



Penguatan Daya Saing UMKM Fashion Batik 'Dejarumi' Melalui Optimalisasi Platform Online dan Inovasi Produk

Muhammad Eka Purbaya ¹, Silvia Van Marsally ², Syarif Hidayatulloh ³, Muhammad Faris Hilmy ⁴

^{1,2,4} Program Studi Bisnis Digital, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto

³ Program Studi Teknik Logistik, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto

e-mail: mekapur@telkomuniversity.ac.id ¹

Received: 25 March 2026 Revised: 25 April 2026 Accepted: 30 May 2026

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v5i2.1817>

Abstrak

Digitalisasi dan modernisasi peralatan produksi merupakan faktor krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor fashion. Namun, UMKM Dejarumi di Kabupaten Banyumas, yang mengusung konsep batik inklusif dengan memberdayakan tenaga kerja disabilitas, menghadapi kendala rendahnya kapasitas produksi dan keterbatasan jangkauan pasar digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat ekosistem bisnis Dejarumi melalui strategi transformasi hulu ke hilir. Metode pelaksanaan meliputi modernisasi peralatan produksi (mesin jahit high-speed, mesin potong kain, dan setrika uap), pengembangan website e-commerce transaksional, serta optimalisasi pemasaran melalui Instagram dan TikTok. Hasil program menunjukkan peningkatan efisiensi waktu produksi sebesar 16,32%, di mana waktu pembuatan satu unit produk berkurang dari 340 menit menjadi 284,5 menit. Kapasitas produksi mingguan juga meningkat sebesar 19,66%. Di sisi pemasaran, optimalisasi media sosial berhasil menjangkau lebih dari 15.000 tayangan secara akumulatif dan menghasilkan konversi penjualan langsung. Penggunaan platform digital dan alat produksi modern tidak hanya meningkatkan performa bisnis, tetapi juga membangun kemandirian operasional bagi tenaga kerja disabilitas. Secara keseluruhan, program ini berhasil menciptakan model bisnis batik yang lebih kompetitif, profesional, dan inklusif di pasar nasional.

Kata kunci: Batik, Digital Branding, E-commerce, Modernisasi Produksi, Pemberdayaan Disabilitas, UMKM.

Abstract

Digitalization and modernization of production equipment are crucial factors in increasing the competitiveness of MSMEs in the fashion sector. However, Dejarumi MSME in Banyumas Regency, which promotes inclusive batik by empowering workers with disabilities, faces obstacles such as low production capacity and limited digital market reach. This community service program aims to strengthen Dejarumi's business ecosystem through an upstream-to-downstream transformation strategy. The implementation methods included modernizing production equipment (high-speed sewing machines, fabric cutting machines, and steam irons), developing a transactional e-commerce website, and optimizing marketing via Instagram and TikTok. The results showed a 16.32% increase in production time efficiency, with the manufacturing time per unit decreasing from 340 minutes to 284.5 minutes. Weekly production capacity also rose by 19.66%. On the marketing side, social media optimization successfully reached over 15,000 cumulative views and generated direct sales conversions. The use of digital platforms and modern production tools not only improved business performance but also established operational independence for workers with disabilities. Overall, this program has successfully created a more competitive, professional, and inclusive batik business model in the national market.

Keywords: Batik, Digital Branding, E-commerce, MSMEs, Production Modernization, Worker Empowerment.

1. PENDAHULUAN

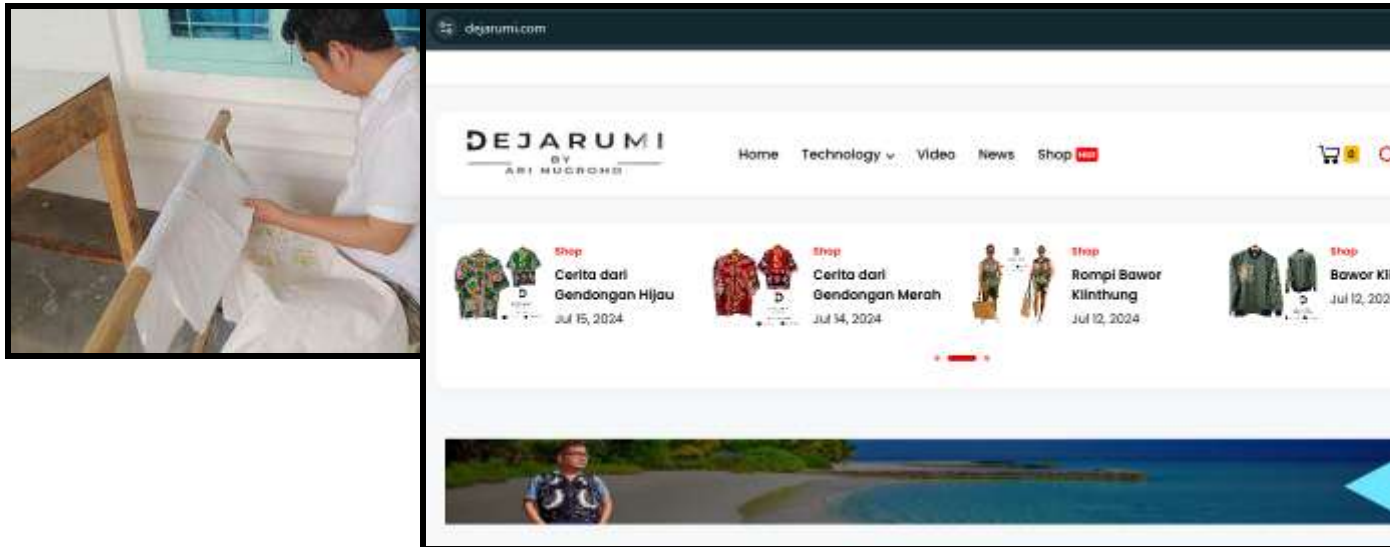
Batik merupakan warisan budaya tak benda Indonesia yang telah mendapatkan pengakuan global dari *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) pada tahun 2009. Pengakuan ini tidak hanya menaikkan status dan citra Batik di mata internasional, tetapi juga menempatkannya pada arena persaingan pasar global yang menuntut inovasi desain yang berkelanjutan agar tetap relevan dan berdaya saing di tengah tren mode modern. Adaptasi ini sangat krusial, khususnya untuk menjangkau segmen pasar profesional muda yang cenderung lebih sadar terhadap isu etika, keberlanjutan lingkungan, dan nilai-nilai sosial yang diusung oleh suatu merek.

