

Peningkatan Produktivitas Produk Unggulan Kabupaten Jombang dari Anyaman Bambu melalui *Community Service*

Siti Zahro¹, Hany Mustikasari², Faizal Susilo Hadi³, Tri Sagirani⁴, Hedi Amelia Bella Cintya⁵, Nugraha⁶, Citra Aisyah Luqman⁷, Moriska Sinderela⁸, Dharma Adhi Sutanto⁹, Muhammad Abiyu Syafi¹⁰

Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia^{1,2,3,5,6,7,8,9,10}

Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia⁴

{sitizahro@staff.ubaya.ac.id¹, hanymustikasari@staff.ubaya.ac.id², faizalsusilohadi@staff.ubaya.ac.id³, tris@dinamika.ac.id⁴, hediabc@staff.ubaya.ac.id⁵, nugraha@staff.ubaya.ac.id⁶, s180122053@student.ubaya.ac.id⁷, s180122014@student.ubaya.ac.id⁸, s180221035@student.ubaya.ac.id⁹, s180222027@student.ubaya.ac.id¹⁰}

Submission: 2024-10-05 Received: 2024-12-10 Published: 2024-12-31

Keywords: Bamboo Weaving; Productivity; Training

Abstract. *The cooperation between the Jombang Regency Government and the Community Service Team of the University of Surabaya identified target partners for bamboo-woven from micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to develop their businesses at national and international levels. However, problems related to productivity and human resource capabilities are a priority to be resolved. To resolve this, the purpose is to provide assistance and renew technology to increase the productivity of Jombang Regency's superior products from bamboo through community service. The strategy carried out at the beginning was to conduct socialization. The next stage is implementing the community service program: training, assistance, and application of technology. The final stage is program evaluation. Meanwhile, the ABCD (Asset Based Community Development) method was chosen for this Community Service program. The results identified five components: Discovery, Dream, Design, Define, and Destiny. The assets and potentials owned by the target partners are infrastructure and human resources. The dream is to develop their businesses at national and international levels, to be able to meet the needs of community demand, and to innovate more modern products. The program design was grouped into four clusters: production, products, management, and marketing. Furthermore, the community service team together with one bamboo-woven partner determines the program activities: Increasing assets (bamboo cutting machines and thinning machines), increasing product diversity, increasing management capabilities, and increasing product promotion media. Finally, implementing program activities to increase machine assets and machine operation training, innovative product workshops, financial literacy training, and photographing bamboo woven products for components in the*

e-catalog. Finally, partners have bamboo-cutting and slicing technologies, digital administration, and innovative products. In conclusion, this Community Service program needs to be continued to achieve the Target Partners' desire to become MSMEs with national and international markets.

Katakunci:

Anyaman Bambu;
Produktivitas; Pelatihan

Abstrak. Kemitraan Pemda Kabupaten Jombang dengan Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya mengidentifikasi Mitra Sasaran UMKM anyaman bambu untuk mengembangkan usahanya ke tingkat nasional dan internasional. Namun, permasalahan dilapangan terkait produktivitas dan kemampuan sumber daya manusia menjadi hal prioritas untuk diselesaikan. Untuk menyelesaikannya, tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah melakukan pendampingan dan mengimplementasikan teknologi untuk meningkatkan produktivitas produk unggulan Kabupaten Jombang dari bambu melalui *community service*. Strategi yang dilakukan di awal adalah dengan sosialisasi. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat: pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi. Tahap terakhir adalah evaluasi program. Sementara metode ABCD (*Asset Based Community Development*) dipilih untuk diterapkan pada program Pengabdian kepada Masyarakat ini. Hasilnya mengidentifikasi lima komponen: *Discovery, Dream, Design, Define, dan Destiny*. Aset dan potensi yang dimiliki oleh Mitra Sasaran adalah sarana prasarana dan sumber daya manusia. Impiannya adalah untuk mengembangkan usahanya di tingkat nasional dan internasional, dapat memenuhi kebutuhan permintaan masyarakat dan untuk menginovasi produk yang lebih modern. Rancangan program dikelompokkan menjadi empat klaster: produksi, produk, manajemen, dan pemasaran. Selanjutnya, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat bersama satu Mitra anyaman bambu menentukan kegiatan program: Peningkatan aset (mesin potong bambu dan mesin penipis), peningkatan diversitas produk, peningkatan kemampuan manajemen, dan peningkatan media promosi produk. Terakhir, melaksanakan kegiatan program penambahan aset mesin dan pelatihan pengoperasian mesin, *innovative product workshop*, pelatihan literasi keuangan, dan pemotretan produk-produk anyaman bambu untuk komponen di e-katalog. Hasilnya, mitra memiliki teknologi pemotong dan penyerut bambu, memiliki pengadministrasian digital, serta memiliki produk inovatif. Kesimpulannya, program Pengabdian kepada Masyarakat ini perlu dilanjutkan untuk mencapai keinginan Mitra Sasaran menjadi UMKM memiliki pasar nasional dan internasional.

1. Pembahasan

The Anyaman merupakan salah satu produk unggulan dari Kabupaten Jombang (Maida et. al., 2022; Zahro, 2024). Lokasinya berjarak 79 km dari kota Surabaya, Jawa Timur. Anyaman dihasilkan dari bahan utama berupa bambu yang memiliki keunikan dalam mengolahnya (Amjad, 2024; Carlo, 2022). Material bambu banyak dijumpai di Indonesia, khususnya di Kabupaten Jombang (Munawaroh, 2021). Sehingga, pemerintah Kabupaten Jombang mengupayakan hasil produk anyamannya menjadi salah satu produk unggulan. Anyaman dari bambu menghasilkan produk-produk yang unik dan banyak diminati oleh masyarakat terutama pengusaha bidang kuliner.

