



Optimalisasi Manajemen Operasional dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Upcycling di BUMDes Berkah Pungpunan

M. Iqbal Tawakkal¹, Sahri², Afril Efan Pajri³

¹Program Studi Bimbingan Konseling, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Jl. A. Yani No. 10, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur, Indonesia, 62119.

²Program Studi Teknik Informatika, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Jl. A. Yani No. 10, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur, Indonesia, 62119.

³Program Studi Sistem Komputer, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Jl. A. Yani No. 10, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur, Indonesia, 62119.

*Email koresponden: miqbaltawakal@unugiri.ac.id

ARTIKEL INFO

Article history

Received: 28 Juli 2025

Accepted: 29 Nov 2025

Published: 30 Nov 2025

Kata kunci:

Upcycling, Manajemen Operasional, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat, *Participatory Learning and Action* (PLA)

Keywords:

Upcycling, Operational Management, Digital Marketing, Community Empowerment, *Participatory Learning And Action* (PLA)

ABSTRAK

Background: Program menghadapi permasalahan rendahnya efisiensi produksi serta terbatasnya akses pasar pada produk upcycling BUMDes Berkah. Hal ini disebabkan kurangnya pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran yang belum optimal. **Tujuan:** Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk upcycling di BUMDes Berkah melalui optimalisasi manajemen operasional dan pemasaran digital. **Metode:** Metode yang digunakan berbasis Participatory Learning and Action (PLA) yang mencakup sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, monitoring dan evaluasi, serta perencanaan keberlanjutan. Pelatihan difokuskan pada peningkatan keterampilan manajerial, penggunaan alat produksi tepat guna, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. **Hasil:** Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pengurus dan anggota BUMDesa dalam mengelola usaha, melakukan diversifikasi produk, dan terlibat aktif dalam pemasaran digital. **Kesimpulan:** Program ini berkontribusi dalam memberdayakan potensi lokal melalui pemanfaatan teknologi dan kolaborasi masyarakat, serta membangun fondasi usaha desa yang lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap dinamika pasar.

ABSTRACT

Background: The program addresses issues of low production efficiency and limited market access for upcycling products produced by BUMDes Berkah. These challenges stem from insufficient use of technology and suboptimal marketing strategies. **Purpose:** This program aims to enhance the competitiveness of upcycling products at BUMDes Berkah through the optimization of operational management and digital marketing. **Method:** The method used is based on Participatory Learning and Action (PLA), which includes stages of socialization, training, technology implementation, monitoring and evaluation, and sustainability planning. The training focuses on improving managerial skills, utilizing appropriate production tools, and using social media as a promotional platform. **Results:** The results show increased capacity among BUMDesa management and members in business management, product diversification, and active engagement in digital marketing. **Conclusion:** This program contributes to empowering local potential through the use of technology and community collaboration, while also building a more sustainable and adaptive foundation for village enterprises in response to market dynamics.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Permasalahan limbah tekstil dan pakaian bekas telah menjadi perhatian global karena jumlahnya yang terus meningkat dan dampaknya terhadap lingkungan yang sangat signifikan

Doi: <https://doi.org/10.22236/solma.v14i3.20263>

solma@uhamka.ac.id | 5238



(Albab et al., 2024; Jury & Fimelia, 2024; A. R. Putra et al., 2024). Data dari United Nations Environment Programme (UNEP) menunjukkan bahwa industri fesyen menyumbang sekitar 10% dari total emisi karbon dunia, menjadikannya salah satu kontributor utama terhadap perubahan iklim. Selain itu, sekitar 92 juta ton limbah tekstil dihasilkan setiap tahun, dan sebagian besar berakhir di tempat pembuangan akhir tanpa melalui proses daur ulang (Diantari & Priatmaka, 2023; Suhartawan et al., 2023). Persoalan ini menjadi semakin kompleks karena tren konsumsi fast fashion yang mendorong siklus produksi dan pembuangan pakaian dalam waktu yang sangat singkat. Di negara berkembang seperti Indonesia, tantangan ini bertambah dengan minimnya kesadaran masyarakat dan terbatasnya infrastruktur pengolahan limbah tekstil (Haifa et al., 2024; Nasional et al., 2018; Pamungkas et al., 2025). Oleh karena itu, upcycling atau pengolahan ulang limbah pakaian menjadi produk bernilai ekonomi dipandang sebagai solusi alternatif yang relevan dan berkelanjutan secara sosial maupun ekologis.