Dalam konteks ekonomi kreatif Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran fundamental sebagai tulang punggung pertumbuhan, inovasi, dan pemerataan ekonomi. UMKM di sektor fashion memegang kunci dalam melestarikan warisan budaya seperti Batik, sambil terus mendorong batas-batas kreativitas dan model bisnis berkelanjutan. Inovasi yang dibutuhkan saat ini harus mencakup tidak hanya desain, tetapi juga pemilihan bahan baku yang ramah lingkungan dan proses produksi yang etis, sejalan dengan konsep *sustainable fashion*.

UMKM Dejarumi, yang berlokasi di Kabupaten Banyumas, menonjol dengan diferensiasi konsep yang kuat. UMKM ini memproduksi fashion batik bercorak flora dan fauna dengan contoh produk seperti yang ditunjuk pada gambar 1. Proses produksi diawali dengan perancangan pola desain batik seperti yang dilakukan oleh Kak Ari pada gambar 2, dilanjutkan ke tahap pembuatan kain batik. Sejalan dengan komitmen *sustainable fashion*, tahap pencelupan menggunakan kain ramah lingkungan dan pewarna alami. Produksi garmen saat ini bersifat terbatas (*limited edition*), tersedia dalam ukuran S hingga XXL, dengan rata-rata 3-5 potong per ukuran. Lebih dari sekadar diferensiasi produk, Dejarumi sejak tahun 2020 mengusung misi sosial yang mendalam melalui pemberdayaan tenaga kerja penyandang disabilitas, khususnya tunarungu. Saat ini Dejarumi memiliki 3 tenaga kerja tetap untuk membantu proses produksi dengan menargetkan setiap penjahit memproduksi tiga potong pakaian per minggu, sehingga total kapasitas produksi mencapai sekitar 10 potong pakaian per minggu.



Gambar 1. Desain Fashion Dejarumi
(Sumber : dejarumi.com)



Gambar 2. Proses Pembuatan Batik Tulis karya Pemilik

Model bisnis inklusif yang melibatkan penyandang disabilitas tunarungu ini memberikan dampak positif signifikan bagi ketahanan ekonomi dan sosial, serta secara langsung sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) PBB, khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan SDG 10 (Mengurangi Kesenjangan). Pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan partisipasi penyandang disabilitas di pasar kerja, tetapi juga berkontribusi pada pengurangan stigma sosial yang seringkali menyertai mereka (Endris & Kassegn, 2022). Upaya ini diakui sebagai implementasi nyata SDG 8, yang mengutamakan penciptaan pekerjaan yang layak dan produktif bagi semua individu (Gupta & Verma, 2022; Nareswari, 2023). Lebih jauh, dengan memberikan kesempatan kerja yang setara, UMKM inklusif membantu mengurangi kemiskinan di antara penyandang disabilitas yang kesulitan mendapatkan pekerjaan layak (Kreinin & Aigner, 2021). Keberhasilan UMKM Dejarumi sebagai social enterprise tidak hanya diukur dari profitabilitas, tetapi dari skalabilitas dampak sosialnya—yaitu, kemampuan untuk mempertahankan dan memperluas penyerapan tenaga kerja disabilitas.

Meskipun memiliki potensi diferensiasi yang tinggi, baik dari segi produk (sustainable fashion) maupun narasi sosial (inklusivitas), Dejarumi menghadapi kendala signifikan yang menghambat pertumbuhan usaha dan optimalisasi omzet tahunan. Pada tahun 2024, omzet usaha tercatat sebesar Rp87,3 juta. Angka ini menunjukkan adanya kesenjangan yang besar antara potensi pasar (yang tertarik pada narasi etis dan sustainable) dan kemampuan operasional UMKM untuk memenuhi dan mengonversi permintaan tersebut. Analisis mendalam menunjukkan bahwa kendala pertumbuhan ini bersumber dari kegagalan sinkronisasi antara kapasitas hulu (produksi) dan potensi hilir (digitalisasi pemasaran).