Namun, produk-produk anyaman bambu tersebut juga memiliki kelemahan, khususnya dalam proses produksinya. Hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat menemukan beberapa kelemahan, yaitu penyiapan bahan baku utamanya bergantung pada cuaca, pengerjaan pembuatan produk masih menggunakan peralatan manual, dan belum adanya teknologi untuk menganyam, dan membantu dalam mempermudah meningkatkan waktu proses dan kualitas produk. Kondisi tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kondisi Mitra Sasaran Pengabdian kepada Masyarakat
Sumber: Hasil Observasi Lapangan Tim Pengabdian kepada Masyarakat

Gambar 1 menunjukkan bahwa proses memotong bambu yang masih dilakukan secara manual menggunakan gergaji. Proses penipisan bambu menjadi iratan juga masih menggunakan alat tradisional berupa parang dan pisau. Hal ini dapat disimpulkan bahwa belum ada teknologi sederhana yang mempermudah dalam proses produksinya. Kondisi ini juga mempengaruhi kecepatan dalam memproduksi produk yang diminta oleh masyarakat.

Kendala lain yang peningkatkan produktivitas produk anyaman adalah keterbatasan jumlah pengerajin anyaman (penganyam). Hal ini juga

berdampak pada pekerjaan tidak bisa cepat dan tidak dapat memenuhi permintaan masyarakat. Di musim-musim tertentu, para penganyam juga akan beralih profesi menjadi petani karena ongkos kerja dari menganyam belum menjanjikan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Umumnya, ini terjadi pada musim panen tembakau.

Sementara untuk produk-produk yang diproduksi oleh Mitra Pengabdian kepada Masyarakat sampai saat ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk-Produk Mitra Sasaran Pengabdian kepada Masyarakat

(Sumber: Hasil Observasi Lapangan Tim Pengabdian kepada Masyarakat)

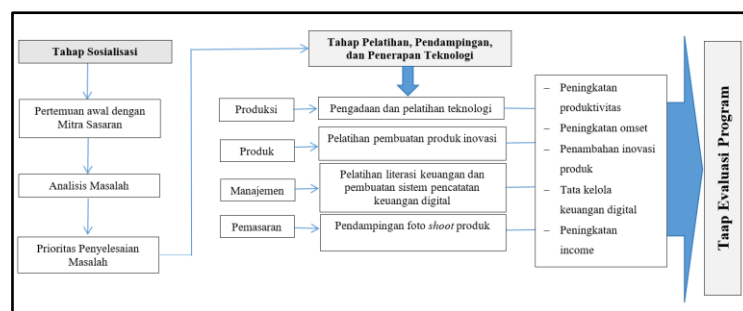
Hasil wawancara awal Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya kepada Mitra Sasaran juga menyatakan bahwa mereka masih menggunakan peralatan yang manual pada proses pemotongan bambu dan juga penipis bambunya sehingga proses produksi sulit untuk dioptimalkan dan juga tenaga kerja sering kelelahan dan berakhir tidak masuk kerja.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah melakukan pendampingan dan renew teknologi untuk meningkatkan produktivitas produk unggulan Kabupaten Jombang dari bambu melalui *community service*. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini didanai oleh DRTPM Kemendikbud Ristek tahun anggaran 2024. Harapan dari program ini adalah dapat menyelesaikan permasalahan peningkatan produktivitas produk olahan bambu oleh Mitra Sasaran di Kabupaten Jombang sehingga dampaknya dapat memenuhi permintaan Masyarakat.

2 Metode

Kegiatan ini dilaksanakan oleh Tim Universitas Surabaya bersama Mitra Sasaran UKM untuk memproduksi produk-produk unggulan dari bahan baku bambu di Kabupaten Jombang. Produk-produknya adalah anyaman bambu. Usaha Mitra UKM ini memberdayakan lebih dari 100 orang dari penduduk sekitar.

Selanjutnya, Tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan Mitra Sasaran mendesain tahapan pelaksanaan program. Tahapan dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini diilustrasikan seperti bagan pada Gambar 3.

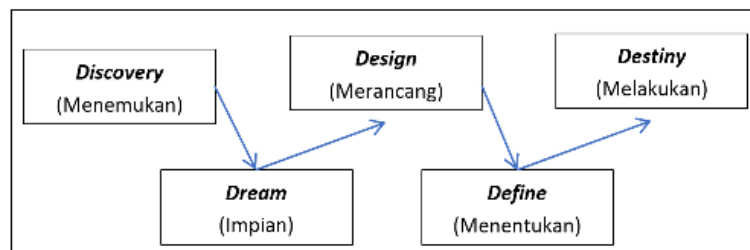


Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Pada Gambar 3 menunjukkan tahapan pelaksanaan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya untuk Mitra Sasarannya. Pada tahap pertama merupakan sosialisasi yang dilakukan bersama Mitra Sasaran dan Tim Pengabdian kepada Masyarakat yang di dukung oleh pemerintah daerah (Pemda) Kabupaten Jombang. Sosialisasi ini bertujuan untuk mengkonfirmasi terkait semua kegiatan yang dilakukan antara Mitra Sasaran dan Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari Universitas Surabaya. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat yang terdiri dari tiga kegiatan yang dilakukan pada Mitra Sasaran adalah pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dari Mitra Sasaran. Tahap terakhir adalah evaluasi program Pengabdian kepada Masyarakat. Evaluasi ini melihat peningkatan produktivitas, peningkatan omzet, penambahan inovasi produk, tata kelola keuangan digital, dan peningkatan pendapatan. Evaluasi ini dilakukan pada bulan Desember 2024.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*). Metode ABCD digunakan karena Mitra Sasaran memiliki aset dan potensi untuk menyelesaikan permasalahan

