tambahan seperti: bebatuan, manik-manik, dan lainnya. Seperti tas berbahan songket, bentuknya ada beberapa macam mulai dari sling bag unisex, totebag, tas pesta, tas kerja, tas sekolah, hingga tas Hp dan pouch. Mitra menerima pesanan dan permintaan desain khusus yang diinginkan oleh konsumen dengan

sistem PO dengan waktu tunggu paling lama 1 minggu dan pesanan yang rumit paling lama 2-3 minggu.

Misalnya untuk pengerjaan aksesoris bros berbahan songket, jika mitra sedang banyak pesanan untuk acara atau dari reseller maka pengerjaannya minimal 3 hari pembuatan. Hari pertama dominan untuk proses pengerasan dengan kain keras dan lem agar benang-benang pada kain songket tidak buyar saat dipotong/dijahit sesuai pola. Hari kedua adalah proses payet/mutiara pada kain songket dan menambahkan finishing dengan anting-anting serta “juntai-juntainya” (pernak-pernik pemanis). Hari ketiga adalah pengemasan produk dan pengiriman. Kemasan produk masih sederhana hanya dibungkus plastik dan paper bag belum ada kemasan khusus.

Tabel 1. Hasil Wawancara dengan Pemilik UMKM Niketo

No	Produksi	Biaya Produksi	Harga Jual
1	Pembuatan Baju Berbahan Songket Berpayet Manik-Manik/Mutiara	Kisaran biaya pembuatan baju berbahan songket berpayet manik-manik/mutiara paling rendah Rp200.000 sampai jutaan per pcs.	Harga jualnya mulai dari Rp150.000 hingga 2 juta rupiah.
2	Pembuatan Bros Songket Ukuran Kecil	Biaya produksi untuk satu pcs bros songket kecil bervariasi mulai dari Rp30.000–Rp55.000, tergantung pada banyaknya payet/mutiara dan juntai yang digunakan.	Kisaran harga jualnya mulai dari Rp50.000–Rp100.000 tergantung tingkat kerumitan brosnya.
3	Tas Songket	Biaya produksi untuk tas songket mulai dari Rp120.000 hingga tertinggi 1 juta ke atas.	Harga jualnya mulai dari Rp150.000 hingga 2 juta rupiah tergantung pada tingkat kerumitan, jenis bahan songket, serta banyaknya batuan atau manik-manik yang digunakan.
4	Gelang dan Kalung dengan Padu Padan Kain Jemputan dan Songket	Untuk pengerjaan satu kalung bisa satu hari, yang memakan waktu adalah membungkus mutiaranya dengan kain songket/jemputannya. Biaya pembuatan gelang atau kalung berbahan songket berkisar antara Rp30.000–Rp40.000 per pcs.	Harga jual Rp50.000–Rp60.000 per pcs.

Sumber: Wawancara Tanggal 4 Mei 2025

Komponen biaya pada Tabel 1.1 sudah termasuk biaya operasional lainnya yakni pemakaian listrik (karena sebelum diolah kain songket harus melalui tahap pengerasan dengan kain keras dan lem), kotak kemasan, serta jasa/upah pembuatannya dan ditambahkan margin. Tidak heran jika hasil kriya berbahan songket ini tidaklah ditemukan secara pabrikasi karena semua dilakukan melalui proses manual yang membutuhkan kesabaran dan kreativitas.



Gambar 1. Aneka Kriya Produk yang dihasilkan UMKM Niketo dari Bahan Limbah Kain

Sumber: (dok.lapangan 4 Mei 2025)



Gambar 2. Proses Pengerjaan Aneka Kriya Berbahan Songket oleh UMKM Niketo

(dok.lapangan 4 dan 5 Mei 2025)

Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan pemilik usaha, Ibu Sherlly Novresta, S.E., (tanggal 3 Mei 2025) didapatkan informasi permasalahan yang dihadapi mitra adalah: a. Mitra belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam manajemen pemasaran b. Mitra belum memiliki teknologi pemasaran baik untuk layanan ke para pengunjung/konsumen maupun untuk promosi khusus souvenir khas Palembang, c. Mitra belum memiliki kemampuan dan pengetahuan mengenai kemasan produk, pemasaran, dan teknik layanan prima yang dapat mendukung peningkatan omset dan daya saing usaha dimana omset usaha $\pm 65\%$ dari harapan/target. Mitra terkadang mendapatkan komplain pelanggan terkait dengan layanan misalnya: adanya miskomunikasi untuk produk yang dipesan oleh konsumen karena pencatatan pesanan dan desain pesanan masih dilakukan di buku catatan saja, mau melihat daftar produk akan tetapi daftar produk tidak tersedia. Oleh karena itu, perlu pengetahuan dan pemahaman mengenai Teknik layanan prima.