Permasalahan utama di aspek produksi (hulu) adalah keterbatasan kapasitas dan efisiensi. Saat ini, kapasitas produksi Dejarumi sangat rendah, hanya mampu menghasilkan rata-rata 10 potong pakaian per minggu. Kapasitas yang minim ini merupakan ancaman langsung terhadap keberlanjutan ekonomi dan, pada gilirannya, menghambat potensi perluasan misi sosial UMKM. Keterbatasan ini disebabkan oleh dua faktor utama:

1. **Penggunaan Mesin Usang:** Penggunaan mesin jahit dan mesin obras model lama yang tidak efisien menyebabkan waktu produksi yang lama dan kualitas hasil yang tidak konsisten. Mesin lama Dejarumi ditampilkan pada gambar 3.
2. **Ketiadaan Alat Pendukung Modern:** Ketiadaan alat pendukung krusial seperti mesin potong kain otomatis dan setrika uap modern. Alat-alat ini sangat diperlukan untuk

mempercepat waktu penyelesaian, meningkatkan akurasi pemotongan, dan memastikan kualitas finishing produk akhir yang memenuhi standar premium.



Gambar 3. Mesin obras lama (kiri) Mesin jahit lama (kanan)

Keterbatasan kapasitas ini menciptakan hubungan kausal yang menghambat pertumbuhan: mesin lama memperlambat proses, menghasilkan output yang rendah, yang berujung pada hilangnya peluang bisnis saat terjadi lonjakan permintaan (peak season). Secara spesifik, keterbatasan alat (seperti tidak adanya mesin potong otomatis) menyebabkan proses kerja menjadi lebih manual dan kurang konsisten. Hal ini tidak hanya menurunkan efisiensi, tetapi juga dapat memperumit proses transfer keterampilan yang spesifik bagi tenaga kerja penyandang disabilitas tunarungu, yang sangat bergantung pada konsistensi dan akurasi alat untuk mencapai standar kualitas tinggi.

Di aspek pemasaran (hilir), strategi Dejarumi masih didominasi metode konvensional, seperti pameran dan word-of-mouth. Meskipun UMKM ini telah memiliki aset digital (media sosial dan website), kanal-kanal tersebut belum teroptimasi secara maksimal. Website yang ada saat ini hanya berfungsi sebagai katalog informasi statis, tanpa dilengkapi fitur checkout. Tampilan website lama disajikan pada gambar 4. UMKM Dejarumi telah menginisiasi upaya pemasaran digital dengan memiliki aset berupa akun media sosial Instagram (@dejarumi_id) dan TikTok. Meskipun akun-akun tersebut sudah aktif, pemanfaatannya dinilai belum optimal karena belum menerapkan strategi branding dan pemasaran digital berbasis data secara maksimal. Dengan tampilan jumlah follower per bulan April 2025 seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.

Berdasarkan analisis lapangan dan data operasional, UMKM Dejarumi menghadapi tantangan kritis pada aspek produksi dan pemasaran yang saling berkaitan. Di sisi hulu, efisiensi operasional terhambat oleh ketergantungan pada mesin jahit model lama serta ketiadaan peralatan pendukung modern seperti mesin pemotong kain dan setrika uap. Keterbatasan teknologi ini mengakibatkan kapasitas produksi stagnan pada angka rata-rata 10 pakaian per minggu, sehingga usaha kesulitan merespons lonjakan pesanan secara efektif. Secara teoritis, modernisasi peralatan melalui penggunaan mesin jahit *high-speed* dan alat potong otomatis sangat mendesak karena terbukti mampu mengurangi waktu produksi secara drastis serta menjamin akurasi pemotongan bahan (Afifah et al., 2023; Gunasti et al., 2022; Wahyuni et al., 2023). Sementara itu, di sisi pemasaran, jangkauan pasar Dejarumi masih sangat terbatas akibat ketergantungan pada metode konvensional seperti pameran dan informasi dari mulut ke



mulut. Meskipun platform digital telah tersedia, kurangnya optimalisasi pada media sosial dan website—yang saat ini belum memiliki fitur checkout terintegrasi—menyebabkan proses transaksi manual melalui WhatsApp menjadi kurang efisien dan menghambat konversi penjualan (Asmara Dewi & Febriani, 2021; Bunadi & Nurlinda, 2023).