yang sedang dihadapi. Menurut Nel (2020), metode ABCD merupakan metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan berdasarkan aset dan potensi yang dimiliki oleh sebuah organisasi atau lembaga itu sendiri. Aset dan potensi yang dimiliki oleh Mitra Sasaran ini sangat memadai untuk menyelesaikan dan menjadi solusi bagi Mitra Sasaran itu sendiri dalam menghadapi permasalahan proses produksi. Oleh karenanya, Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan lima tahapan ABCD yang digunakan untuk mencapai tujuan pengabdian ini. Gambar 4 adalah lima tahapan yang digunakan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Surabaya.



Gambar 4. Metode ABCD yang Digunakan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Surabaya

Sumber: Auchter et. al. (2018)

Gambar 4 merupakan metode ABCD yang digunakan dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini. Metode ini menggunakan konsep D5 yaitu *Discovery*, *Dream*, *Design*, *Define*, dan *Destiny* (Auchter et. al., 2018). D pertama adalah *Discovery* (menemukan). Tahap ini merupakan tahap pertama dimana Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya melakukan observasi awal ke Mitra Sasaran untuk melihat aset dan potensi yang dapat dikembangkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. D kedua adalah *Dream* (Impian). Tahap ini, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya menggali apa keinginan dari Mitra Sasaran untuk menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi. D ketiga adalah *Design* (merancang). Pada tahap ini, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya berkolaborasi dengan Mitra Sasaran untuk merancang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dimitra sasaran selama Pengabdian kepada Masyarakat ini. D keempat adalah *Define* (menentukan). Tahap ini, Mitra Sasaran menentukan kegiatan-kegiatan apa saja yang menjadi prioritas untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mereka. D terakhir adalah *destiny* (melakukan). Pada tahap akhir ini, Tim Pengabdian kepada

Masyarakat Universitas Surabaya bersama dengan Mitra Sasaran melakukan kegiatan-kegiatan yang telah disepakati bersama.

Untuk mempermudah Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya dalam menganalisis hasil wawancara dan observasi, Tim melakukan pengkodean mulai dari awal pengumpulan data. Wawancara dan observasi dilakukan pada karyawan dan pemilik dari Mitra Sasaran. Ini dilakukan untuk menggali data apakah Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Tim Universitas Surabaya sudah sesuai untuk memecahkan permasalahan mereka terkait produktivitas produk yang mereka hasilkan. Untuk pemilik diberikan kode OWNMS, sedangkan untuk karyawan kodenya adalah KRYMS_1 sampai KRYMS_3.

3 Hasil

Berdasarkan metode ABCD yang digunakan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Surabaya, hasil dikelompokkan menjadi lima tahapan D5. Berikut ini penjelasan secara detailnya.

a. Discovery (menemukan)

Pada tahap ini, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya melakukan observasi awal ke Mitra Sasaran untuk melihat aset dan potensi yang dapat dikembangkan dalam menyelesaikan permasalahan yang telah disepakati. Aset dan potensi yang dimiliki oleh Mitra Sasaran dikelompokkan menjadi dua: sarana prasarana dan sumber daya manusia.

Pertama adalah aset berupa sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Mitra Sasaran. Sarana berupa peralatan yang dimiliki oleh Mitra Sasaran untuk memproduksi produk anyaman bambu, inovasi produk, manajemen pengelolaan usaha, dan pemasaran produknya. Prasarana berupa tempat yang digunakan oleh Mitra Sasaran untuk memproduksi produk anyaman bambu.

Kedua adalah sumber daya manusia. Ini adalah karyawan yang bekerja untuk memproduksi, mengelola, dan memasarkan produk anyaman bambu di Mitra Sasaran. Indikator untuk melihat sumber daya manusia adalah kemampuan, kreativitas, dan inovasi karyawan dan pemiliknya.

Selanjutnya hasil identifikasi masalah, hasilnya dikelompokkan menjadi empat: (1) produksi anyaman bambu, (2) produk, (3) pengelolaan usaha, dan (4) pemasaran. Penjelasannya adalah sebagai berikut.

Dalam memproduksi anyaman bambu, Sasaran Mitra masih menggunakan peralatan manual. Mitra belum memiliki teknologi tepat guna yang mempermudah dalam proses produksinya. Semua dilakukan dengan cara tradisional dengan tenaga dan kemampuan karyawannya.

Selanjutnya, produk anyaman yang dihasilkan oleh Mitra Sasaran sudah kreatif dengan memiliki beberapa produk yang disukai oleh Masyarakat. Namun, hasil wawancara dengan pemilik menyatakan bahwa mereka kesulitan dalam menginovasi produk mereka.

Untuk pengelolaan usaha, Sasaran Mitra masih menggunakan cara manual dengan catatan di buku. Mereka belum menggunakan media digital. Ini mengakibatkan pengadministrasian belum terintegrasi dengan baik.

