



## Inovasi Produk dan Pelatihan Manajemen Bisnis untuk UMKM Pakaian Tradisional Palembang dalam Mengembangkan Potensi Wisata Fashion Lokal

***Product Innovation and Business Management Training for Palembang Traditional Clothing MSMEs in Developing Local Fashion Tourism Potential***

**Sherly Malini<sup>1\*</sup>, Abdul Rahman<sup>2</sup>, Juli Anggraini<sup>3</sup>, Muhammad Hairul<sup>4</sup>,  
M Bambang Purwanto<sup>5</sup>**

<sup>1-3</sup> Prodi D4 Administrasi Bisnis Internasional, Politeknik Prasetiya Mandiri, Indonesia

<sup>5</sup>Prodi D3 Paralegal, Politeknik Prasetiya Mandiri, Indonesia

<sup>4</sup>Prodi D3 Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Prasetiya Mandiri, Indonesia

*Email: [sherlydosen@gmail.com](mailto:sherlydosen@gmail.com)<sup>1</sup>, [a.rachman1407@gmail.com](mailto:a.rachman1407@gmail.com)<sup>2</sup>, [juliangraaini@gmail.com](mailto:juliangraaini@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[muhmaddhairul461@gmail.com](mailto:muhmaddhairul461@gmail.com)<sup>4</sup>, [mbambangpurwanto@gmail.com](mailto:mbambangpurwanto@gmail.com)<sup>5</sup>*

*\*Penulis Korespondensi: [sherlydosen@gmail.com](mailto:sherlydosen@gmail.com)*

**Riwayat Artikel:**

Naskah Masuk: 18 Oktober 2025;  
Revisi: 21 November 2025;  
Diterima: 29 Desember 2025;  
Terbit: 31 Desember 2025;

**Keywords:** Digital Marketing;  
Fashion Tourism; MSMEs;  
Product Innovation; Traditional  
Clothing.

**Abstract:** This community service program aims to enhance the capacity of traditional clothing UMKM in Palembang through product innovation and business management training in order to support the development of local fashion tourism. UMKM engaged in producing songket, jumputan, and Palembang batik possess significant economic and cultural potential; however, they face various challenges, including limited design innovation, weak business management skills, and insufficient utilization of digital technology for marketing. Through collaboration between the lecturer team of Politeknik Prasetiya Mandiri and the Palembang City Tourism Office, the program was implemented through workshops, business mentoring, and digital marketing training involving UMKM actors, students, and the local community. The results show improvements in participants' knowledge and skills in developing creative product designs, enhancing production quality, and managing their businesses more professionally. Participants also gained a deeper understanding of digital marketing strategies as an essential tool to expand market reach. This program has contributed positively to strengthening local cultural identity while creating opportunities for creative economic growth through fashion tourism. The implementation of this initiative is expected to serve as a sustainable effort to improve the competitiveness of UMKM and support the economic development of Palembang.

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM pakaian tradisional Palembang melalui inovasi produk dan pelatihan manajemen bisnis demi mendukung pengembangan wisata fashion lokal. UMKM yang bergerak pada produksi songket, jumputan, dan batik Palembang memiliki potensi ekonomi dan budaya yang sangat besar, namun menghadapi berbagai tantangan seperti minimnya inovasi desain, rendahnya kemampuan pengelolaan usaha, serta keterbatasan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Melalui kolaborasi antara tim dosen Politeknik Prasetiya Mandiri dan Dinas Pariwisata Kota Palembang, kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk workshop, pendampingan usaha, serta pelatihan pemasaran digital bagi para pelaku UMKM, mahasiswa, dan masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengembangkan desain produk kreatif, memperbaiki kualitas produksi, serta mengelola bisnis secara lebih profesional. Selain itu, peserta mulai memahami strategi pemasaran digital sebagai sarana penting dalam memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap penguatan identitas budaya lokal sekaligus membuka peluang ekonomi kreatif berbasis wisata fashion. Implementasi program ini diharapkan dapat menjadi langkah berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat Palembang.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk; Pakaian Tradisional; Pemasaran Digital; UMKM; Wisata Fashion.