Hal lain yang dikeluhkan mitra adalah perlindungan atas hasil desain produk mereka yang terkadang ditiru/diduplikasi oknum yang tidak bertanggung-jawab. Seperti kejadian ditirunya/dijiplaknya kriya "Boneka Aesan Gede" dengan harga jual dibawah harga mitra. Padahal mitra menghasilkan kriya ini perlu waktu berbulan-bulan dengan metode "trial and error". Oleh karenanya, mitra juga berkeinginan untuk memahami bagaimana perlindungan atas aneka kriya yang mereka hasilkan dari kreativitas mereka sendiri. Tim pengusul juga akan memberikan sosialisasi pentingnya perlindungan HKI untuk produk kriya UMKM yang telah dihasilkan UMKM oleh Staf/pihak Kemenkumham Prov.Sumsel.

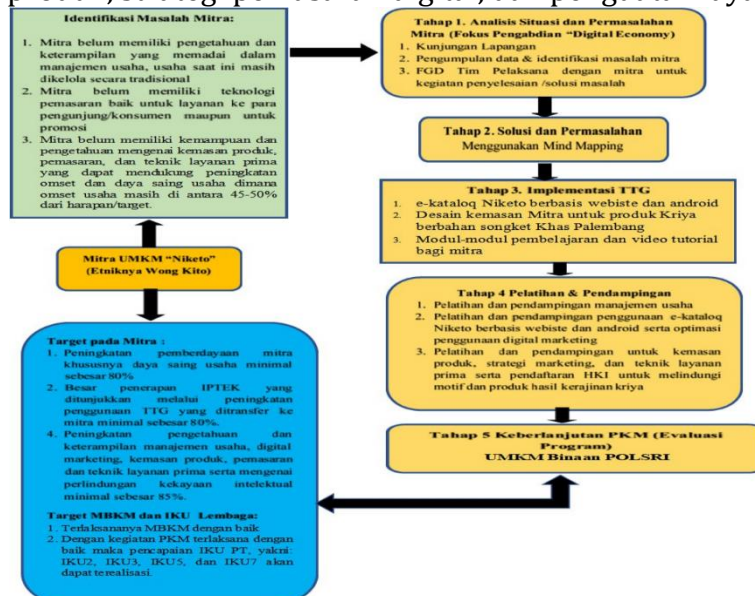
Hasil penelitian Ketua Pengusul (3) yakni adanya edukasi lebih lanjut kepada konsumen mengenai penggunaan sistem pembayaran digital. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan strategi pemasaran digital di UMKM dan menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen selain dari metode pembayaran. Hasil penelitian anggota pengusul (4), penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman peran modal intelektual dalam meningkatkan efisiensi bisnis dan kinerja keuangan UMKM kreatif. Hasilnya menyoroti pentingnya pengelolaan modal manusia dan modal struktural untuk meningkatkan hasil keuangan. Namun, penelitian ini terbatas pada Kota Palembang dan sektor UMKM kreatif, sehingga perlu kehati-hatian dalam

generalisasi ke wilayah atau sektor lain. Hasil penelitian anggota pengusul (5) menganalisis efektivitas strategi pemasaran eksperiensial tertentu yang digunakan selama acara pasca-tur, menilai dampaknya terhadap kepuasan pengunjung, keterlibatan, dan potensi keberlanjutan jangka panjang. dengan menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan berkontribusi pada keberhasilan inisiatif pariwisata berkelanjutan. Hasil penelitian anggota pengusul (6) yakni menemukan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan memengaruhi lanskap kompetitif usaha tersebut. Rincian spesifik mengenai kekuatan dan sifat pengaruh tersebut memerlukan akses ke artikel jurnal lengkap. Penelitian tersebut kemungkinan menggunakan analisis statistik untuk menentukan hubungan antara variabel independen (orientasi pasar, orientasi teknologi, inovasi produk) dan variabel dependen (keunggulan kompetitif).