Sementara, pemasaran hanya dilakukan di wilayah Jawa Timur dan belum berkembang ke beberapa daerah lain di Indonesia. Hal ini dikarenakan selain promosi mereka hanya dilakukan secara *face to face* dan informasi dari orang ke orang.

b. *Dream* (impian)

Pada tahap ini, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya mengeksplorasi keinginan dari Mitra Sasaran untuk menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi. Sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha dari Mitra Sasaran dapat disimpulkan tiga Impian yang diinginkan mereka. Pertama mereka berkeinginan untuk mengembangkan usahanya di tingkat nasional dan internasional. Kedua, mereka berkeinginan memenuhi kebutuhan permintaan masyarakat terkait produk anyaman bambu baik secara *customize* (produk sesuai pesanan) dan *regular* (produk yang selalu diproduksi). Keinginan ketiga adalah untuk menginovasi produk yang lebih modern.

c. *Design* (merancang)

Tahap ini, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya dengan Mitra Sasaran merancang kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk Mitra Sasaran. Berdasarkan hasil identifikasi dan impian dari Sasaran Mitra, rancangan program dikelompokkan menjadi empat: (1) produksi, (2) produk, (3) manajemen, dan (4) pemasaran.

Produksi adalah terkait dari proses produksi anyaman bambu dari penyiapan bahan baku anyaman sampai menghasilkan produk anyaman bambu. Proses produksi masih dilakukan secara manual dan

belum ada teknologi tepat guna yang digunakan untuk menghasilkan produk anyaman bambu.

Produk adalah terkait dengan inovasi produk anyaman bambu yang dibuat di Mitra Sasaran. Pemilik usaha menyatakan bahwa mereka kesulitan dalam menginovasi produk-produk mereka dengan situasi produk yang diinginkan masyarakat saat ini.

Manajemen adalah terkait dengan pengadministrasian semua aktivitas yang terkait dengan keuangan, pembelian bahan baku, barang keluar, permintaan konsumen, dan penggajian karyawan. Semua aktivitas masih dilakukan secara manual dan belum terintegrasi secara sistem.

Sementara program pemasaran terkait dengan gambar produk untuk promosi, strategi pemasaran, dan media yang digunakan untuk mempromosikan produk anyaman bambu. Harapannya, pemasaran dapat memasarkan produk di Indonesia dan luar negeri.

d. *Define* (menentukan)

Tahap ini, Mitra Sasaran menentukan kegiatan-kegiatan apa saja yang menjadi prioritas untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh bersama dengan Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari Universitas Surabaya. Tahapan ini ditentukan didasarkan pada tahap *design* yang merancang empat tahapan, yaitu: (1) produksi, (2) produk, (3) manajemen, dan (4) pemasaran. Secara detail dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Menentukan Kegiatan dan Indikator Capaian Program

Tahapan Program	Kegiatan Program	Indikator Capaian
Produksi	Peningkatan aset (mesin potong bambu dan mesin penipis)	Peningkatan aset berupa mesin potong bambu, mesin penipis bambu
Produk	Peningkatan diversitas produk	Memiliki 1 variasi anyaman baru dari bambu
Manajemen	Peningkatan kemampuan manajemen	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pembukuan dan inventor
Pemasaran	Peningkatan media promosi produk	Memiliki e-katalog dalam dua bahasa untuk melayani konsumen dari luar negeri

e. *Destiny* (melakukan)

Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya bersama dengan Mitra Sasaran melakukan kegiatan-kegiatan yang telah disepakati Bersama. Kegiatan pembuatan mesin untuk Mitra Sasaran yang telah dilaksanakan dalam rangka mencapai target program peningkatan aset dapat dilihat pada dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Peningkatan Aset melalui Pemberian Mesin Potong dan Mesin Penipis Bambu

Gambar 5 menunjukkan mesin pemotong dan penipis bambu yang diberikan ke Mitra Sasaran. Mesin potong bambu memiliki spesifikasi dimensi rangka 90 cm x 50 cm x 110 cm, material rangka UNP 5 dan plat mild steel, transmisi pulley dan v belt, penggerak dinamo listrik 1,5 HP 1200 Watt, dan kapasitas 100 batang per 8 jam kerja. Sementara mesin penipis bambu memiliki spesifikasi kapasitas: 10-15 meter per menit, material body dari besi plat finishing cat, material rangka dari besi UNP, penggerak menggunakan dinamo listrik 1 HP 220 V, dan transmisi menggunakan rantai, pulley, dan V-belt. Selanjutnya untuk mempermudah penggunaan peralatan tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya melakukan pelatihan pengoperasian mesin seperti pada Gambar 6.



Gambar 6. Pelatihan Pengoperasian Mesin Potong dan Mesin Penipis Bambu

Untuk peningkatan diversitas produk anyaman bambu, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya bersama dengan Mitra Sasaran melakukan kegiatan diversifikasi produk. Produk inovasi ini dibuat untuk memberikan pilihan-pilihan produk yang lebih menarik dan diminati oleh masyarakat. Desain produk ini sebelumnya telah dikomunikasikan desainnya dan selanjutnya dibuat untuk menjadi produk baru dari Mitra Sasaran. Produk ini adalah untuk tempat asesoris. Bentuknya ada yang kotak dan bulat. Produk ini selanjutnya dilapisi untuk memberikan keawetan produk dan tampilan produk yang lebih menarik. Kegiatan pembuatan produk inovasi ini dilakukan melalui kegiatan *Product Workshop* seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. *Product Workshop* untuk Membuat Produk Inovasi Anyaman Bambu



Gambar 8. Pelatihan Literasi Keuangan yang Diikuti oleh UMKM di Kabupaten Jombang

Selanjutnya untuk peningkatan kemampuan manajemen, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya melakukan kegiatan pelatihan pelatihan literasi keuangan seperti pada Gambar 8. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi pengetahuan dan praktik keuangan dengan memanfaatkan program keuangan dari Bank Indonesia yang dapat digunakan secara gratis oleh UMKM yang membutuhkan.