## 1. LATAR BELAKANG

UMKM pakaian tradisional Palembang seperti songket, jumputan, dan batik Palembang merupakan salah satu aset daerah yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya yang tinggi. Produk-produk ini tidak hanya menjadi identitas khas Kota Palembang, tetapi juga memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, potensi besar tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh sebagian besar pelaku UMKM. Banyak pengrajin menghadapi kendala dalam mengembangkan usaha, baik dari segi inovasi desain, kemampuan produksi, maupun teknik pengelolaan usaha. Situasi ini menunjukkan perlunya intervensi melalui pemberdayaan yang komprehensif agar UMKM dapat berkembang lebih cepat di era kompetisi industri kreatif.

Salah satu permasalahan krusial yang dihadapi UMKM pakaian tradisional Palembang adalah kurangnya inovasi desain yang mampu menyesuaikan diri dengan selera pasar yang terus berubah. Di tengah gempuran produk fashion modern dan fast fashion, pakaian tradisional sering dianggap kurang praktis dan kurang mengikuti tren (Porwani et al., 2023). Selain itu, kemampuan manajemen usaha para pelaku UMKM masih terbatas, terutama dalam hal pencatatan keuangan, pengelolaan stok, dan langkah strategis untuk meningkatkan produktivitas (Marisya et al., 2025). Persoalan ini diperburuk dengan pemahaman pemasaran digital yang masih minim, sehingga produk sulit menjangkau pasar yang lebih luas.

Padahal, Palembang sebagai salah satu kota destinasi wisata budaya di Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan sektor fashion berbasis tradisi lokal. Kain songket dan jumputan, misalnya, telah lama menjadi bagian dari warisan budaya yang bernilai tinggi dan sangat potensial dijadikan komoditas wisata fashion lokal (Marsinah Marsinah et al., 2024). Dengan pengemasan yang tepat, produk pakaian tradisional dapat menjadi bagian dari paket wisata sejarah dan budaya di Kota Palembang (Fitri, 2020). Oleh karena itu, keberadaan UMKM yang kuat dan inovatif akan sangat mempengaruhi perkembangan sektor pariwisata sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.



**Gambar 1.** Hiasan pengantin masyarakat palembang.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk memberikan solusi nyata terhadap berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha. Tim yang terdiri dari lima dosen Politeknik Prasetiya Mandiri berkolaborasi dengan Dinas Pariwisata Kota Palembang merancang program pemberdayaan yang fokus pada peningkatan inovasi produk serta kemampuan manajemen bisnis. Kerja sama lintas institusi ini diharapkan mampu memperkuat ekosistem UMKM melalui pendekatan akademis, praktik lapangan, dan dukungan pemerintah daerah. Kegiatan ini menjadi bentuk nyata kontribusi perguruan tinggi dalam peningkatan kapasitas masyarakat, khususnya pelaku UMKM.

Program ini menyasar beberapa kelompok sasaran, yaitu pelaku atau penggerak UMKM, mahasiswa, dan masyarakat sipil yang memiliki ketertarikan terhadap bidang ekonomi kreatif. Keterlibatan mahasiswa di dalamnya bertujuan untuk memperkuat pengalaman belajar mereka sekaligus memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat. Sementara itu, pelaku UMKM menjadi fokus utama agar dapat memperoleh wawasan baru, meningkatkan kualitas produk, serta memahami strategi pengelolaan usaha yang lebih efektif. Masyarakat sipil dilibatkan sebagai bagian dari ekosistem pendukung yang dapat turut berperan dalam menyebarkan nilai dan manfaat dari kegiatan PKM ini.