Berdasarkan analisis situasi dan kondisi eksisting UMKM Dejarumi yang membutuhkan intervensi terstruktur dan terintegrasi dari hulu ke hilir, program pengabdian kepada masyarakat ini dirumuskan dengan tujuan utama sebagai berikut:

- a. **Meningkatkan Efisiensi dan Kapasitas Produksi (Hulu):** Meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi UMKM Dejarumi melalui modernisasi peralatan (transfer teknologi mesin jahit *high-speed*, mesin potong, dan setrika uap) serta peningkatan kompetensi teknis dan manajerial tenaga kerja penyandang disabilitas (tunarungu) dalam pengoperasian peralatan modern.
- b. **Mengoptimalkan Strategi Pemasaran Digital (Hilir):** Mengoptimalkan strategi pemasaran digital UMKM Dejarumi melalui pengembangan website menjadi platform *e-commerce* fungsional dengan sistem *checkout* terintegrasi, serta memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan konversi penjualan online melalui pelatihan *digital marketing* komprehensif.

2. METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini mengadopsi pendekatan **Partisipatif-Aksi (Participatory Action Research/PAR)** dan **Transfer Teknologi** (Delima & Wibowo, 2020; Goessling, 2020; Nikmatul Izah & Mohamad Purwanto, 2021). Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dihadapi mitra bersifat spesifik (kebutuhan alat dan digitalisasi) dan membutuhkan keterlibatan aktif dari tim pengusul serta mitra Dejarumi. Prinsip utama metodologi ini adalah:

- a. **Kolaborasi Partisipatif:** Mitra tidak diposisikan sebagai objek, melainkan subjek aktif yang terlibat dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Hal ini penting untuk memastikan solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan operasional UMKM, terutama dalam melatih tenaga kerja penyandang disabilitas.
- b. **Solusi Berbasis Aksi:** Intervensi langsung dilakukan untuk memecahkan masalah (aksi), diikuti dengan pembelajaran dan refleksi (riset). Contohnya, pengadaan alat (aksi) diikuti dengan pengukuran peningkatan efisiensi (riset/evaluasi).
- c. **Transfer Pengetahuan dan Teknologi:** Metode ini berfokus pada transfer teknologi produksi modern dan pengetahuan digital marketing kepada mitra.

Lima Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan program pengabdian dibagi menjadi lima tahapan utama yang dilakukan secara sistematis dan terintegrasi, dengan total durasi pelaksanaan direncanakan selama tiga bulan dengan detail yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Detail tahapan pelaksanaan

No.	Tahapan Pelaksanaan	Kegiatan Utama	Luaran Sementara (Indikator Kinerja)
1.	Tahap Persiapan dan Perizinan	Survei akhir dan validasi data kondisi mitra (Omzet, Kapasitas Produksi). Penyusunan perjanjian kemitraan (MoA). Pembentukan tim inti mitra.	MoA ditandatangani. Data <i>baseline</i> kinerja UMKM tervalidasi.



No.	Tahapan Pelaksanaan	Kegiatan Utama	Luaran Sementara (Indikator Kinerja)
2.	Tahap Modernisasi Produksi & Training Teknis	Aksi I: Modernisasi Hulu. Pengadaan dan instalasi peralatan produksi modern (mesin jahit <i>high-speed</i> , mesin obras, mesin potong, setrika uap).	Dokumen serah terima aset. Kapasitas produksi harian terukur pasca-instalasi.
		Pelatihan I: Manajemen Produksi. Pelatihan teknis pengoperasian alat baru dan efisiensi alur kerja untuk tenaga kerja disabilitas.	Tenaga kerja disabilitas mampu mengoperasikan alat baru. Waktu produksi (per potong) terukur menurun.
3.	Tahap Pengembangan Digital (Hilir)	Aksi II: Transformasi Digital. Pengembangan <i>website</i> Dejarumi menjadi platform <i>e-commerce</i> fungsional dengan fitur katalog produk, sistem keranjang, dan <i>checkout</i> terintegrasi.	<i>Website e-commerce</i> siap diluncurkan (<i>go-live</i>). SOP pengiriman dan <i>customer service</i> digital.
		Pembuatan aset <i>branding</i> digital (foto produk profesional, <i>video profile</i> , <i>brand guideline</i>).	Koleksi foto produk <i>high-resolution</i> tersedia. Draft <i>brand guideline</i> Dejarumi.
4.	Tahap Implementasi Pemasaran & Pendampingan	Pelatihan II: Digital Marketing & Branding. Pelatihan optimalisasi media sosial (Instagram/TikTok), pembuatan konten viral, dan penerapan strategi iklan berbayar (<i>ads</i>) untuk memperluas jangkauan pasar.	Mitra mampu membuat dan mengelola iklan digital mandiri. Jumlah <i>follower</i> dan <i>engagement</i> media sosial meningkat.
		Pendampingan Pasca-Aksi. Pendampingan rutin selama satu bulan untuk memastikan transisi operasional dan pemasaran digital berjalan lancar, termasuk penanganan masalah teknis awal.	Laporan mingguan pendampingan.
5.	Tahap Monitoring, Evaluasi, dan Pelaporan	Monitoring dan Evaluasi Dampak. Pengukuran dampak kuantitatif: peningkatan kapasitas produksi aktual, persentase peningkatan omzet, persentase konversi dari <i>website</i> , dan <i>reach</i> media sosial.	Data omzet dan kinerja 3 bulan pasca-intervensi. Laporan monitoring dan evaluasi.
		Penyusunan Rencana Keberlanjutan dan Publikasi Ilmiah.	Dokumen rencana keberlanjutan UMKM. Artikel ilmiah atau poster di jurnal/seminar PkM.