Hasil dari kegiatan pelatihan literasi keuangan yang diikuti oleh UMKM di Kabupaten Jombang disambut baik oleh peserta pelatihan. Mereka merasakan bahwa informasi literasi keuangan ini sangat penting bagi pengelolaan keuangan di UMKM yang mereka miliki. Mereka meminta pelatihan seperti ini dapat dilakukan setiap tahun untuk mendampingi pengelolaan keuangan UMKM di Kabupaten Jombang. Harapannya, implementasinya memudahkan dalam pengelolaan keuangan di UMKM mereka yang akan berkembang semakin besar.

Selanjutnya, kegiatan terakhir Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya bersama dengan Mitra Sasaran adalah peningkatan media promosi produk. Tujuannya adalah memiliki e-katalog dalam dua bahasa untuk melayani konsumen dari luar negeri. Untuk keperluan ini, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surabaya melakukan beberapa pemotretan produk untuk dimasukkan ke e-katalog yang akan didesain. Beberapa produk anyaman bambu tersebut diantaranya besek bulat, besek piknik, kotak atas mika, kotak merah, kotak mika, rak, tempat tisu, tempat air gelas. Produk-produk tersebut dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Foto Produk-Produk Anyaman Bambu untuk E-Katalog

4 Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas produk-produk unggulan Kabupaten Jombang dari anyaman bambu. Kegiatan-kegiatan dilakukan berdasarkan metode ABCD yang berfokus pada permasalahan asset dan potensi UMKM (Nel, 2020). Kegiatan-kegiatan tersebut diputuskan berdasarkan prosedur *discovery* permasalahan di UMKM, *Dream* kedepan dari UMKM, *Design* program yang berfokus pada asset dan potensi UMKM, dan *Define* kegiatan-kegiatan program UMKM telah dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari Universitas Surabaya. Sehingga, *Destiny* kegiatan

program didasarkan oleh target indikator capaian dari masing-masing program yang didesain.

Prosedur yang tepat dari sebuah program akan menentukan keberhasilan dalam implementasinya (Sastoque-Pinilla et. al., 2022; Varajão et. al., 2022). Selain itu, proses hilirisasi karya dan pengalaman dari Tim Pengusul pada Pengabdian kepada Masyarakat ini juga mendukung kesuksesan dari program ini (Gronemeyer et. al., 2014; Pouri et. al., 2022). Peningkatan kreatifitas melalui pelatihan pada kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan oleh tim dan telah memberikan dampak positif bagi peningkatan kualitas dan kuantitas produk penjualan secara nasional dan internasional (Zahro & Mustikasari, 2022; Zahro et. al., 2023). Pelatihan yang dilakukan memberikan dampak positif pada sebuah industri (Zahro et. al., 2017). Penerapan manajemen keuangan UMKM (Edwy et. al., 2023; Wardi et. al., 2024) dan pembuatan website untuk UMKM (Maghfira et. al., 2022; Wahyudi et. al., 2023), perancangan aplikasi untuk strategi pemasaran (Mokodompit et. al., 2023), penggunaan sosial media (Ariyati et. al., 2024; Nurhadi et. al., 2019), dan kapabilitas IT (Wijaya et. al., 2023) juga mendukung kesuksesan UMKM. Komitmen tim ini juga akan memperlancar kegiatan yang dilakukan di UMKM (Errida & Lotfi, 2021).

Selain itu, pembentukan *mindset* dalam membuat usaha juga sangat penting untuk kesuksesan bisnisnya (Morris et. al., 2023; Shetty et. al., 2024). Dua dimensi *mindset* kewirausahaan adalah *mindset* menguraikan dengan indikator pertimbangan, perencanaan, dan pencarian informasi, dan *mindset* penerapan dengan indikator tindakan dan evaluasi (Bernardus et. al., 2023; Hölzner & Halberstadt, 2023; Lynch & Corbett, 2021). Berfikir kreatif dalam pengembangan usaha juga berpengaruh pada keberlanjutan bisnisnya (Awan et. al., 2019; Bertella & Castriotta, 2023; Tandelilin et. al., 2023). Purnomo dan Sutrisno (2024) menyatakan bahwa kreativitas dalam desain produk dan pengalaman pelanggan sangat penting untuk menarik minat konsumen dan membedakan diri dari pesaing. Faktor kreatif juga mempunyai dampak yang menguntungkan dan substansial terhadap kinerja UMKM (Agustina & Arganata, 2023; Musa et. al., 2022).