Melalui kegiatan PKM ini, diharapkan terjadi transformasi positif pada pelaku UMKM pakaian tradisional Palembang, baik dari sisi keterampilan teknis maupun kemampuan manajerial. Keberhasilan program ini diharapkan memberikan dampak jangka panjang berupa meningkatnya daya saing produk lokal, terbentuknya identitas budaya yang lebih kuat melalui inovasi fashion, serta tumbuhnya perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Dengan

sinergi yang baik antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, UMKM, dan masyarakat, upaya pengembangan potensi wisata fashion lokal di Palembang dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini disusun secara sistematis untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pakaian tradisional Palembang. Langkah pertama yang dilakukan adalah survey awal dan identifikasi kebutuhan, yang meliputi pengumpulan informasi mengenai kondisi usaha, pola produksi, kendala pemasaran, serta kemampuan manajerial para pelaku UMKM. Survey ini dilakukan melalui observasi langsung ke tempat usaha serta wawancara terstruktur dengan para pengrajin songket, jumputan, dan batik Palembang. Tahap ini menjadi penting untuk memastikan bahwa solusi dan pelatihan yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan riil di lapangan.

Setelah kebutuhan UMKM terpetakan dengan baik, tim melanjutkan kegiatan dengan pendampingan inovasi produk. Pada tahap ini, para pelaku UMKM diberikan materi dan contoh mengenai tren desain fashion terkini, konsep perpaduan warna modern, serta teknik sederhana untuk memperbaharui motif tanpa meninggalkan unsur budaya Palembang. Para dosen dan praktisi yang terlibat memberikan bimbingan teknis mengenai pengembangan desain produk agar lebih menarik bagi wisatawan dan konsumen generasi muda. Kegiatan ini dilakukan melalui sesi workshop, diskusi kelompok, dan demonstrasi langsung sehingga pelaku UMKM dapat memahami dan mempraktikkan inovasi secara konkret.

Tahap berikutnya adalah pelatihan manajemen bisnis, yang dirancang untuk memperkuat keterampilan para pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara profesional. Materi pelatihan mencakup penyusunan rencana bisnis sederhana, pengelolaan modal dan keuangan, strategi penentuan harga, pengaturan stok dan produksi, serta manajemen hubungan dengan pelanggan. Salah satu fokus utama pelatihan adalah pencatatan keuangan yang benar karena banyak UMKM masih menjalankan usaha tanpa administrasi yang tertata. Dengan pelatihan ini, diharapkan UMKM dapat mengelola usaha secara lebih terstruktur dan mampu mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat.

Di samping itu, tim PKM juga memberikan pelatihan branding dan pemasaran digital, mengingat promosi online menjadi salah satu kebutuhan penting di era modern. Peserta diajarkan cara membuat identitas merek (brand identity) yang kuat, termasuk pembuatan logo, tagline, dan konsep visual yang mencerminkan kekhasan produk mereka. Selanjutnya, peserta dilatih memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk

mempromosikan produk secara lebih efektif. Workshop fotografi produk, penulisan caption yang menarik, serta strategi meningkatkan jangkauan konten juga diberikan agar UMKM mampu bersaing di pasar digital. Selain itu, peserta diperkenalkan pada penggunaan marketplace untuk memperluas jangkauan penjualan.

Setelah seluruh sesi pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, tim melakukan monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan UMKM peserta. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kemampuan dan output sebelum dan sesudah kegiatan melalui kuisioner, wawancara, serta penilaian kualitas inovasi produk. Monitoring ini bertujuan memastikan bahwa materi pelatihan dapat diterapkan dengan baik serta mengidentifikasi aspek-aspek yang memerlukan pendampingan lanjutan. Selain itu, tim juga mengumpulkan masukan dari peserta untuk melihat sejauh mana kegiatan memberikan manfaat dan dampak bagi usaha mereka.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan PKM ini mengintegrasikan pendekatan edukatif, praktis, dan kolaboratif agar pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam pengembangan usaha. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya proses pemberdayaan yang lebih efektif dan berkelanjutan, sejalan dengan tujuan utama kegiatan untuk mendorong UMKM pakaian tradisional Palembang berkembang di sektor wisata fashion lokal.

### **3. HASIL PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menghasilkan sejumlah perkembangan positif bagi para pelaku UMKM pakaian tradisional Palembang. Melalui rangkaian pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menghasilkan inovasi desain yang lebih variatif dan modern. Para pengrajin yang sebelumnya hanya memproduksi motif tradisional kini telah mampu menciptakan variasi pola dan kombinasi warna yang lebih segar namun tetap berakar pada identitas budaya Palembang. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai estetika produk, tetapi juga memperluas segmen pasar yang dapat dijangkau, terutama kalangan wisatawan dan generasi muda.