Upcycling tidak hanya menjawab isu lingkungan, tetapi juga menawarkan potensi ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa-desa (A'yuni et al., 2024; Edinov et al., 2023; Hastuti et al., 2024). Program Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya poin ke-12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, menekankan pentingnya strategi produksi ramah lingkungan seperti upcycling sebagai salah satu solusi penting. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) juga mendorong pendekatan circular economy sebagai paradigma pembangunan berkelanjutan, termasuk di dalamnya adalah pengelolaan limbah tekstil secara kreatif. Dalam konteks ini, digitalisasi pemasaran juga menjadi alat penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai produk UMKM desa (Nasution et al., 2025; Sirlya & Ikaningtyas, 2025; Susanti et al., 2024). Berdasarkan laporan e-Conomy SEA 2023 oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM terbukti mampu meningkatkan pendapatan hingga 30% lebih tinggi dibandingkan UMKM non-digital. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara inovasi lingkungan dan transformasi digital merupakan peluang strategis untuk mengangkat ekonomi desa sekaligus menyelamatkan lingkungan.

Penerapan strategi upcycling dan digitalisasi di tingkat akar rumput belum merata dan menghadapi banyak hambatan, seperti keterbatasan pengetahuan manajerial, minimnya akses



teknologi, serta kurangnya pendampingan profesional. Sebuah studi oleh [World Economic Forum \(2022\)](#) menegaskan bahwa digital gap antara pelaku usaha besar dan mikro sangat besar, khususnya di negara berkembang yang tidak memiliki infrastruktur digital yang kuat di kawasan pedesaan. Padahal, ketika diimplementasikan dengan pendekatan yang tepat, digital marketing dapat membantu UMKM untuk menembus pasar nasional bahkan global tanpa harus membuka cabang fisik. Hal ini memberikan nilai tambah yang signifikan pada produk-produk lokal yang berasal dari proses upcycling limbah, karena dapat diposisikan sebagai produk ramah lingkungan, unik, dan berkualitas tinggi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi akademisi dan praktisi untuk menjembatani kesenjangan ini melalui program pengabdian masyarakat berbasis pemberdayaan. Dengan dukungan strategi manajemen operasional yang baik serta pemanfaatan teknologi digital, produk-produk upcycling dari desa dapat bersaing dalam pasar yang lebih luas dan bernilai tinggi.

BUMDes Berkaho yang berada di Desa Pungpungan, Kabupaten Lamongan, merupakan salah satu mitra binaan yang tengah mengembangkan usaha ekonomi kreatif berbasis upcycling limbah pakaian. Usaha ini tumbuh dari semangat warga desa untuk memanfaatkan limbah pakaian bekas yang sebelumnya hanya dibakar atau dibuang, menjadi produk-produk bernilai ekonomi seperti tas, dompet, dan aksesoris. Meskipun inisiatif ini telah berjalan selama lebih dari satu tahun, mitra menghadapi tantangan serius dalam pengelolaan manajemen produksi dan distribusi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus BUMDes, kegiatan operasional masih dilakukan secara manual dan belum memiliki standar prosedur kerja yang efisien. Selain itu, pemasaran produk masih terbatas pada lingkungan sekitar desa dan belum menyentuh platform digital yang lebih luas. Hal ini menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing dan volume penjualan produk-produk upcycling mereka di pasar luar desa.

Masalah lain yang dihadapi mitra adalah kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk promosi produk, padahal mayoritas konsumen kini melakukan pencarian produk melalui internet. Menurut laporan Kominfo (2023), lebih dari 70% masyarakat Indonesia berbelanja melalui media sosial dan e-commerce, tetapi pengurus BUMDes Berkaho belum memiliki akun media sosial yang aktif, belum memiliki katalog produk digital, serta belum terhubung dengan marketplace seperti Shopee atau Tokopedia. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau konsumen baru dan membangun merek yang kuat. Dalam jurnal



oleh Rahayu dan Day (2022), disebutkan bahwa UMKM yang memanfaatkan digital marketing secara efektif mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperoleh peluang kemitraan lebih luas. Maka dari itu, penguatan kapasitas mitra dalam aspek pemasaran digital menjadi hal mendesak agar produk upcycling mereka dapat bersaing di era ekonomi digital yang sangat kompetitif ini.

Secara umum, kondisi BUMDes Berkaho mencerminkan situasi khas banyak BUMDes di Indonesia yang memiliki potensi inovasi tinggi namun belum diimbangi dengan manajemen modern dan kemampuan digital. Minimnya pelatihan dalam manajemen produksi, distribusi, hingga pemasaran digital membuat mereka rentan kalah bersaing dengan produk pabrikan (Altsaury et al., 2024; Meliyah et al., 2025). Hasil observasi lapangan juga menunjukkan bahwa tidak ada sistem pencatatan keuangan dan stok barang yang terintegrasi, yang membuat pengambilan keputusan sering kali didasarkan pada perkiraan atau pengalaman pribadi. Selain itu, tidak adanya dokumentasi produksi menyebabkan sulitnya melakukan evaluasi kinerja dan perbaikan berkelanjutan. Dengan demikian, pendampingan yang berfokus pada optimalisasi operasional dan digitalisasi pemasaran menjadi sangat relevan dan dibutuhkan sebagai bentuk intervensi strategis dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing produk BUMDes.