3. AKTIFITAS

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mentransformasi UMKM Dejarumi melalui pendekatan integratif hulu-hilir. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, berikut adalah uraian hasilnya:

a. Tahap Persiapan dan Perizinan

Kegiatan diawali dengan koordinasi intensif dan survei validasi kondisi mitra. Pada tanggal 5 September 2025, tim pengabdian melaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) pertama untuk memetakan kendala produksi dan operasional secara mendalam. Hasil validasi menunjukkan bahwa kapasitas produksi mitra masih sangat terbatas (10 potong/minggu) dengan omzet tahunan sebesar Rp87,3 juta. Sebagai landasan hukum kegiatan, dilakukan penyusunan perjanjian kemitraan (*Memorandum of Agreement*) serta pembentukan tim inti mitra yang melibatkan tenaga kerja disabilitas (tunarungu) untuk memastikan inklusivitas program sejak tahap perencanaan.

b. Tahap Modernisasi Produksi dan Pelatihan Teknis

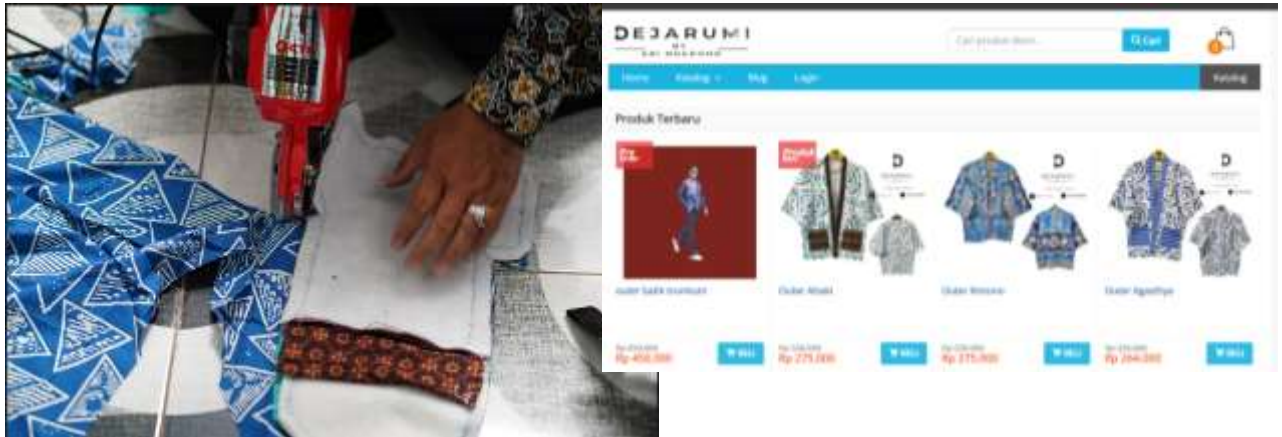
Modernisasi aspek hulu diwujudkan melalui pengadaan dan instalasi peralatan produksi berstandar industri. Peralatan tersebut mencakup mesin jahit *high-speed*, mesin obras, mesin potong kain, dan setrika uap seperti yang disajikan pada gambar 6 dan 7 untuk menggantikan alat konvensional yang selama ini menghambat kecepatan produksi. Setelah instalasi, dilakukan pelatihan teknis manajemen produksi seperti yang ditunjukkan pada gambar 8. Fokus pelatihan ini adalah pengoperasian alat secara ergonomis dan efisien bagi tenaga kerja disabilitas. Modernisasi ini terbukti mampu menyederhanakan alur kerja (*workflow*) produksi sehingga potensi *human error* pada tahap pemotongan dan penjahitan dapat diminimalisir.

c. Tahap Pengembangan Digital (Hilir)

Pada aspek hilir, dilakukan transformasi digital melalui pengembangan *website* Dejarumi (dejarumi.com) yang semula bersifat statis menjadi platform *e-commerce* fungsional dengan arsitektur yang komprehensif. Berdasarkan hasil FGD perancangan *website* pada 16 September 2025, sistem dikembangkan dengan membagi aksesibilitas menjadi dua sisi utama: halaman *customer* dan halaman *admin*.



Gambar 4. Alat Mesin Obras Industri (kiri), Mesin Jahit High Speed (kanan)



Gambar 5. Pelatihan produksi menggunakan mesin baru (05 November 2025)

Pada sisi pengguna, *website* Dejarumi versi pembaruan seperti yang disajikan pada gambar 9 menyediakan **halaman customer** yang intuitif, dilengkapi dengan **katalog produk** digital yang menampilkan detail motif batik, deskripsi produk, harga, dan ketersediaan stok secara *real-time*. Fitur ini diintegrasikan dengan sistem keranjang belanja dan mekanisme pembayaran (*checkout*) yang memudahkan transaksi mandiri.