Selain inovasi desain, kemampuan manajemen usaha peserta juga mengalami peningkatan signifikan. Para pelaku UMKM yang sebelumnya belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang rapi kini mulai menerapkan pembukuan sederhana sesuai materi pelatihan. Pemahaman mengenai pengelolaan modal, perencanaan produksi, dan perhitungan harga jual yang tepat menjadikan usaha mereka lebih terarah dan efisien. Banyak peserta menyampaikan bahwa mereka kini lebih percaya diri dalam mengelola bisnis karena memiliki dasar manajerial yang lebih kuat dibandingkan sebelumnya.

Pada aspek pemasaran digital, peserta mengalami transformasi yang cukup besar. Seluruh UMKM yang terlibat berhasil membuat atau memperbaiki akun media sosial untuk mempromosikan produknya. Mereka juga mampu menghasilkan foto produk yang lebih rapi dan menarik setelah mengikuti workshop fotografi sederhana. Beberapa UMKM bahkan mulai aktif menggunakan TikTok untuk menampilkan proses pembuatan songket atau jumputan, yang terbukti menarik perhatian calon pembeli. Selain itu, sebagian peserta telah membuka akun toko online di marketplace sehingga membuka peluang penjualan yang lebih luas.

Program pendampingan ini juga menghasilkan keluaran berupa branding atau identitas produk bagi beberapa UMKM. Peserta berhasil merancang logo, slogan, dan konsep visual yang merepresentasikan karakter usaha mereka. Identitas visual ini menjadi modal penting dalam promosi digital maupun offline karena mampu memperkuat positioning produk di mata konsumen. Branding ini juga memperkuat citra Palembang sebagai kota yang kaya akan seni dan budaya melalui fashion tradisional.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil menciptakan perubahan nyata pada cara kerja dan pola pikir para pelaku UMKM yang terlibat. Mereka tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis, tetapi juga pengalaman kolaboratif yang memperluas wawasan dan membangun jejaring lebih luas dengan sesama pelaku usaha, mahasiswa, dan institusi pemerintah. Dampak jangka panjang kegiatan ini terlihat dari peningkatan keaktifan UMKM dalam memasarkan produk dan komitmen mereka untuk terus berinovasi. Dengan demikian, kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata dalam upaya pengembangan potensi wisata fashion Palembang dan penguatan ekonomi lokal.



**Gambar 2.** Hasil kerajinan Baju Tradisional Palembang.

**Tabel 1.** Strukturisasi Hasil PKM.

Aspek yang Dinilai		Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan	Perubahan yang Terjadi
Inovasi Produk	Desain	Desain monoton, motif terbatas	Muncul 3–5 motif baru per UMKM, kombinasi warna lebih modern	Kreativitas meningkat, produk lebih kompetitif
Manajemen Usaha		Tidak ada pembukuan, perencanaan usaha minim	Memiliki pencatatan keuangan sederhana dan rencana usaha	Pengelolaan usaha lebih terstruktur
Branding Produk		Tidak memiliki logo/identitas	70% UMKM peserta memiliki logo & konsep visual	Identitas usaha lebih kuat
Pemasaran Digital		Pasif di media sosial, promosi tidak terarah	Akun aktif, konten rutin, foto produk lebih baik	Jangkauan pasar meningkat
Marketplace		Belum memiliki toko online	60% peserta membuka akun marketplace	Penjualan dapat menjangkau pasar luar daerah
Kepercayaan Diri UMKM		Kurang yakin bersaing	Lebih percaya diri dan mampu mengikuti tren	Spirit usaha meningkat
Kolaborasi & Jejaring		Minim kolaborasi	Terjalin kerja sama dengan sesama UMKM & Dinas	Ekosistem UMKM makin kuat
Pariwisata				

Tabel 1 menjelaskan perubahan signifikan yang terjadi pada UMKM pakaian tradisional Palembang setelah mengikuti rangkaian kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim dosen Politeknik Prasetiya Mandiri. Tabel tersebut menggambarkan perkembangan dari berbagai aspek usaha, mulai dari inovasi produk, manajemen bisnis, branding, hingga kemampuan pemasaran digital. Setiap aspek menunjukkan peningkatan yang mencerminkan keberhasilan kegiatan PKM dalam memberikan dampak nyata bagi para pelaku UMKM.