Kegiatan pengabdian ini mengisi celah (gap) antara potensi ekonomi lokal berbasis upcycling dan pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal di tingkat desa. Berbeda dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang hanya berfokus pada pelatihan produksi kerajinan, pendekatan ini menekankan pada penguatan sistem manajemen operasional dan pemasaran digital secara menyeluruh. Inilah yang menjadi novelty dari kegiatan, yakni penggabungan aspek manajemen dan teknologi sebagai strategi pemberdayaan berkelanjutan berbasis potensi limbah. Kami percaya bahwa dengan merancang sistem operasional yang efisien dan menerapkan strategi pemasaran digital yang adaptif, desa-desa seperti Pungpungan akan mampu memperluas pasar sekaligus memperkuat identitas produknya sebagai bagian dari gerakan lingkungan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pendampingan intensif kepada BUMDes Berkaho dalam membangun sistem manajemen operasional yang efektif serta mengembangkan strategi pemasaran digital yang aplikatif untuk meningkatkan daya saing produk upcycling mereka. Kegiatan ini mendesak dilakukan mengingat potensi ekonomi yang besar namun belum tergarap



secara optimal karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan teknologi. Diharapkan, setelah kegiatan ini selesai, mitra mampu menjalankan usaha secara mandiri dengan sistem produksi yang tertata dan strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar digital. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan desa lain yang memiliki potensi serupa, sehingga tercipta efek domino dalam membangun ekonomi desa yang berkelanjutan dan berbasis lingkungan.

METODE PELAKSANAAN

Gu Program Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Metode Participatory Learning and Action (PLA) (Arbarini et al., 2022; Juniawan et al., 2021; Y. K. Putra et al., 2020). Tujuan dengan Metode PLA untuk memberdayakan masyarakat agar mampu mengidentifikasi permasalahan mereka sendiri, merumuskan solusi secara kolektif, serta melaksanakan tindakan berdasarkan hasil analisis dan kesepakatan bersama. Dalam judul “Optimalisasi Manajemen Operasional dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Upcycling di BUMDes Berkaho Pungpungan”, metode PLA digunakan sebagai kerangka kerja untuk mendorong partisipasi aktif warga desa, pelaku usaha lokal, serta pengurus BUMDes dalam merancang dan mengimplementasikan strategi penguatan daya saing produk upcycling.

Program Pengabdian Masyarakat Ini Dilaksanakan Dengan Pendekatan Pla Melalui Lima Tahapan Utama. Pertama, Dilakukan Sosialisasi Dan Pemetaan Aset Untuk Mengidentifikasi Potensi Individu, Kelompok, Dan Fisik Yang Dimiliki Desa. Kedua, Pelatihan Manajemen Dan Pemasaran Digital Diberikan Untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Dan Promosi Produk Upcycling. Ketiga, Penerapan Teknologi Dilakukan Dengan Menggunakan Alat Daur Ulang Sederhana Dan Platform Digital Untuk Katalog Dan Penjualan Produk. Keempat, Dilakukan Monitoring Dan Evaluasi Secara Berkala Guna Menilai Perkembangan Dan Dampak Program. Terakhir, Program Diarahkan Pada Keberlanjutan Melalui Pembentukan Kelompok Usaha Mandiri, Sistem Bagi Hasil Yang Adil, Serta Penyusunan Roadmap Pengembangan Usaha Berbasis Aset Desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari penelitian ini dipaparkan sebagai berikut.

1. Sosialisasi



Tahapan awal dalam kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi program kepada BUM Desa Berkaho Pungpungan, yang terlibat dalam pengelolaan produk upcycling. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk pertemuan, diskusi kelompok kecil, dan forum interaktif yang melibatkan pengurus BUMDe. Tujuan utama dari sosialisasi ini adalah untuk memperkenalkan latar belakang, tujuan, dan manfaat dari program optimalisasi manajemen dan pemasaran digital. Pendekatan partisipatif digunakan agar masyarakat tidak hanya memahami, tetapi juga merasa memiliki program ini. Alat bantu visual seperti slide presentasi, poster, dan contoh produk ditampilkan agar komunikasi lebih efektif. Masyarakat diberikan ruang untuk bertanya dan berdiskusi secara terbuka selama kegiatan berlangsung. Respons positif warga menunjukkan antusiasme yang tinggi dan kesiapan untuk terlibat lebih lanjut.

Sosialisasi ini merupakan langkah penting untuk mengidentifikasi potensi lokal, baik dari segi sumber daya manusia, bahan baku, maupun kemampuan produksi yang telah ada. Melalui teknik pemetaan aset komunitas (community asset mapping), warga diajak untuk mendata keterampilan, alat produksi yang tersedia, dan jaringan pasar yang sudah dimiliki. Proses ini menggambarkan potensi besar yang selama ini belum dioptimalkan secara strategis. Dengan adanya diskusi terbuka, muncul berbagai ide baru terkait pengembangan produk dan strategi promosi. Sosialisasi menjadi lebih bermakna karena warga merasa terlibat sejak tahap awal. Hasil dari proses ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam perencanaan program secara menyeluruh. Proses ini juga memperkuat sinergi antara BUM Desa Berkaho dan tim pengabdian yang akan mendampingi kegiatan secara berkelanjutan.