Hasil penelitian tersebut diadaptasi, dimana Tim Pengusul Pengabdian akan mentransfer TTG berupa e-katalog berbasis website dan android ke mitra. Inovasi teknologi mendukung Program Pemerintah "Digital Economy" untuk meningkatkan daya saing mitra yang tentu saja akan meningkatkan omset usaha. Begitu pula Tim Pengusul akan memberikan pelatihan dan pendampingan terkait dengan manajemen pemasaran, penggunaan digital marketing, dan teknik layanan prima. Tujuan kegiatan Pengabdian dan pencapaian IKU lembaga saling terkait, dimana terlaksananya pengabdian akan berkontribusi pada pencapaian IKU lembaga serta fokus "Ekonomi Kreatif dan Pariwisata."

2. Metode

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan kolaboratif, integratif, dan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif mitra pada setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan dan teknologi, tetapi juga diarahkan untuk membentuk pola pikir kewirausahaan kreatif serta budaya kerja yang adaptif terhadap era digital. Setiap langkah kegiatan didesain untuk menghadirkan solusi nyata atas persoalan mitra, melalui kombinasi antara inovasi desain produk, strategi pemasaran digital, dan penguatan layanan prima.



Gambar 3. Diagram Alir Tahapan Pelaksanaan PKM

Sumber: data diolah Penulis, 2025

Rencana kegiatan yang dan langkah-langkah solusi atas persoalan mitra, yaitu:

1. Tahap I Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra

Pada tahap ini Tim Pengusul melakukan survey, pengumpulan data, dan identifikasi masalah mitra, serta melakukan *Focus Group Discussion* (FGD).

2. Tahap II Solusi terhadap Permasalahan

Tahap ini Tim memberikan solusi atas permasalahan prioritas mitra dengan menggunakan Mind mapping dimana metode ini menggunakan teknik visualisasi untuk mengidentifikasi hubungan dan keterkaitan antara masalah, serta untuk menghasilkan ide solusi baru.

3. Tahap III Implementasi TTG

Tahap ini Tim akan mengimplementasi TTG yang sudah dibangun yakni:

- a. e-katalog Niketo berbasis webiste dan android
- b. Modul-modul pembelajaran dan video tutorial bagi mitra
- c. Desain kemasan Mitra untuk produk Kriya berbahan songket Khas Palembang

4. Tahap IV Pelatihan dan Pendampingan Kemasan Produk, Pemasaran, dan Teknik Layanan Prima

Tahap pelatihan dan pendampingan akan dilakukan dengan secara langsung.

Pelatihan dan pendampingan meliputi:

1) Pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran

Pelatihan ini akan dipandu dengan modul dengan narasumber dari tim pengusul *Ummasyroh*. Simulasi juga digunakan agar dapat mendukung percepatan pemahaman mitra.

2) Pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi pemasaran (e-katalog Niketo berbasis webiste dan android)

Pada pelatihan dan pendampingan ini akan dipandu dengan *manual book* dan video tutorial dengan narasumber *Divianto dan Heri Setiawan*. Pada pelatihan dan pendampingan ini akan juga diberikan pelatihan yang spesifik pada admin aplikasi dan penggunaan e-katalog Niketo berbasis webiste dan android.

3) Pelatihan dan pendampingan Kemasan Produk, Desain Produk yang kreatif, dan Teknik Layanan Prima

Pada pelatihan dan pendampingan ini akan dipandu dengan modul dengan narasumber *Ummasyroh dan Alditia Detmuliati*. Pada pelatihan dan pendampingan ini juga akan diberikan simulasi bagaimana mengemas aneka hasil kriya ke dalam beberapa jenis kemasan dan desain menarik serta memiliki berciri khas. Simulasi akan dilakukan pada berbagai media kemasan: kertas, kaleng, plastik, dan kayu dengan tetap menguatkan “Merek” mitra. Selanjutnya juga akan diberikan pelatihan mengenai pemasaran dan starteginya serta bagaimana menerapkan teknik layanan prima serta bagaimana perlindungan HKI desain kriya dengan menjelaskan cara mendaftarkan HKI di laman <https://www.dgip.go.id/>