Sementara itu, pada sisi operasional, dikembangkan **halaman admin** yang berfungsi sebagai pusat kendali bisnis bagi pengelola Dejarumi. Halaman ini mencakup **menu manajemen produk** yang memungkinkan mitra untuk melakukan pembaruan data produk, kategori, dan harga secara mandiri. Selain itu, halaman admin juga memuat fitur manajemen pesanan, pemantauan transaksi masuk, serta laporan penjualan berkala. Integrasi fitur-fitur ini bertujuan untuk mendigitalisasi seluruh siklus penjualan, mulai dari etalase visual hingga pengelolaan data transaksi, guna meningkatkan efisiensi operasional UMKM.



Gambar 6. Tampilan Website Platform E-commerce dejarumi.com

Selain pengembangan website, dilakukan pula pembuatan *digital brand guideline* seperti yang disajikan pada gambar 10. Tujuan utama dari pembuatan digital brand guideline bagi UMKM Dejarumi adalah untuk menjaga konsistensi identitas visual dan keselarasan narasi merek di berbagai platform digital. Panduan ini berfungsi sebagai standar bagi mitra dalam memproduksi konten berkualitas tinggi—seperti foto produk dan video—yang sesuai dengan karakteristik fashion batik inklusif.



Gambar 7. Tampilan *digital brand guideline* Dejarumi

d. Tahap Implementasi Pemasaran dan Pendampingan

Implementasi strategi pemasaran dilakukan melalui serangkaian pelatihan intensif:

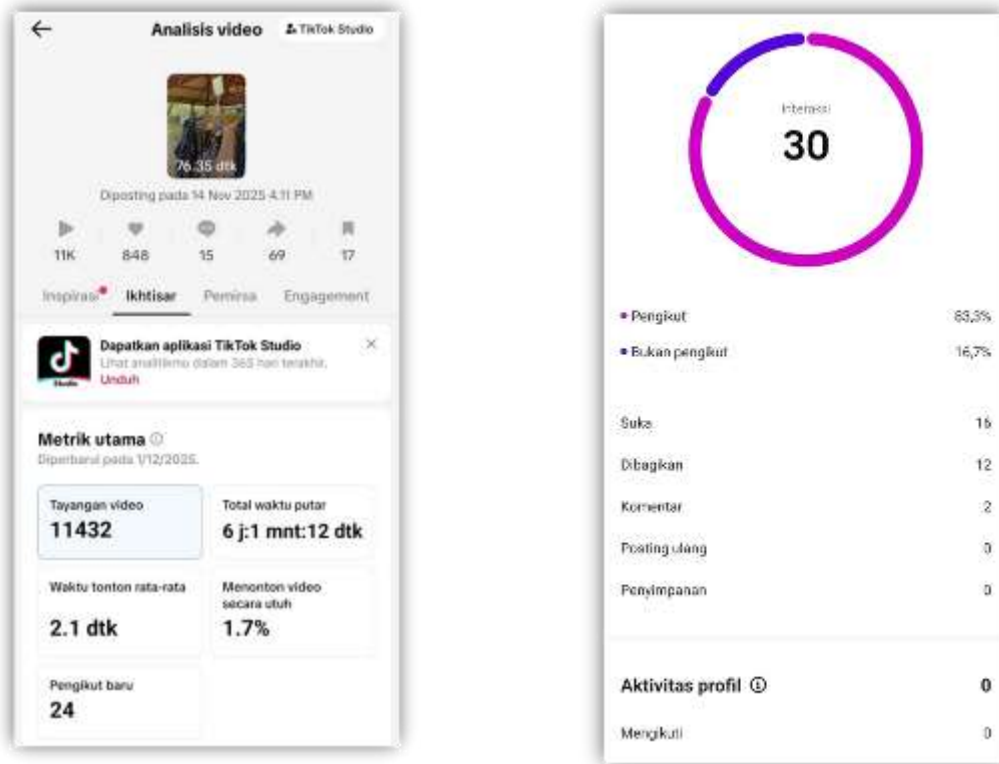
- **Pelatihan Strategi Branding (7 Oktober 2025):** Memberikan pemahaman mengenai cara membangun narasi merek inklusif dan berkelanjutan.
- **Pelatihan Social Media Marketing (22 Oktober 2025):** Fokus pada optimalisasi Instagram dan TikTok. Akun Instagram dioptimalkan sebagai portofolio visual melalui fitur *Reels*, sementara TikTok digunakan sebagai kanal edukasi batik untuk menjangkau generasi muda.
- **Pelatihan Pengelolaan E-commerce:** Memberikan keterampilan kepada mitra dalam mengelola stok dan pesanan yang masuk melalui *website*. Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan pasca-aksi untuk memastikan mitra mampu menangani kendala teknis secara mandiri.