Sementara untuk menghasilkan inovasi produk baru, juga memerlukan sebuah inspirasi dan tindakan konkrit (Day & Shea, 2020; Kurtmollaiev et. al., 2022). Thongsri dan Chang (2019) menjelaskan bahwa sebuah interaksi antara ikatan bisnis, pelanggan, dan orientasi pesaing dapat meningkatkan inovasi produk berkelanjutan, sedangkan interaksi antara dukungan pemerintah dan hubungan politik dapat meningkatkan

keberlanjutan perilaku inovasi. Hasil penelitian Sari et. al. (2022) juga menyimpulkan bahwa kemampuan inovasi yang dilakukan oleh UMKM berdampak positif terhadap inovasi produk dan inovasi proses serta akan berdampak pada peningkatan inovasi dan keberlanjutan UMKM. Sedangkan, inovasi produk dipengaruhi secara signifikan oleh usia wirausahawan, pengalaman bisnis, dan partisipasi dalam organisasi (Azriani & Khairati, 2023; Li et. al., 2022; Wang et. al., 2019).

Selanjutnya, untuk mengembangkan jaringan pemasaran secara internasional, kemampuan komunikasi dan bahasa juga diperlukan dan dapat ditingkatkan melalui pelatihan (Dauber & Spencer-Oatey, 2023; Mustikasari et. al., 2023; Tenzer et. al., 2017). Thamrin et. al. (2024) menyebutkan bahwa literasi Bahasa Inggris berkontribusi pada hasil bisnis yang lebih baik, seperti peningkatan penjualan, strategi pemasaran yang optimal, dan operasi yang lebih efisien. Kemudian, berinvestasi dalam program pelatihan Bahasa Inggris Bisnis dapat secara signifikan meningkatkan pertumbuhan dan daya saing UMKM di pasar global (Rodliyah & Suryana, 2024; Sutrisno et. al., 2023). Implementasi praktis adalah penting untuk mengembangkan keterampilan komunikasi digital dan strategi pemasaran yang terfokus pada nilai tambah, dan adaptasi terhadap tren teknologi terkini (Mulyana & Irfan, 2024). Keterlibatan dalam *platform* media digital baru, seperti Facebook akan dapat membuka peluang baru dalam pemasaran produk (Apidana & Rusvinasari, 2024), meningkatkan pasar digital (Agustina et. al., 2023), dan menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan fitur teknologi yang telah disediakan (Piani, 2024). Jadi hasilnya dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen

5 Kesimpulan

Kegiatan-kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan berdasarkan target indikator pencapaian yang telah direncanakan dan harapan dari pemilik UMKM. Kegiatan ini akan berdampak apabila semua yang telah dilakukan ditindaklanjuti oleh UMKM dalam rangka mencapai harapan yang diinginkan. Sebuah pendampingan dan monitoring dari pihak ketiga yaitu Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari Universitas Surabaya perlu dilakukan terus secara berkala. Hal ini untuk memfasilitasi pengembangan dan mengeliminasi permasalahan-permasalahan yang mungkin akan terjadi kedepannya. Keterlibatan dukungan dari Pemda Kabupaten Jombang dalam memberdayakan UMKM di tingkat nasional dan internasional perlu dijalin secara konsisten.

6 Pengakuan

Ucapan terima kasih diberikan kepada Direktorat Reset, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRPM), Kemendikbudristek yang telah memberikan Hibah Tahun Anggaran 2024 untuk program Pengabdian kepada Masyarakat Skema Pemberdayaan Berbasis Kewirausahaan (PBK) dengan ruang lingkup Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggulan Daerah (PM-UPUD). Terima kasih juga disampaikan kepada LPPM Universitas Surabaya yang telah mendampingi dan memotivasi untuk program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim ini.

7 Referensi

- Agustina, A., Ambarwati, R., & Sari, H. M. K. (2023). Social media as digital marketing tool in MSME: A systematic literature review. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13(1), 266–279. <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1534>
- Agustina, T. S., & Arganata, M. E. P. (2023). Determining factors in SMEs innovation performance: An empirical study in Indonesia. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(2), 149-162. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i2.265>
- Amani, T., Elly, M. I., Astutik, S. D., Hidayah, D. N., Aliyanty, N., & Mardiah, H. (2022). social media as a means of increasing micro small medium enterprises revenue in the era of the covid pandemic 19. *Empowerment Society*, 5(1), 10-15. <https://doi.org/10.30741/eps.v5i1.815>
- Amjad, A. I. (2024). Bamboo fibre: A sustainable solution for textile manufacturing. *Advances in Bamboo Science*, 100088. <https://doi.org/10.1016/j.bamboo.2024.100088>
- Apidana, Y. H., & Rusvinasari, D. (2024). Social media usage on MSMEs' performance: The moderating role of innovation capability. *Jurnal Manajemen*, 28(1), 175-199. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i1.1805>
- Ariyati, I. M., Ismawati, A. F., Rizqillah, A. I., Wulandari, S. S., & Susanti, S. (2024). MSMEs marketing strategies through the use of social media: A systematic literature review. *IQTISHADUNA: Jurnal*

Ilmiah Ekonomi Kita, 13(1), 65-84.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i1.1817>

Auchter, A. M., Mejia, M. H., Heyser, C. J., Shilling, P. D., Jernigan, T. L., Brown, S. A., ... & Dowling, G. J. (2018). A description of the ABCD organizational structure and communication framework. *Developmental Cognitive Neuroscience*, 32, 8-15.
<https://doi.org/10.1016/j.dcn.2018.04.003>

Awan, U., Sroufe, R., & Kraslawski, A. (2019). Creativity enables sustainable development: Supplier engagement as a boundary condition for the positive effect on green innovation. *Journal of Cleaner Production*, 226, 172-185.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.03.308>