5. Tahap V Evaluasi Program (Keberlanjutan Program)

Pada tahap ini, evaluasi pelaksanaan program dilakukan secara sistematis oleh tim pelaksana bersama P3M POLSRI. Evaluasi bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kendala, permasalahan, serta hambatan yang muncul selama pelaksanaan program di lapangan. Proses evaluasi menggunakan ***metode observasi langsung, wawancara terstruktur dengan peserta UMKM binaan, serta penyebaran kuesioner untuk mengukur tingkat pencapaian indikator keberhasilan program.***

Beberapa indikator yang diukur antara lain:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta UMKM setelah mengikuti program (diukur melalui pre-test dan post-test)
2. Penerapan hasil pelatihan dalam aktivitas usaha sehari-hari (diukur melalui observasi dan laporan perkembangan usaha)
3. Tingkat kepuasan peserta terhadap program (diukur melalui kuesioner)
4. Keberlanjutan aktivitas UMKM pasca program (diukur melalui monitoring berkala selama 3-6 bulan setelah program berakhir)

Hasil evaluasi dianalisis untuk menentukan efektivitas dan dampak program, serta sebagai dasar penyusunan rekomendasi perbaikan dan rencana tindak lanjut. Laporan evaluasi ini selanjutnya digunakan oleh P3M POLSRI sebagai bahan penyusunan laporan akhir, rekomendasi pengembangan program, serta sebagai dasar penyusunan Rencana Tindakan Keberlanjutan untuk UMKM binaan POLSRI.

Dengan pendekatan evaluasi yang terukur dan berbasis data, diharapkan keberhasilan program dapat dipantau secara objektif dan program dapat berjalan berkelanjutan sesuai tujuan yang diharapkan.

3. Hasil Dan Pembahasan

Pihak-pihak yang terlibat dalam program ini adalah: pemilik usaha, para pekerjanya yang berjumlah 10 orang dan beberapa pekerja lepas, komunitas pelaku usaha kriya berbahan songket (Khas Palembang). Pemilik usaha menyediakan tempat dan komunitas yang akan dilatih dan didampingi dalam kegiatan ini. Dalam pelaksanaan ini mitra selalu dilibatkan secara aktif dalam setiap aktivitas karena solusi yang dipilih muncul dari pihak mitra sendiri. Sistem monitoring internal juga dilakukan oleh pihak P3M POLSRI secara periodik. Mitra berpartisipasi dalam setiap kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dijadwalkan, memberikan data yang dibutuhkan oleh tim pengusul, menyediakan fasilitas tempat dan waktu serta kelompok peserta untuk pelaksanaan kegiatan, memberikan masukan dalam setiap Focus Group Discussion (FGD) yang dilakukan. Dengan demikian, partisipasi mitra sangat akan sangat mendukung pelaksanaan kegiatan ini secara keseluruhan dari awal sampai dengan keberlanjutan program ini pada mitra dimasa datang walaupun program pengabdian berakhir.

Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program di Lapangan setelah Kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan

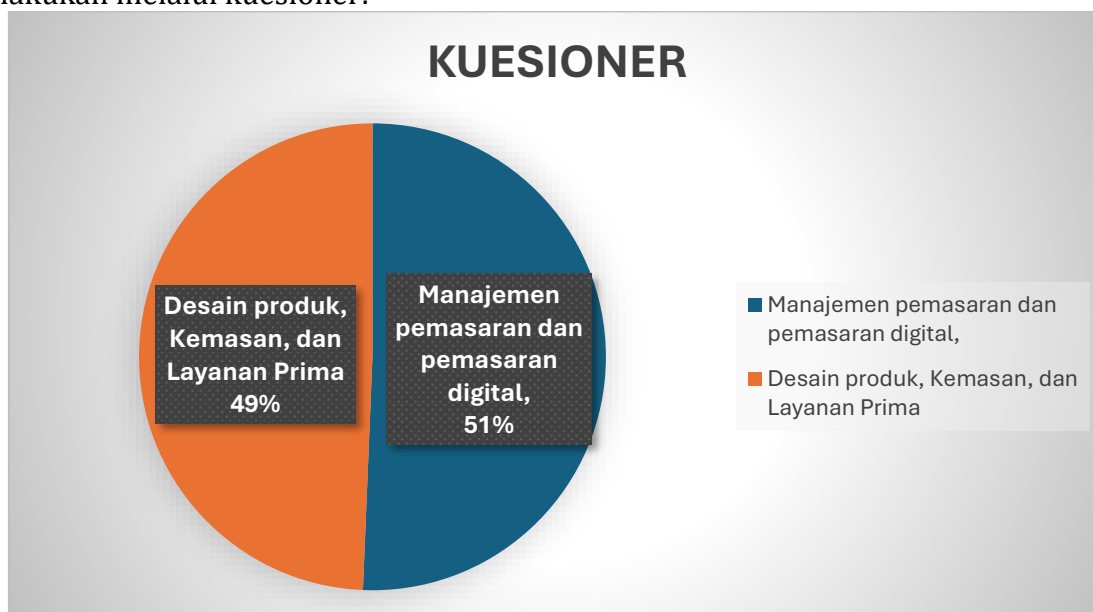
Kegiatan evaluasi dilakukan oleh tim pengusul yang didapatkan melalui kuesioner feedback dan wawancara dan testimoni pengguna langsung atas pemanfaatan TTG (e-katalog Niketo berbasis webiste dan android). Evaluasi ditujukan untuk melihat apa saja kendala dan masalah yang muncul di lapangan dan melakukan perbaikan serta mencari solusi dengan cepat dan tepat. Evaluasi kegiatan juga melibatkan pihak P3M POLSRI dan mitra. Disamping itu, dalam rangka memastikan keberlanjutan setelah program selesai dilaksanakan adalah dengan menjadikan mitra tetap menjadi binaan P3M POLSRI sehingga tetap dapat memantau perkembangan usaha dan pemanfaatan TTG yang telah ditransfer ke mitra termasuk juga tim tetap dapat melakukan pendampingan usaha. Dengan demikian, hasil dari kegiatan pengabdian Kemdiktisaintek tetap dirasakan oleh Mitra

Instrumen kuesioner pada aspek Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Digital terdiri dari sepuluh butir pernyataan yang menilai tingkat pemahaman dan

keterampilan mitra setelah mengikuti pelatihan. Pertanyaan mencakup pemahaman konsep pemasaran digital, kemampuan menggunakan media sosial untuk promosi, keterampilan membuat konten promosi yang menarik, serta pemanfaatan e-commerce dalam menjual produk. Selain itu, responden diminta menilai rasa percaya diri dalam memasarkan produk secara digital, peningkatan kemampuan merespons pertanyaan konsumen secara online, kemampuan menganalisis hasil promosi digital, serta konsistensi dalam melakukan posting atau iklan online. Pertanyaan lainnya berfokus pada peningkatan peluang produk UMKM dikenal lebih luas dan dampak nyata berupa peningkatan penjualan.

Sementara itu, aspek Desain Produk, Kemasan, dan Layanan Prima juga terdiri dari sepuluh butir pernyataan. Pertanyaan menilai sejauh mana peserta mampu membuat desain produk yang lebih inovatif, mengetahui variasi kemasan produk, serta kepercayaan diri untuk berkreasi dengan desain baru. Responden juga diminta menilai kebiasaan dalam menggunakan kemasan yang lebih aman dan menarik, pemahaman tentang pentingnya branding, serta perhatian terhadap kualitas kemasan produk. Aspek layanan prima diukur melalui pemahaman teknik layanan yang ramah, responsif, dan profesional, penerapan komunikasi efektif kepada pelanggan, pemahaman tentang pentingnya perlindungan desain/HKI, serta dampak pelatihan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Berikut ini adalah grafik gambaran hasil pengukuran kegiatan PKM yang telah dilakukan melalui kuesioner:



Gambar 4. Grafik Kuesioner hasil pengukuran kegiatan

Sumber: diolah dari Kuesioner Umpan Balik, 2025

Hasil kuesioner yang diberikan kepada 10 responden menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tingkat pemahaman dan keterampilan peserta mengalami peningkatan signifikan setelah mengikuti program pelatihan. Pada aspek manajemen pemasaran dan pemasaran digital, rata-rata skor responden mencapai 78%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas peserta merasa lebih mampu dalam memahami konsep pemasaran digital, menggunakan media sosial secara efektif, serta memanfaatkan e-commerce sebagai sarana penjualan produk. Selain itu, responden juga menunjukkan peningkatan rasa percaya diri dalam melakukan promosi digital dan mengelola interaksi dengan pelanggan secara online.