4. IMPLIKASI

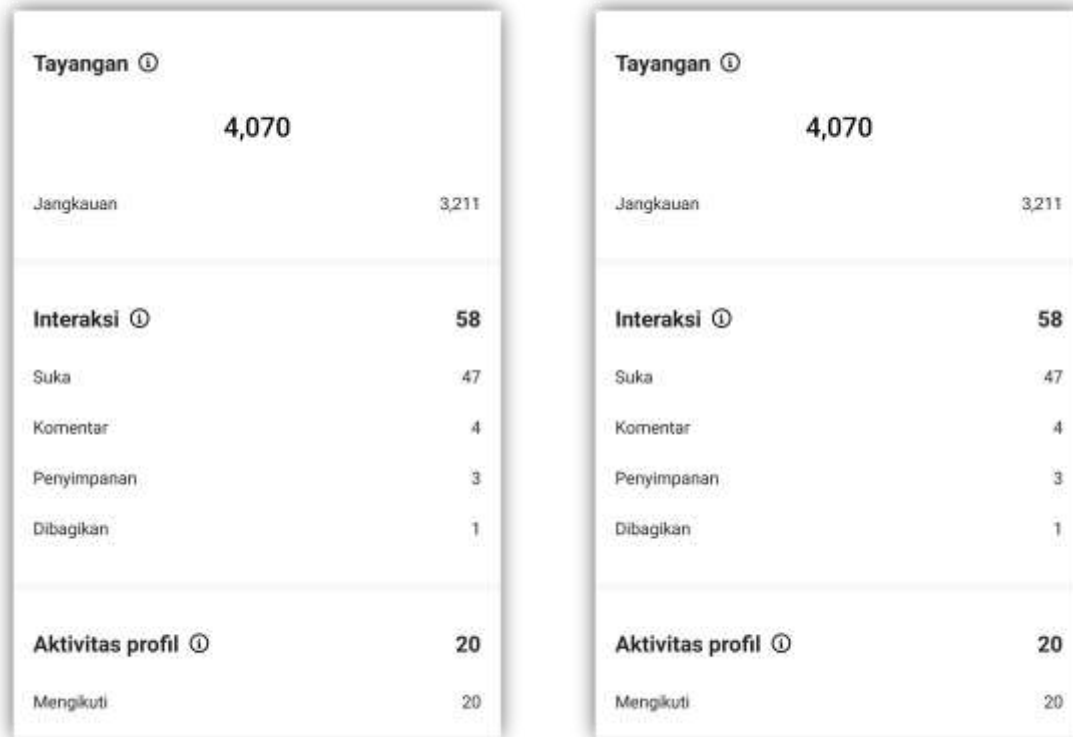
Evaluasi dampak dilakukan secara komprehensif dengan membandingkan parameter kinerja operasional dan pemasaran sebelum serta sesudah dilakukannya intervensi program. Hasil monitoring menunjukkan capaian sebagai berikut:

- **Peningkatan Efisiensi dan Kapasitas Produksi:** Berdasarkan gambar 11, penambahan peralatan produksi modern terbukti meningkatkan efisiensi waktu produksi sebesar 16,32%, total waktu pembuatan per unit pakaian berkurang dari 340 menit menjadi 284,5 menit. Modernisasi ini juga mendorong peningkatan produktivitas per karyawan sebesar 19,72% dan kapasitas produksi mingguan sebesar 19,66%. Dengan efisiensi ini, waktu penyelesaian pesanan kini dapat ditekan hingga di bawah enam hari kerja.
- **Akselerasi Visibilitas Digital:** Intervensi melalui pendampingan konten dan *digital ads* memberikan dampak signifikan pada eksposur media sosial mitra. Pada platform TikTok seperti yang disajikan pada gambar 12, jumlah tayangan meningkat drastis hingga mencapai 11.432 tayangan dengan penambahan 24 pengikut baru. Sementara itu, platform Instagram mencatat jangkauan hingga 4.070 tayangan dengan 20 pengikut baru seperti yang disajikan pada gambar 13. Transformasi digital ini secara langsung mulai mengonversi audiens menjadi pelanggan, terbukti dengan adanya tujuh pesanan produk yang berasal dari kanal media sosial dalam kurun waktu satu bulan terakhir.
- **Kemandirian dan Keberlanjutan Mitra:** Tenaga kerja disabilitas telah menunjukkan penguasaan kompetensi dalam mengoperasikan alat teknologi baru dengan standar keamanan yang baik. Meskipun efisiensi produksi secara keseluruhan saat ini masih

berada di bawah target 50%, progres yang dicapai dalam dua bulan masa pendampingan efektif ini telah meletakkan fondasi ekosistem bisnis yang lebih kompetitif bagi UMKM Dejarumi dalam menghadapi dinamika industri *fashion* nasional.