Selain aspek informasi, sosialisasi juga bertujuan membangun komitmen bersama dari seluruh pemangku kepentingan di desa. Komitmen ini diwujudkan melalui pembentukan tim kerja lokal yang terdiri dari pengurus BUMDes, perwakilan kelompok usaha, dan fasilitator lapangan. Tim ini memiliki peran penting dalam pelaksanaan teknis dan pelaporan kegiatan di lapangan. Kesepakatan kerja sama dituangkan dalam dokumen tertulis yang ditandatangani bersama sebagai bentuk tanggung jawab moral. Dalam sesi ini juga disepakati alur komunikasi, sistem pendampingan, serta waktu pelaksanaan kegiatan inti. Kejelasan peran dan tanggung jawab membantu mempercepat proses koordinasi dan pengambilan keputusan. Forum sosialisasi terakhir ditutup dengan pembagian tugas awal untuk mempersiapkan tahapan

berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa tahapan sosialisasi telah berhasil menumbuhkan kesadaran kolektif dan kesiapan bersama.



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi menjadi fondasi penting dalam membangun dasar partisipasi pengurus BUM Desa Berkaho dalam program ini. Melalui pendekatan yang inklusif dan terbuka, masyarakat mendapatkan pemahaman utuh sekaligus merasa dilibatkan secara langsung. Dengan adanya keterlibatan sejak awal, diharapkan proses berikutnya dapat berjalan lebih lancar dan efisien. Sosialisasi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan inspiratif. Warga mulai menyadari bahwa mereka memiliki peran penting dalam menentukan arah pengembangan produk upcycling ke depan. Kesadaran ini sangat penting dalam membentuk budaya kerja kolaboratif yang dibutuhkan untuk menjalankan program. Dari tahap awal ini juga terlihat bahwa potensi masyarakat sangat besar untuk diberdayakan lebih lanjut. Oleh karena itu, proses sosialisasi yang efektif akan menjadi modal utama dalam mendukung tahapan program selanjutnya.

2. Pelatihan

Pada tahap awal pelatihan, para pengurus BUMDes Berkaho diberikan pemahaman mendalam mengenai konsep upcycling dan pentingnya inovasi dalam pengolahan limbah. Mereka diperkenalkan pada berbagai jenis bahan bekas yang potensial, seperti kain perca, botol plastik, kardus, dan bahan organik. Melalui pendekatan praktik langsung, peserta diajari cara membuat berbagai model produk kreatif seperti tas, pot tanaman, tempat alat tulis, dan kerajinan rumah tangga lainnya. Instruktur juga memberikan contoh desain yang memiliki nilai

jual tinggi dan sesuai dengan tren pasar lokal maupun digital. Kreativitas peserta dilatih dengan menyesuaikan bentuk, warna, dan fungsi agar produk menarik namun tetap ramah lingkungan. Dengan pelatihan ini, pengurus BUMDes tidak hanya memahami teknik dasar pembuatan, tetapi juga mulai memiliki visi untuk mengembangkan produk khas desa berbasis daur ulang.

Setelah memahami proses produksi, pengurus BUMDes dilatih untuk mengambil foto produk yang menarik dan representatif. Pelatihan ini mencakup teknik pencahayaan alami, penggunaan latar belakang polos, dan pengambilan sudut gambar agar produk terlihat profesional. Peserta juga diberikan pelatihan menggunakan kamera ponsel dengan optimalisasi fitur sederhana yang mudah diaplikasikan. Selain itu, mereka belajar tentang pentingnya konsistensi visual dalam katalog produk digital, seperti penggunaan tone warna yang senada dan tata letak foto. Pada sesi berikutnya, pelatihan berfokus pada teknik pengemasan yang aman dan estetik, termasuk pemilihan bahan kemasan ramah lingkungan dan pelabelan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kredibilitas produk upcycling saat ditawarkan ke konsumen secara daring maupun langsung.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Upcycling

Pada bagian akhir pelatihan, pengurus BUMDes diajarkan cara mengunggah produk ke platform digital seperti website desa, marketplace, dan media sosial. Mereka belajar membuat deskripsi produk yang informatif dan persuasif, serta menambahkan tagar yang relevan agar mudah ditemukan calon pembeli. Instruktur juga mengenalkan aplikasi pendukung pemasaran seperti Canva untuk desain promosi, Google Form untuk pemesanan, dan WhatsApp Business untuk komunikasi pelanggan. Simulasi dilakukan secara langsung agar peserta terbiasa dengan