Sementara itu, pada aspek desain produk, kemasan, dan layanan prima, rata-rata skor responden mencapai 76%. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam menghasilkan desain produk yang lebih inovatif, memilih kemasan yang menarik dan sesuai dengan standar pasar modern, serta memberikan layanan prima kepada konsumen. Selain itu, responden juga menyatakan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya branding, kualitas kemasan, komunikasi efektif dengan pelanggan, hingga kesadaran akan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dengan rata-rata skor berada pada kisaran 75–80%, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini memberikan dampak positif yang nyata terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM mitra.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan yang dilakukan Tim Pengabdi

Sumber: (dok.lapangan 28 dan 29 September 2025)

4. Simpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama UMKM Niketo terbukti mampu meningkatkan kapasitas mitra dalam aspek pemasaran digital,

desain produk, serta layanan prima. Melalui rangkaian kegiatan berupa pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi tepat guna seperti e-katalog berbasis website dan Android, UMKM mitra berhasil melakukan transformasi dari pola usaha tradisional menuju pola usaha modern yang lebih adaptif. Hasil kuesioner menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pada aspek pemasaran digital dengan rata-rata skor 78%, yang mencakup kemampuan mengelola media sosial, membuat konten promosi kreatif, hingga pemanfaatan e-commerce untuk memperluas pasar. Selain itu, peserta juga merasa lebih percaya diri dalam menjalin interaksi dengan konsumen secara online dan mampu menganalisis efektivitas promosi digital. Pada aspek desain produk, kemasan, dan layanan prima, kuesioner menghasilkan rata-rata skor 76%, yang menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam menghasilkan desain lebih inovatif, penggunaan kemasan yang lebih menarik, serta pemahaman pentingnya branding produk. Pelatihan juga berhasil meningkatkan kesadaran mitra terhadap pentingnya perlindungan HKI serta kemampuan dalam menerapkan layanan prima kepada konsumen. Dampak nyata dari program ini terlihat pada peningkatan kualitas produk, profesionalisme layanan, dan kenaikan omzet penjualan hingga 150%. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan berhasil memberikan solusi berkelanjutan bagi UMKM mitra serta dapat dijadikan model pemberdayaan UMKM kriya berbasis budaya lokal di era digital.

5. Daftar Pustaka

- Detmuliati, A., Pratama, H. F., & Djohan, M. I. (2023). Experiential Marketing Dalam Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan di Desa Burai (Studi Kasus: Post Tour POPARNAS 2023). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 54-6.
- Divianto, D., Kamaludin, K., Santi, F., & Saiful, S. (2024). The impact of intellectual capital on business efficiency and financial success in creative SMEs. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 6(3), 361–383. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v6i3.2512>
- Febrianty F, Fatmariansi F. Pelestarian Motif Tenun Khas Palembang Melalui Digital Catalog Kain Tajung dan Songket Serta Blongsong Sebagai Industri Tekstil Masa Depan. *Pros Semin Nas Has Litbangyasa Ind I* [Internet]. 2019;2(2):105–13. Available from: <http://202.47.80.55/pmbp/article/view/5696>
- Pers S. Songket dan Kuliner jadi Fokus Industri Kreatif Palembang. *Kementerian Perindustrian* [Internet]. 2015 Oct 6; Available from: <https://www.kemenperin.go.id/artikel/13181/Songket-dan-Kuliner-jadi-Fokus-Industri-Kreatif-Palembang>
- Riana G, Sayuti AJ, Herawati Y. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya. *J Terap Ilmu Ekon Manaj dan Bisnis* [Internet]. 2020;1(1):1–8. Available from: <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Rochimawati. Palembang Andalkan Industri Kreatif Songket. *Viva News* [Internet]. 2015 Oct 6; Available from: <https://www.viva.co.id/arsip/683571-palembang-andalkan-industri-kreatif-songket>
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil di kota Palembang. *Orasi Bisnis: Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga*, 8(2).

Sufiyanti E, Sayutu AJ, Windarti AO. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Minimarket. *J Ris Bisnis dan Investasi*. 2017;3(1):43.

Ummasyroh Ummasyroh and Yesita Astarina and Ulfah Muharramah and Dwi Riana and Ghea Monica Ananda and Tri Octha Rina Ramadhanty and Rahman Rosihan. 2024. Introduction of Digital Payments to Buying Interest in MSMEs Rumah BUMN South Sumatra. *Proceedings of the 7th FIRST 2023 International Conference on Global Innovations (FIRST-T3 2023)*. Atlantis Press. Page 109-116. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-220-0_13