Gambar 8. Tampilan analisis postingan Tiktok Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan)



Gambar 9. Tampilan analisis postingan Instagram Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan)

5. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat pada UMKM Dejarumi berhasil memperkuat ekosistem bisnis inklusif melalui integrasi teknologi di aspek produksi dan pemasaran. Modernisasi peralatan pada sisi hulu memberikan dampak nyata berupa efisiensi waktu produksi sebesar 16,32% dan kenaikan kapasitas produksi mingguan mencapai 19,66%, yang secara signifikan menurunkan waktu penyelesaian pesanan menjadi kurang dari enam hari. Transformasi digital di sisi hilir melalui pengembangan platform e-commerce fungsional (dejarumi.com) dan optimalisasi konten kreatif di media sosial telah memperluas jangkauan pasar hingga mencapai ribuan tayangan serta menghasilkan konversi penjualan secara daring. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa sinergi antara transfer teknologi dan pendampingan komunikasi yang inklusif mampu meningkatkan profesionalisme serta produktivitas tenaga kerja disabilitas dalam industri fashion.

Kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang perlu diarahkan pada pengembangan fitur integrasi logistik otomatis dan sistem manajemen inventaris omnichannel pada platform e-commerce untuk menyempurnakan alur transaksi digital. Selain itu, penelitian lanjutan disarankan untuk melakukan analisis mendalam mengenai pengaruh jangka panjang transfer teknologi terhadap peningkatan kualitas hidup tenaga kerja disabilitas serta model keberlanjutan bisnis inklusif berbasis digitalisasi. Peninjauan mengenai efektivitas strategi sertifikasi produk ramah lingkungan dalam memperkuat value proposition di pasar global juga menjadi aspek penting untuk diteliti guna menyempurnakan model pemberdayaan yang telah dibangun.



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Terimakasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi yang telah mendanai Program Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2025. Terima kasih kepada mitra UMKM Dejarumi yang telah memberikan kerja sama, waktu, serta partisipasi aktif selama proses pendampingan dan implementasi program. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada institusi/lembaga pendukung yang telah memberikan dukungan administratif, fasilitas, serta bantuan teknis sehingga program ini dapat berjalan dengan baik. Tidak lupa, penghargaan diberikan kepada tim pelaksana, mahasiswa, serta seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan pelatihan, pengembangan website, dan evaluasi program. Semoga kerja sama dan kontribusi yang telah diberikan dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan UMKM dan mendorong inovasi digital dalam pemberdayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. N., Lubis, M. Y., & Safrudin, Y. N. (2023). Perancangan Autolamp Pada Mesin Cutting Untuk Meminimasi Produk Cacat Menggunakan Metode QFD Di CV. XYZ. *Jati Unik Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v6i2.3315>
- Asmara Dewi, W. W., & Febriani, N. S. (2021). Webqual 4.0 Untuk Meningkatkan Keterlibatan Pengusaha UMKM Di Indonesia (Studi Pada www.berrybenka.com Sebagai Platform E-Commerce Produk Lokal UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). *Jcommsci - Journal of Media and Communication Science*. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v4i2.104>
- Bunadi, A., & Nurlinda, R. A. (2023). Pengaruh Adopsi E-Commerce Dan Social Media Marketing Terhadap Kinerja Umkm Di Mediasi Oleh Entrepreneur Orientation. *Analisis*. <https://doi.org/10.37478/als.v13i2.2908>
- Delima, R., & Wibowo, A. (2020). Pendampingan Pengembangan Website Pemerintah Desa Rogomulyo Dan Mukiran. *Jurnal APTEKMAS*, 3(4), 1–7.
- Endris, E., & Kassegn, A. (2022). The Role Of micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to the Sustainable Development of Sub-Saharan Africa and Its Challenges: A Systematic Review of Evidence From Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00221-8>
- Goessling, K. P. (2020). Youth participatory action research, trauma, and the arts: designing youthspaces for equity and healing. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 33(1), 12–31. <https://doi.org/10.1080/09518398.2019.1678783>
- Gunasti, A., Ma'ruf, A., Rizki, A., Juniar, D., Fitrianti, D., Ani, F., Agustin, M., Reeza, M., Aditya, R., Mardiatul, S., & Afifah, Z. (2022). Pendampingan Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Di Desa Ambulu Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(4), 2012. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i4.10942>
- Gupta, M., & Verma, S. (2022). Impact of Covid-19 Pandemic on Fintech and Financial Inclusion in India. *Indian Journal of Finance and Banking*. <https://doi.org/10.46281/ijfb.v11i1.1815>
- Kreinin, H., & Aigner, E. (2021). From “Decent Work and Economic Growth” to “Sustainable Work and Economic Degrowth”: A New Framework for SDG 8. *Empirica*. <https://doi.org/10.1007/s10663-021-09526-5>



- Nareswari, A. (2023). Compassionate Global Brand: A Bridge Between Brand Globalness and Brand Love for Sustainable Brands. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*.
<https://doi.org/10.30741/adv.v7i2.1207>
- Nikmatul Izah, & Mohamad Purwanto. (2021). Pendampingan Digitalisasi Desa Berbasis Website Sebagai Upaya Meningkatkan Potensi Ekonomi Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi. *Soeropati*, 3(2), 135–144. <https://doi.org/10.35891/js.v3i2.2855>
- Wahyuni, S., Sari, D. J., Hernawaty, H., & Afifah, N. (2023). Ternakloka : a Web-Based Marketplace for Qurban and Aqiqah. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, 9(2), 249–254. <https://doi.org/10.33330/jurteksiv9i2.1662>