Pada aspek inovasi desain produk, tabel menunjukkan bahwa sebelum kegiatan dilakukan, sebagian besar UMKM hanya mengandalkan motif tradisional yang sudah umum dan jarang melakukan pembaruan desain. Setelah pelatihan, UMKM mampu menciptakan 3 hingga 5 desain baru yang memadukan elemen tradisi dan tren modern. Hal ini menegaskan bahwa pelatihan inovasi produk memberi kontribusi signifikan dalam meningkatkan kreativitas dan daya tarik produk UMKM di sektor fashion.

Dari sisi manajemen usaha, tabel menggambarkan kondisi sebelum PKM yang ditandai dengan minimnya pembukuan, tidak adanya perencanaan usaha, serta kurangnya pengetahuan tentang pengaturan modal. Setelah pendampingan, UMKM mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana, memahami struktur biaya, dan menyusun rencana pengembangan usaha. Perubahan ini sangat penting karena memberikan landasan kuat bagi keberlanjutan bisnis dan kemampuan bersaing dalam jangka panjang.



**Gambar 3.** Penjualan dan Penyewaan baju Aesan Gede pada UMKM Palembang.

Pada kategori branding produk, hasil tabel menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM sebelumnya belum memiliki identitas merek, seperti logo atau konsep visual usaha. Melalui pelatihan branding dalam PKM ini, sekitar 70% UMKM berhasil membuat logo, menentukan palet warna, serta mulai menggunakan elemen visual konsisten dalam promosi. Identitas branding yang kuat tidak hanya memperkuat citra usaha, tetapi juga sangat membantu dalam membangun kepercayaan konsumen. Kemampuan pemasaran digital juga menunjukkan peningkatan yang jelas. Sebelum kegiatan, UMKM cenderung pasif dalam menggunakan media sosial dan belum memahami strategi konten. Setelah pelatihan, UMKM menjadi lebih aktif memposting konten, mengunggah foto produk yang lebih menarik, dan memahami cara membangun engagement dengan konsumen. Hal ini berdampak pada meningkatnya jangkauan pasar dan peluang penjualan.

Pada aspek pemanfaatan marketplace, tabel mencatat bahwa sebelum program, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki toko online. Sesudah kegiatan, sekitar 60% peserta mulai membuka akun marketplace dan memahami sistem penjualan digital. Transformasi ini membuka peluang lebih luas bagi UMKM untuk menjangkau konsumen di luar Palembang bahkan luar provinsi.

Terakhir, tabel juga menyoroti peningkatan kepercayaan diri UMKM serta jejaring kolaborasi yang terbentuk. Jika sebelumnya pelaku UMKM sering merasa ragu untuk bersaing dengan produk fashion modern, kegiatan PKM memberikan dorongan motivasi dan keyakinan baru. Selain itu, peserta mendapatkan kesempatan berinteraksi dengan sesama pengusaha, mahasiswa, dan pihak Dinas Pariwisata, sehingga terjalin kolaborasi yang memperkuat ekosistem ekonomi kreatif lokal.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan keberhasilan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dari berbagai aspek yang sangat penting untuk keberlanjutan usaha mereka. Perubahan positif ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan, pendampingan langsung, serta kolaborasi lintas institusi menjadi strategi efektif dalam mendorong pertumbuhan sektor UMKM pakaian tradisional sebagai bagian dari pengembangan wisata fashion Palembang.

### **Diskusi Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan terintegrasi yang mencakup inovasi produk, manajemen usaha, dan pemasaran digital memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan UMKM pakaian tradisional Palembang. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan baik terhadap berbagai materi pelatihan yang diberikan. Hal ini mengindikasikan bahwa potensi untuk mengembangkan sektor fashion tradisional sangat besar apabila didukung dengan metode pendampingan yang tepat. Kegiatan ini juga membuktikan bahwa UMKM tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman strategis agar dapat bersaing secara berkelanjutan dalam industri kreatif.