Azriani, Z., & Khairati, R. (2023). Factors influencing the innovation capability in small-scale industrial activities in West Sumatera. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(3), 495-502. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v7i3.14871>

Bernardus, D., Aji, I. D. K., Padmawidjaja, L., Murwani, F. D., Hitipeuw, I., & Jatiperwira, S. Y. (2023). Exploring the mindset to become an entrepreneur. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 613-621. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.05>

Bertella, G., & Castriotta, M. (2023). Thinking and acting creatively for greater sustainability in academic conference tourism. *Journal of Convention & Event Tourism*, 25(1), 54-72.
<https://doi.org/10.1080/15470148.2023.2284748>

Carlo, D. (2022). Processing of woven bamboo for the economy of village communities. *Journal of Universal Community Empowerment Provision*, 2(3), 69-73. <https://doi.org/10.55885/jucep.v2i3.256>

Dauber, D., & Spencer-Oatey, H. (2023). Global communication skills: Contextual factors fostering their development at internationalised higher education institutions. *Studies in Higher Education*, 48(7), 1082-1096.
<https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2182874>

Day, G. S., & Shea, G. (2020). Changing the work of innovation: A systems approach. *California Management Review*, 63(1), 41-60. <https://doi.org/10.1177/0008125620962123>

- Edwy, F. M., Firdaus, M. I., AP, I. F., Leonardi, S., & AP, Z. A. R. (2023). Financial management: The implementation in MSMEs. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(10), 273-283. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v10i10.5170>
- Errida, A., & Lotfi, B. (2021). The determinants of organizational change management success: Literature review and case study. *International Journal of Engineering Business Management*, 13. <https://doi.org/10.1177/18479790211016273>
- Gronemeyer, P., Ditz, R., & Strube, J. (2014). Trends in upstream and downstream process development for antibody manufacturing. *Bioengineering*, 1(4), 188-212. <https://doi.org/10.3390/bioengineering1040188>
- Hözlner, H. M. & Halberstadt, J. (2023). Challenge-based Learning: How to Support the development of an entrepreneurial mindset. In: Halberstadt, J., Alcorta de Bronstein, A., Greyling, J. & Bissett, S. (eds.), *Transforming Entrepreneurship Education*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-11578-3_2
- Kurtmollaiev, S., Lervik-Olsen, L., & Andreassen, T. W. (2022). Competing through innovation: Let the customer judge!. *Journal of Business Research*, 153, 87-101. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.08.002>
- Li, Y., Li, B., & Lu, T. (2022). Founders' creativity, business model innovation, and business growth. *Frontiers in psychology*, 13, 892716. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.892716>
- Lynch, M. P., & Corbett, A. C. (2021). Entrepreneurial mindset shift and the role of cycles of learning. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 80-101. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1924381>
- Maghfira, S., Sagirani, T., & Amelia, T. (2022). Prototipe Dashboard Aplikasi POSTASY Berbasis Website Menggunakan Metode Pureshare Untuk Meningkatkan Kemudahan Layanan Posyandu. *Jurnal Buana Informatika*, 13(02), 155-164. <https://doi.org/10.24002/jbi.v13i02.6117>
- Maida, A., Ali, M., Sujatmika, A. R., Sunarti, S., & Haikal, M. A. (2022). Pemberdayaan usaha ekonomi kreatif dalam inovasi kerajinan

- anyaman pandan di Karanggebang, Munungkerep, Kabuh, Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 1(1), 77-82. <https://doi.org/10.32492/dimas.v1i1.580>
- Mokodompit, E. A., Sutaguna, I. N. T., Heriyana, H., Rukmana, A. Y., & Gustini, S. (2023). Digital marketing strategy for MSME development. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(4), 17-28. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v3i2.2266>
- Morris, S., Carlos, C., Kistruck, G. M., Lount Jr, R. B., & Thomas, T. E. (2023). The impact of growth mindset training on entrepreneurial action among necessity entrepreneurs: Evidence from a randomized control trial. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 17(3), 671-692. <https://doi.org/10.1002/sej.1472>
- Mulyana, A. P., & Irfan, M. (2024). Digital communication in improving competitiveness of productive local MSME businesses in new digital media. *International Journal of Sustainable Social Science (IJSSS)*, 2(2), 125–132. <https://doi.org/10.59890/ijsss.v2i2.1675>
- Munawaroh, S. (2021). Kreatifitas pembuatan anyaman bambu untuk peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Rejosopinggir. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis dan Manajemen)*, 5(2), 93-99. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v5i2.2294>
- Musa, C. I., Hasan, M., Dinar, M., Tahir, T., & Arisah, N. (2022). How do creativity and innovation affect on MSMEs performance? Evidence from South Sulawesi, Indonesia. *International Journal of Scientific Development and Research*, 7(11), 1159-116. <https://openrgate.org/viewfulldetails.php?id=11347>
- Mustikasari, H., Zahro, S., & Hadi, F. S. (2023). PKM mengurangi limbah kain perca melalui pelatihan tapestry dan patchwork di UMKM Rumah Karya Disabilitas Pelangi Kasih Kabupaten Lumajang. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 4(3), 168-188. <https://doi.org/10.33650/guyub.v4i3.6546>
- Nel, H. (2020). Stakeholder engagement: asset-based community-led development (ABCD) versus the traditional needs-based approach to community development. *Social Work*, 56(3), 264-278. <http://dx.doi.org/10.15270/52-2-857>