alur kerja digital, mulai dari unggah foto hingga transaksi dan konfirmasi pengiriman. Selain itu, pengurus juga dikenalkan dengan fitur analitik sederhana untuk memantau interaksi dan potensi pasar produk mereka. Dengan pemahaman ini, BUMDes diharapkan mampu memanfaatkan teknologi secara mandiri untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Pengurus BUMDes Berkaho mendapatkan peningkatan kapasitas baik dalam produksi, dokumentasi visual, hingga pemasaran digital. Pelatihan tidak hanya memberi pengetahuan teknis, tetapi juga menanamkan semangat kewirausahaan berbasis lokal dan berkelanjutan. Pendekatan partisipatif membuat peserta lebih aktif dan merasa memiliki terhadap proses pengembangan usaha. Keterampilan yang diperoleh dapat menjadi bekal jangka panjang dalam mengelola dan mengembangkan produk upcycling sebagai identitas desa. Dengan dukungan teknologi dan manajemen yang optimal, produk BUMDes memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Keberhasilan pelatihan ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha desa berbasis potensi aset lokal.

3. Penerapan Teknologi

Setelah tahapan sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan penerapan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran produk upcycling. Teknologi yang diperkenalkan disesuaikan dengan kondisi lokal, baik dari segi ketersediaan alat, keterampilan warga, maupun aspek ekonomisnya. Beberapa alat sederhana seperti mesin press, pemotong bahan, dan alat bantu pengering diperkenalkan melalui demonstrasi langsung di lokasi produksi. Warga diajak mencoba langsung alat-alat tersebut agar mereka memahami cara penggunaan dan keamanannya. Pendekatan praktik langsung (*learning by doing*) digunakan agar warga cepat memahami fungsi setiap alat. Penerapan ini juga meminimalkan ketergantungan pada pihak luar karena teknologi mudah dirawat secara mandiri. Selain alat fisik, diperkenalkan pula konsep digitalisasi dalam pemasaran produk. Tahap ini menjadi momentum penting untuk mengenalkan transformasi usaha desa menuju ranah digital.

Penerapan teknologi digital difokuskan pada pengenalan media sosial, platform marketplace, dan aplikasi pencatatan sederhana. Warga dilatih untuk membuat akun bisnis di Instagram dan Facebook, serta memahami cara mengambil foto produk yang menarik. Pelatihan juga mencakup pembuatan katalog digital menggunakan Canva dan penggunaan WhatsApp

Business untuk komunikasi pelanggan. Pengurus BUMDes diberi pelatihan khusus untuk mengelola platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. Semua materi disampaikan secara bertahap, dengan simulasi dan latihan langsung agar peserta merasa nyaman. Peserta diajak membuat rencana konten sederhana untuk promosi mingguan. Pendekatan ini mendorong tumbuhnya keterampilan digital secara bertahap di masyarakat. Teknologi digital menjadi jembatan penting untuk memperluas pasar produk upcycling BUMDes Berkaho.



Gambar 3. Lapak BUMDes Berkaho

Dari sisi manajemen operasional, penerapan teknologi juga meliputi pembenahan sistem kerja dan pencatatan usaha. Tim pengabdian memperkenalkan sistem pembagian tugas yang terstruktur, penggunaan buku kas digital, dan jadwal produksi mingguan. Setiap anggota tim produksi dilatih untuk mencatat hasil produksi harian dan stok bahan baku. Teknologi spreadsheet sederhana digunakan untuk memantau perkembangan usaha secara berkala. Hal ini membantu pengurus BUMDes mengambil keputusan berdasarkan data yang akurat. Proses ini juga mendorong transparansi dalam pengelolaan usaha. Dengan sistem operasional yang lebih teratur, kualitas dan kuantitas produksi dapat dikendalikan dengan lebih baik. Implementasi teknologi manajemen operasional meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan usaha desa.

Kegiatan penerapan teknologi ini mendapat antusiasme tinggi dari warga karena langsung memberikan manfaat nyata dalam proses usaha. Beberapa warga bahkan mulai berinisiatif mengembangkan variasi produk dan mencoba teknik pemasaran baru secara mandiri. Proses



evaluasi sementara menunjukkan adanya peningkatan efisiensi waktu produksi dan peningkatan respons pasar. Teknologi yang diterapkan dinilai tepat guna dan mudah dipelajari. Masyarakat merasa lebih percaya diri untuk memasarkan produk secara online dan menjangkau pembeli di luar desa. Penerapan teknologi ini menjadi titik balik dalam pengembangan produk upcycling yang sebelumnya hanya dijual dalam lingkup lokal. Keberhasilan tahap ini memperkuat semangat warga untuk terus berkembang dan membuka peluang kerja baru di lingkungan desa. Dengan penerapan teknologi yang partisipatif dan kontekstual, proses transformasi digital dapat berjalan lebih inklusif dan berkelanjutan.