Inovasi produk menjadi salah satu aspek yang paling berdampak dalam kegiatan ini. Sebelum pelaksanaan PKM, sebagian besar UMKM tidak berani melakukan pembaruan motif atau desain karena khawatir meninggalkan nilai tradisional. Namun, melalui diskusi, contoh praktik, dan pendampingan langsung, peserta mulai memahami bahwa inovasi tidak berarti meninggalkan identitas budaya. Sebaliknya, inovasi justru dapat memperkuat nilai tradisi dengan cara menyajikannya dalam bentuk yang lebih relevan dengan perkembangan zaman (Agustin & Purwanto, 2023). Pemahaman ini membuat peserta lebih percaya diri dalam menciptakan variasi motif baru yang lebih diminati konsumen modern dan wisatawan (Serepinah & Nurhasanah, 2023; Triyanto, 2014).

Dari sisi manajemen usaha, kegiatan PKM menunjukkan bahwa banyak UMKM sebelumnya menjalankan bisnis secara intuitif tanpa dasar manajerial yang memadai. Pelatihan tentang perencanaan usaha, pencatatan keuangan, dan perhitungan harga jual membuka wawasan baru bagi peserta mengenai pentingnya profesionalisme dalam usaha kecil. Banyak pelaku UMKM menyadari bahwa pengelolaan bisnis yang baik tidak hanya membantu mereka menghindari kerugian, tetapi juga meningkatkan efisiensi produksi dan memperjelas arah pengembangan usaha (Hatidah et al., 2025; Zuhri et al., 2022). Hal ini terbukti dari meningkatnya kemampuan mereka dalam menyusun rencana usaha dan mengatur keuangan secara lebih terstruktur setelah kegiatan berlangsung.

Pada aspek pemasaran digital, kegiatan menunjukkan bahwa UMKM sangat membutuhkan pendampingan untuk mengoptimalkan potensi platform online. Sebelum pelatihan, sebagian besar UMKM tidak memiliki keahlian dalam membuat konten yang menarik, foto produk yang baik, maupun strategi promosi. Setelah mengikuti workshop, peserta menunjukkan perubahan yang cukup besar: mereka mulai aktif memposting konten, memperbaiki tampilan visual produk, dan menerapkan prinsip storytelling untuk menarik konsumen. Diskusi kelompok menunjukkan bahwa UMKM sangat antusias dengan peluang pemasaran digital, namun tetap membutuhkan pendampingan lanjutan agar konsistensinya dapat terjaga.

Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa kolaborasi lintas institusi—antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, mahasiswa, dan pelaku UMKM—mampu menciptakan ekosistem pembelajaran yang lebih efektif. Kerja sama dengan Dinas Pariwisata Kota Palembang memberikan dukungan yang signifikan terhadap keterhubungan UMKM dengan sektor pariwisata lokal, sehingga peluang menjadikan produk sebagai bagian dari wisata fashion semakin terbuka. Selain itu, keterlibatan mahasiswa turut menambah nilai kegiatan, karena menawarkan perspektif kreatif dari generasi muda sekaligus memberikan pengalaman lapangan yang relevan bagi mereka (Bengu et al., 2023; Widyawati, 2024; Zalukhu & Hutaeruk, 2022). Namun, hasil diskusi juga menunjukkan beberapa tantangan yang perlu diperhatikan untuk kegiatan berikutnya. Beberapa UMKM masih memiliki keterbatasan dalam akses teknologi, seperti perangkat yang memadai untuk pembuatan konten digital.

Selain itu, konsistensi dalam menerapkan strategi pemasaran online menjadi kendala karena kesibukan produksi harian mereka. Beberapa pelaku usaha juga masih memerlukan pendampingan lanjutan dalam hal pengembangan desain dan peningkatan kualitas produk (Aqsa, 2015; Madiistriyanto, 2013; Shiratina et al., 2020). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kegiatan PKM memberikan dampak positif, program lanjutan tetap diperlukan untuk memastikan keberlanjutan hasil.