- Nurhadi, D., Zahro, S., & Chisbiyah, L. A. (2019). A management framework for implementing social media in higher education. *Acta Universitatis Danubius. Communicatio*, 13(1), 15-31. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=798077>
- Piani, J. (2024). utilization of digital marketing in increasing sales of MSME in Bengkalis regency (Case study on MSME of martabak mandor, Gatot Subroto Street, Bengkalis City. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 4(1), 58-64. <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i4.794>
- Pouri, S., Torkashvand, F., Aghamirza Moghim Aliabadi, H., Fard-Esfahani, P., Golkar, M., & Vaziri, B. (2022). Quality by design in downstream process development of romiplostim. *Iranian biomedical journal*, 26(6), 414–425. <https://doi.org/10.52547/ibj.3790>
- Purnomo, Y. J., & Sutrisno. (2024). The role of innovation and creativity in business management to enhance SME economy in the creative industry. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (3), 858-871. <http://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1473>
- Rodliyah, R. S., & Suryana, D. (2024, February). English for Small and Medium Enterprises. In *7th International Conference on Language, Literature, Culture, and Education (ICOLLITE 2023)* (pp. 417-423). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-376-4_55
- Sari, Y., Oktarina, Y., & Kenamon, M. (2022). The role of innovation capability in MSME sustainability during the covid-19 pandemic. *International Journal of Social Science and Business*, 6(4), 502-511. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i4.46158>
- Sastoque-Pinilla, L., Artelt, S., Burimova, A., Lopez de Lacalle, N., & Toledo-Gandarias, N. (2022). Project success criteria evaluation for a project-based organization and its stakeholders—a q-methodology approach. *Applied Sciences*, 12(21), 11090. <https://doi.org/10.3390/app122111090>
- Shetty, G. S., Baliga, V., & Thomas Gil, M. (2024). Impact of entrepreneurial mindset and motivation on business performance: Deciphering the effects of entrepreneurship development program (EDPs) on trainees. *Cogent Business &*

Management, 11(1).

<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2314733>

- Sutrisno, S., Permana, R. M., & Junaidi, A. (2023). Education and training as a means of developing MSME expertise. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 137-143. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i3.62>
- Tandelilin, E., Wijadja, F. N., Mukti, Y. P., Hadi, F. S., Jayani, N. I. E., & Rani, K. C. (2023, September). Implementation of Entrepreneurial Leadership: Will It Make Better or Worse?. In *20th International Symposium on Management (INSYMA 2023)* (pp. 165-171). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-244-6_27
- Tenzer, H., Terjesen, S., & Harzing, A. W. (2017). Language in international business: A review and agenda for future research. *Management International Review*, 57(6), 815-854. <https://doi.org/10.1007/s11575-017-0319-x>
- Thamrin, N., Solihat, D., & Agustiana, V. (2024). Business English literacy in improving the effectiveness of MSME businesses. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(4), 91-100. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.419>
- Thongsri, N., & Chang, A. K. H. (2019). Interactions among factors influencing product innovation and innovation behaviour: Market orientation, managerial ties, and government support. *Sustainability*, 11(10), 2793. <https://doi.org/10.3390/su11102793>
- Varajão, J., Magalhães, L., Freitas, L., & Rocha, P. (2022). Success Management—From theory to practice. *International Journal of Project Management*, 40(5), 481-498. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2022.04.002>
- Wahyudi, E., Sari, A. P., & Aditiawan, F. P. (2023). Website creation as means of digitizing MSME products for school uniforms at Agung's collection. *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 410-415. <http://dx.doi.org/10.11594/nstp.2023.3365>
- Wang, G., Li, L., & Ma, G. (2019). Entrepreneurial business tie and product innovation: a moderated mediation model. *Sustainability*, 11(23), 6628. <https://doi.org/10.3390/su11236628>

- Wardi, J., Arizal, N., Siswati, L., Yandra, A., & Kadri, H. B. (2024). Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) financial management in Indonesia and Malaysia: A comparison. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 139-151. <https://doi.org/10.31849/jieb.v21i1.17184>
- Wijaya, L. I., Ardiansyahmiraja, B., Wicaksono, A. P., Rianawati, A., Hadi, F. S., Silalahi, M. A. R., ... & Zunairoh. (2023). The impact of IT capability and organizational learning on halal food SMEs' performance. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2264562. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2264562>
- Zahro, S. (Oktober, 2024). Kolaborasi Akademisi dan UMKM Anyaman Bambu Tembus Pasar Internasional. <https://kumparan.com/sitizahro/kolaborasi-akademisi-dan-umkm-anyaman-bambu-tembus-pasar-internasional-23doDH9mBia/full>
- Zahro, S., & Mustikasari, H. (2022). Homemade cloth face masks identification in Indonesia. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 18(2), 57-66. <http://doi.org/10.30597/mkmi.v18i2.18618>
- Zahro, S., Mustikasari, H., & Mukti, Y. P. (2023). PkM peningkatan produksi bawang goreng di UMKM SLB Samala Nerugrasha 1 Kunir Lumajang. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 4(2), 1-24. <https://doi.org/10.33650/guyub.v4i2.6497>
- Zahro, S., Wu, M. C., Hidayati, N., & Prahastuti, E. (2017). Employees' creativity development in Indonesia's fashion sub-sectors. *Human Systems Management*, 36(1), 27-39. <https://doi.org/10.3233/HSM-161629>