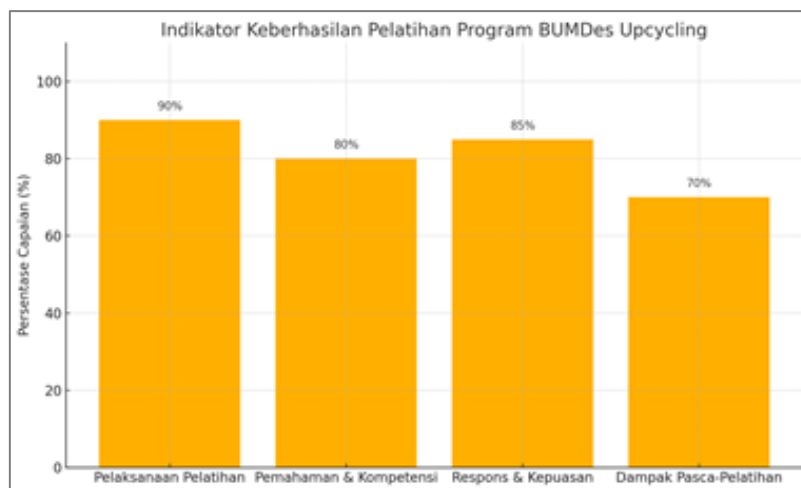
4. Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan berjalan sesuai rencana dan tujuan program tercapai secara efektif. Kegiatan ini dimulai dengan menyusun indikator capaian yang disepakati bersama antara tim pengabdian, pengurus BUMDes. Indikator mencakup aspek produksi, penggunaan teknologi, efektivitas pemasaran digital, dan tingkat partisipasi BUM Desa Berkah. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui forum refleksi, diskusi kelompok fokus, dan wawancara individu. Tim pengabdian mencatat perkembangan, tantangan, serta inovasi yang muncul selama proses berjalan. Proses ini dilakukan dengan pendekatan terbuka dan tidak menghakimi, sehingga peserta merasa nyaman memberikan masukan. Setiap sesi evaluasi menjadi ruang belajar bersama untuk memperbaiki dan menyempurnakan pelaksanaan kegiatan. Monitoring bersifat formatif agar mampu menyesuaikan strategi secara dinamis di lapangan.

Evaluasi dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan warga sebagai penilai utama keberhasilan program. Warga diminta untuk menilai sendiri apa yang telah mereka pelajari, apa yang berhasil, dan apa yang perlu ditingkatkan. Teknik visual seperti skala kepuasan, peta perubahan, dan pohon masalah digunakan untuk memudahkan proses refleksi. Hal ini memungkinkan warga yang kurang terbiasa dengan evaluasi tertulis tetap dapat menyampaikan pandangannya secara efektif. Hasil evaluasi disampaikan secara terbuka dan dirangkum dalam laporan mingguan sebagai bahan pengambilan keputusan. Setiap masukan dari warga ditindaklanjuti dalam bentuk perbaikan teknis atau penyesuaian jadwal kegiatan. Evaluasi juga menjadi sarana untuk memperkuat rasa kepemilikan terhadap program. Dengan keterlibatan aktif, masyarakat merasa dihargai dan termotivasi untuk terus berkembang.



Monitoring lapangan dilakukan secara terstruktur oleh tim pengabdian dan Pengawas BUM Desa Berkaho. Mereka mendampingi kegiatan produksi, mengecek pemanfaatan alat, dan memantau efektivitas promosi digital yang telah dilakukan. Catatan lapangan dibuat secara sistematis untuk merekam capaian dan tantangan harian. Data ini kemudian dikompilasi dan dibahas secara rutin dalam forum evaluasi bersama. Beberapa temuan menarik sering kali menjadi bahan pembelajaran bagi desa lain atau untuk perbaikan metode pelatihan. Dengan adanya pendampingan yang intensif, warga mendapatkan bimbingan langsung dalam menyelesaikan kendala yang dihadapi. Monitoring juga membantu menjaga semangat warga agar tetap konsisten mengikuti program. Proses ini memperkuat kesinambungan antara pendamping dan komunitas lokal.



Gambar 4. Hasil Monitoring dan Evaluasi

Pada akhir periode kegiatan, dilakukan evaluasi sumatif untuk mengukur dampak program secara keseluruhan. Evaluasi ini mencakup perubahan kapasitas Pengurus BUM Desa Berkaho, peningkatan kualitas dan jumlah produk, serta perkembangan saluran distribusi dan pemasaran. Pengurus BUMDes menyampaikan testimoni mereka terhadap perubahan yang mereka alami selama program berlangsung. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri, kemampuan manajerial, serta orientasi kewirausahaan warga. Beberapa peserta bahkan mengembangkan produk turunan dari upcycling secara mandiri. Laporan evaluasi akhir disusun secara lengkap dan menjadi referensi untuk rencana keberlanjutan. Proses evaluasi ini tidak hanya menghasilkan data, tetapi juga menjadi sarana memperkuat



komitmen masyarakat untuk melanjutkan program secara mandiri. Dengan demikian, evaluasi bukan hanya alat ukur, tetapi juga strategi pemberdayaan.

5. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program menjadi fokus utama setelah seluruh tahapan pelaksanaan selesai. Untuk menjamin program tidak berhenti, dibentuklah tim lokal yang terdiri dari warga terlatih dan pengurus BUMDes. Tim ini memiliki tanggung jawab dalam melanjutkan operasional produksi, promosi, dan pelatihan kepada warga baru. Kepemimpinan lokal diperkuat melalui pelatihan tambahan terkait manajemen usaha dan fasilitasi pelatihan. Tim pengabdian memberikan pendampingan lanjutan selama masa transisi hingga tim lokal mampu berjalan mandiri. Selain itu, disusun rencana kerja jangka menengah yang mencakup strategi pemasaran, pengembangan produk, dan pembukaan jaringan distribusi. Rencana ini dibahas dan disepakati bersama warga dalam forum musyawarah. Dokumen rencana keberlanjutan menjadi panduan resmi untuk menjaga konsistensi gerakan.

Aspek penting dalam keberlanjutan adalah pembentukan sistem insentif dan model usaha berkelanjutan. Sebagian keuntungan dari hasil penjualan produk upcycling dialokasikan untuk kegiatan pelatihan, pembelian bahan baku, dan perawatan alat. Dana ini dikelola secara transparan oleh pengurus BUMDes dan dipantau oleh tim monitoring internal. Sistem keuangan sederhana diperkenalkan agar proses pelaporan dan pertanggungjawaban mudah dilakukan. Warga yang berkontribusi aktif mendapatkan prioritas dalam pelatihan lanjutan dan akses bahan baku. Sistem ini membangun rasa keadilan sekaligus mendorong produktivitas. Melalui model ini, program tidak hanya hidup dari bantuan luar tetapi mampu menopang dirinya sendiri. Konsep ini juga mengajarkan pentingnya manajemen berbasis komunitas.

Untuk memperluas dampak, dibangun jejaring kemitraan dengan pihak luar seperti dinas koperasi, perguruan tinggi, dan pelaku UMKM lain. Kerja sama ini membuka peluang pelatihan lanjutan, akses pembiayaan, dan kolaborasi produk. Pengurus BUMDes dilatih untuk menyusun proposal kemitraan dan melakukan komunikasi formal dengan calon mitra. Program juga mendorong warga untuk mengikuti kegiatan pameran, lomba produk, dan pelatihan tingkat kabupaten sebagai bentuk eksposur. Jejaring ini memperkuat daya tahan program dan memberi peluang pengembangan yang lebih luas. Dengan dukungan eksternal yang terarah, keberlanjutan program menjadi lebih realistis dan terukur. Kolaborasi lintas sektor menjadi



kunci sukses dalam mempertahankan program jangka panjang. Oleh karena itu, kemitraan didorong sebagai strategi utama keberlanjutan.

KESIMPULAN

Program ini berhasil meningkatkan kapasitas BUMDes Berkaho dalam mengelola usaha upcycling melalui pelatihan manajemen operasional dan pemasaran digital yang partisipatif dan aplikatif. Pelatihan ini mendorong pengurus dan anggota BUMDes untuk memahami alur produksi yang efisien, menerapkan teknologi tepat guna, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hasilnya, terjadi peningkatan keterampilan, kreativitas produk, dan keberanian dalam memasarkan secara digital. Meskipun dampak jangka panjang masih memerlukan penguatan, program ini telah membangun fondasi yang kuat untuk keberlanjutan usaha dan daya saing produk lokal. Dengan pendampingan lanjutan dan jejaring kemitraan yang tepat, BUMDes Berkaho memiliki peluang besar menjadi model pemberdayaan ekonomi desa berbasis inovasi dan teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dukungan finansial yang telah diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada BUMDesa Berkaho yang telah menjadi mitra utama dalam kegiatan ini, serta menunjukkan komitmen dan kerja sama yang sangat baik selama seluruh tahapan pelaksanaan, mulai dari perencanaan, pelatihan, hingga implementasi di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, N. Q., Putra, N. D. A., Giandra, S. K., Yuli, Y., Mulyadi, M., & Suhaidi, S. (2024). Upcycling: Cara Kreatif Remaja Menyelamatkan Lingkungan dan Meningkatkan Ekonomi. *Dinamika Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Transformasi Kesejahteraan*, 1(4), 141–145. <https://doi.org/10.62951/dinsos.v1i4.879>
- Albab, W. U., Mardiah, A. R., Ranjani, G., Karina, G. D., & Safitri, M. N. (2024). Pengaruh Industri Fast Fashion Terhadap Pencemaran Lingkungan dan Penurunan Keadilan Antar Generasi. *Indonesian Journal of Criminal Law and Criminology (IJCLC)*, 5(3).