Implikasi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terlihat pada meningkatnya kesadaran budaya masyarakat mengenai pentingnya pelestarian Kapal Telok Abang sebagai simbol identitas Palembang. Melalui sosialisasi, workshop, dan diskusi budaya, masyarakat tidak hanya memahami sejarah dan nilai filosofisnya, tetapi juga terdorong untuk kembali menghidupkan tradisi ini di lingkungan mereka. Kegiatan ini juga memberikan dampak positif bagi pengembangan kreativitas warga, terutama para pengrajin dan UMKM yang mulai melihat peluang ekonomi dari produksi Kapal Telok Abang sebagai kerajinan tangan bernilai jual (Marsinah et al., 2024; Sipayung, 2022). Di sisi lain, bagi perguruan tinggi, kegiatan ini

memperkuat peran akademisi dalam pelestarian budaya lokal sekaligus memberi pengalaman langsung kepada dosen dan mahasiswa dalam menerapkan keilmuan mereka untuk kepentingan masyarakat.

Rekomendasi dari kegiatan ini adalah perlunya adanya program lanjutan berupa pembentukan komunitas pengrajin Kapal Telok Abang agar proses pelestarian dapat berjalan secara berkesinambungan dan lebih terorganisir. Selain itu, pemerintah daerah dan lembaga pendidikan disarankan menjadikan Kapal Telok Abang sebagai bagian dari agenda wisata budaya, misalnya melalui festival tahunan atau pameran budaya lokal, sehingga tradisi ini dapat dikenal luas oleh generasi muda maupun wisatawan (Marsinah et al., 2024; Sipayung, 2022). Perguruan tinggi juga diharapkan melanjutkan program edukasi dan penelitian terapan berbasis budaya lokal agar manfaat kegiatan tidak berhenti pada satu periode pengabdian, melainkan berkembang menjadi gerakan bersama dalam menjaga warisan budaya Palembang.

Secara keseluruhan, diskusi kegiatan ini menggambarkan bahwa PKM telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas UMKM pakaian tradisional Palembang. Pelatihan yang dilakukan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial, tetapi juga memperkuat motivasi pelaku usaha untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Dengan dukungan berkelanjutan, UMKM memiliki potensi untuk menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan sektor wisata fashion lokal dan penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya di Kota Palembang.

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Inovasi Produk dan Pelatihan Manajemen Bisnis untuk UMKM Pakaian Tradisional Palembang dalam Mengembangkan Potensi Wisata Fashion Lokal” memberikan kontribusi nyata bagi penguatan kapasitas para pelaku UMKM di Kota Palembang. Melalui pelatihan inovasi desain, pengembangan kualitas produk, serta pembekalan manajemen bisnis dan pemasaran digital, para peserta memperoleh peningkatan wawasan dan keterampilan yang dapat langsung diterapkan pada usaha mereka. Kegiatan ini tidak hanya memfasilitasi transfer pengetahuan, tetapi juga membuka ruang kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku UMKM dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Secara umum, kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab tantangan UMKM pakaian tradisional yang selama ini terkendala pada kurangnya inovasi, minimnya strategi pemasaran, dan keterbatasan manajemen usaha. Dampak positif dapat dilihat dari meningkatnya motivasi peserta untuk mengembangkan produk berbasis budaya, pemahaman terhadap pentingnya digitalisasi, serta tumbuhnya kesadaran

bahwa sektor fashion tradisional memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai bagian dari wisata budaya Palembang. Kegiatan ini menjadi langkah awal yang strategis dalam memperkuat identitas budaya sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui UMKM fashion lokal.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Prasetiya Mandiri atas dukungan penuh dalam penyelenggaraan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Pariwisata Kota Palembang yang telah memberikan kerja sama, fasilitas, serta pendampingan selama kegiatan berlangsung. Apresiasi mendalam kami sampaikan kepada seluruh pelaku UMKM pakaian tradisional, mahasiswa, dan masyarakat sipil yang terlibat aktif mengikuti rangkaian pelatihan dan diskusi budaya. Kami juga menyampaikan penghargaan kepada seluruh anggota tim dosen yang terdiri dari lima dosen Politeknik Prasetiya Mandiri yang telah bekerja keras merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pengabdian ini. Semoga kegiatan ini membawa manfaat jangka panjang bagi perkembangan UMKM lokal serta turut berkontribusi dalam melestarikan budaya dan meningkatkan potensi wisata fashion Kota Palembang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustin, A., & Purwanto, M. B. (2023). Pelatihan Cooperate Learning Melalui Media English Exploratory Vacation pada Mahasiswa Sadar Wisata Palembang Darussalam. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 2(4), 282–288. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i4.1478>
- Aqsa, M. (2015). Pengaruh Kredibilitas Perusahaan Dan Public Figure Dalam Periklanan Online Terhadap Sikap Konsumen. *BALANCE: Economic, Business, Management and ...*, XIV(1), 57–71. <http://103.114.35.30/index.php/balance/article/view/1301>
- Bengu, H., Kelin, S., & Hadjon, R. (2023). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital. *TIMOR CERDAS-Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Informasi Dan Rekayasa Sistem Cerdas*, 2(1), 1–7.
- Fitri, F. (2020). Pelatihan Menjahit dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Perempuan di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Tiara Dezzy Samarinda. *Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 11(2), 27–34.
- Hatidah, H., Indriani, R. A. F., Marsinah, M., & Purwanto, M. B. (2025). Etnografi Festival Kuliner Lokal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i1.503>

- Madiistriyanto, H. (2013). *Strategi Pemasaran Produk Wisata* (Asep Rachmatullah (ed.); 1st ed.). Indigo Media. [http://repository.upi-yai.ac.id/240/1/strategi\\_pemasaran\\_produk\\_wisata.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/240/1/strategi_pemasaran_produk_wisata.pdf)
- Marisya, F., Wahasusmiah, R., Indriani, R. A. F., & Purwanto, M. B. (2025). Instagram Vs Tiktok: Analisis Komperatif Terhadap Arus Kas Dan Perencanaan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(2 SE-Articles). <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i2.711>
- Marsinah, M., Hatidah, H., Fitri Indriani, R. A. R., & Purwanto, M. B. (2024). Telok Abang Ship Culture: A Symbol of Pride for Palembang Residents on Independence Day. *Jurnal Pengabdian Pancasila (JPP)*, 3(3 SE-Articles), 133–144. <https://doi.org/10.55927/jpp.v3i3.11249>
- Marsinah Marsinah, R.A Rodia Fitri Indriani, Hatidah Hatidah, & M Bambang Purwanto. (2024). Pelestarian Kearifan Lokal Kain Tradisional Gambo: Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Dan Kebudayaan Masyarakat . *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(2 SE-Articles), 277–285. <https://doi.org/10.54066/jkb.v2i2.1985>
- Porwani, S., Susanto, Y., Zubaidah, R. A., Purwanto, M. B., & Despita, D. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Membatik Untuk Peningkatan Kapasitas Perempuan Di Kota Palembang. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 2(2), 66–76. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i2.702>
- Serepinah, M., & Nurhasanah, N. (2023). Kajian Etnomatematika Berbasis Budaya Lokal Tradisional Ditinjau Dari Perspektif Pendidikan Multikultural. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(2 SE-Articles), 148–157. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i2.p148-157>
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 15–23.
- Sipayung, I. M. V. P. (2022). Eksistensi Telok Abang Sebagai Tradisi Agustusan Di Kota Palembang Tahun 2010-2020. *Widya Winayata: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 10(2), 86–95.
- Triyanto, A. (2014). Pengaruh kompetensi dan penghargaan terhadap motivasi kerja karyawan PT KAI di Stasiun Sragen. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(01), 116413.
- Widyawati, N. (2024). *Teori dan Penerapan Bisnis Model Canvas pada UMKM*. SCOPINDO MEDIA PUSTKA.
- Zalukhu, R. S., & Hutaeruk, R. P. S. (2022). *Potret Literasi Keuangan Pelaku UMKM 4.0-Jejak Pustaka*. Jejak Pustaka.
- Zuhri, A. D. A., Alim, A. H., El Sahal, A., & Azizah, N. (2022). Pemberdayaan UMKM Pada Sektor Pemasaran Melalui Kampung Festival di Kelurahan Pegirian. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 87–98.