<https://doi.org/10.18196/ijclc.v5i3.22830>

- Altsaury, R. A. A., Nisa, I., Muna, N., Wahyudi, A., Saputra, M. H., Shofa, A. K., Maulida, N. L., Mauliddia, S. A., Septiliyani, W., Aulia, N. S. A., & others. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Produk Rempeyek dan Kerupuk Puli Desa Bulak Baru Kedung Jepara. *Madaniya*, 5(4), 1472–1484. <https://doi.org/10.53696/27214834.942>
- Arbarini, M., Ilyas, I., Kisworo, B., Malik, A., & Siswanto, Y. (2022). Pelatihan Ecoprinting Berbasis Participatory Learning and Action upaya Mewujudkan Sustainable Development Goals. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*, 2(3), 857–866. <http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.2.3.857-866.2022>
- Diantari, N. K. Y., & Priatmaka, I. G. B. (2023). The Insatiable: Representasi Fenomena Fast Fashion Terhadap Ekosistem Laut Dalam Karya Busana. *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara*, 3, 178–187. <https://e proceeding.isibali.ac.id/index.php/bdw/article/view/426>
- Edinov, S., Rancak, G. T., Wahyudi, R., Wiyani, L., & Prabasari, I. G. (2023). Carbon Capture and Storage dan Circular Economy: Tinjauan Sistematis dan Arah Penelitian di Masa Depan. *Nusantara Technology and Engineering Review*, 1(1), 19–30. <https://doi.org/10.55732/nter.v1i1.1109>
- Haifa, A. H., Oktaviana, A. Y., & Kamal, U. (2024). Tantangan dan Solusi Pengelolaan Limbah Industri: Upaya Menuju Lingkungan Yang Bersih dan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 1133–1139. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9313>
- Hastuti, D., Achmad, E., Nurjanah, R., & others. (2024). Pemberdayaan Trash Home Creative (THC) dalam Mewujudkan Masyarakat Berkelanjutan di Desa Desa Lumahan Kecamatan Senyerang, Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 75–88.
- Juniawan, F. P., Marini, M., Sylfania, D. Y., Antonius, F. R., & Gautama, S. (2021). Penerapan Metode Participatory Learning and Action (PLA) pada Pelatihan Uji Kompetensi Kejuruan. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 2(4), 257–265.
- Jury, C. W. A., & Fimelia, Q. (2024). Analisis Pengambilan Keputusan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia Dalam Larangan Impor Pakaian Bekas (Thrifting) Menurut Teori Rasional. *Birokrasi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara*, 2(2), 200–217. <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v2i2.1185>
- Meliyah, N., Nurhasanah, N., Rayhan, H., & Khair, O. I. (2025). Pemanfaatan E-Commerce oleh UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum*, 2(3), 223–230. <https://doi.org/10.60126/sainmikum.v2i3.1052>
- Nasional, P. M. P. P., NASIONAL, K. B. P. P., & INDONESIA, R. (2018). Koordinasi, Perencanaan, Pemantauan, Evaluasi, dan Pelaporan Pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. *Peraturan Menteri Nomor*, 7.
- Nasution, A. C., Hotami, U., Yusup, F., Nurul, L., & Nuryaningsih, F. (2025). Transformasi UMKM Desa Panongan: Menggempur Pasar Lewat Revolusi 3P (Produk, Pengemasan, dan Pemasaran). *Abdi Dharma*, 5(1), 67–82.
- Pamungkas, S. D. P., Belinda, T. D., & Ramadhani, P. M. I. (2025). Transparansi Informasi Kebijakan



- Pengelolaan Limbah Industri Guna Mewujudkan Ekonomi Hijau Menuju Indonesia Emas 2045. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 6(2), 68–82. <https://doi.org/10.18196/jpk.v6i2.22223>
- Putra, A. R., Karim, F. S., & Hamid, M. A. (2024). Revitalisasi limbah tekstil: Pengembangan serat komposit berkelanjutan dari baju bekas. *Jurnal Teknologi Cerdas*, 1(1), 28–31. <https://doi.org/10.70310/0tq81d23>
- Putra, Y. K., Sadali, M., Fathurrahman, F., & Mahpuz, M. (2020). Pelatihan uji kompetensi keahlian siswa sekolah kejuruan menggunakan metode Participatory Learning and Action (PLA). *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 80–86.
- Sirlya, V., & Ikaningtyas, M. (2025). Implementasi Pemberdayaan UMKM melalui Pengembangan Digitalisasi Teknologi dan Pemanfaatan Sumber Daya Lokal 'Pisang' di Desa Saringembat Tuban. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 4(1), 119–125. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v4i1.2978>
- Suhartawan, B., Suprihatin, H., Hammado, N., Yuniarti, E., Suyasa, W. B., Asnawi, I., Toepak, E. P., & others. (2023). Pengelolaan Limbah Padat, Limbah Industry dan B3. *Padang: Get Press Indonesia*.
- Susanti, R., Faye, D. A. P., Putri, N. D., Agustin, M., Maftukhah, N. Z., Sari, I. P., Karolina, A., Mulya, A., Marsha, A., Apriliani, M., & others. (2024). Optimalisasi Potensi Lokal Dan Digitalisasi UMKM Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 600–611. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i5.1585>