

## **Digimend: Digitalisasi Promosi Untuk Pemberdayaan Produksi Mendong di Desa Wajak**

**Defrina Eka Orchidta Ramadina<sup>1</sup>, Devita Hidayatul Jannah<sup>2</sup>, Dwi Rahma Ayu<sup>3</sup>,  
Elfin Aprilia NM<sup>4</sup>, Citra Duwi Puspitasari<sup>5</sup>, Elfirda Kharisma Dewi<sup>6</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Negeri Malang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Defrina Eka Orchidta Ramadina

**E-mail:** [defrinaeka02@gmail.com](mailto:defrinaeka02@gmail.com)

### **Abstrak**

*Desa Wajak, Kabupaten Malang, memiliki potensi ekonomi lokal berbasis budaya melalui kerajinan mendong yang telah diwariskan secara turun-temurun. Namun, pengrajin mendong masih menghadapi berbagai permasalahan, terutama keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, minimnya inovasi produk, serta lemahnya pengelolaan usaha. Kondisi tersebut diperparah dengan menurunnya minat generasi muda terhadap usaha kerajinan tradisional, yang berpotensi mengancam keberlanjutan budaya lokal. Kegiatan mini pengabdian masyarakat bertajuk "DIGIMEND: Digitalisasi Promosi untuk Pemberdayaan Produksi Mendong di Desa Wajak" bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengrajin melalui digitalisasi pemasaran dan penguatan keterampilan kewirausahaan. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, sosialisasi, pelatihan partisipatif, serta praktik langsung penggunaan media sosial, fotografi produk, pembuatan konten digital, desain kemasan ramah lingkungan, dan manajemen usaha sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital pengrajin, terbentuknya akun media sosial bisnis, katalog produk, inovasi desain produk dan kemasan, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya branding dan pencatatan keuangan. Program ini tidak hanya memperluas potensi pemasaran produk mendong, tetapi juga menumbuhkan kembali semangat pelestarian budaya dan inovasi berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, kegiatan DIGIMEND berkontribusi dalam penguatan ekonomi kreatif masyarakat Desa Wajak secara berkelanjutan serta mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya poin 8 dan 11.*

**Kata kunci** - kerajinan mendong, digital marketing, pemberdayaan masyarakat, ekonomi kreatif, Desa Wajak

### **Abstract**

*Wajak Village, located in Malang Regency, possesses local economic potential rooted in cultural heritage, particularly through traditional mendong handicrafts. Mendong is a grass plant that grows in water-rich muddy areas and has long been used by local communities to produce woven products such as mats, trays, and household accessories. Despite its cultural and economic value, mendong artisans face challenges including limited market access, low digital literacy, weak branding, minimal product innovation, and inadequate business management. These issues are worsened by declining interest among younger generations, threatening the sustainability of the craft. To address these challenges, a community service program entitled "DIGIMEND: Digital Promotion for Empowering Mendong Production in Wajak Village" was implemented. The program applied participatory and educational approaches through field observation, socialization, and hands-on training in social media marketing, smartphone-based product photography, digital content creation, eco-friendly packaging, branding, and basic financial management. The results indicate improved digital literacy, the establishment of business social media accounts, the development of product catalogs, enhanced branding awareness, and increased product innovation. Overall, the DIGIMEND program contributes to strengthening the local creative economy, preserving cultural heritage, and supporting the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 8 and Goal 11.*

**Keywords** - mendong handicrafts, digital marketing, community empowerment, creative economy, Wajak Village

## PENDAHULUAN

Desa Wajak yang berada di Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur, merupakan wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal berbasis kearifan budaya dan sumber daya alam. Salah satu potensi unggulan desa ini adalah kerajinan mendong, yakni tanaman rumput-rumputan yang tumbuh di lahan basah dan secara turun-temurun dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai bahan baku berbagai produk anyaman seperti tikar, tampah, dan perlengkapan rumah tangga. Kerajinan mendong tidak hanya berperan sebagai sumber penghidupan, tetapi juga mencerminkan identitas budaya lokal yang memiliki nilai estetika serta makna sosial bagi masyarakat setempat.

Sebagian besar penduduk Desa Wajak menggantungkan mata pencaharian pada usaha mikro berbasis kerajinan mendong. Namun demikian, sebagaimana yang umum terjadi pada UMKM pedesaan dengan keterbatasan akses, pengrajin masih menghadapi berbagai hambatan struktural yang menghambat perkembangan usaha. Produk mendong umumnya dipasarkan melalui jalur konvensional dan bergantung pada pembeli lokal atau tengkulak, sehingga jangkauan pasar relatif sempit dan nilai tambah produk belum dapat dioptimalkan. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa keterbatasan akses pasar dan infrastruktur distribusi di wilayah terpencil berdampak langsung pada rendahnya volume penjualan serta daya saing UMKM (Haryanto et al., 2020; Andy et al., n.d.).

Permasalahan tersebut semakin kompleks dengan menurunnya minat generasi muda untuk melanjutkan usaha kerajinan mendong. Kerajinan tradisional kerap dipersepsikan kurang menjanjikan secara ekonomi dan memiliki daya tarik yang lebih rendah dibandingkan sektor pekerjaan modern. Apabila kondisi ini terus berlanjut, proses regenerasi pengrajin akan terhambat dan keberlanjutan kerajinan mendong sebagai warisan budaya lokal berpotensi terancam. Fenomena serupa juga ditemukan pada komunitas UMKM di wilayah dengan tekanan sosial ekonomi tinggi, termasuk daerah pascabencana, di mana keterbatasan peluang ekonomi mendorong generasi muda meninggalkan usaha tradisional (Levani et al., 2022).

Di sisi lain, tingkat kesadaran masyarakat terhadap nilai budaya dan potensi ekonomi kerajinan mendong masih relatif rendah. Dukungan komunitas dan kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti pemerintah, institusi pendidikan, maupun komunitas bisnis, belum terbangun secara optimal. Padahal, kolaborasi lintas pemangku kepentingan berperan penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha, memperkuat kredibilitas produk, serta membuka akses terhadap pelatihan, pendampingan, dan pasar yang lebih luas.

Dari aspek produksi, sebagian besar pengrajin masih mengandalkan metode tradisional dengan peralatan yang terbatas. Ketiadaan standar mutu, minimnya inovasi desain, serta kurangnya pemahaman mengenai aspek higienitas dan kualitas produk menyebabkan hasil produksi sering kali tidak konsisten. Kondisi ini membatasi kemampuan pengrajin untuk memenuhi standar pasar yang lebih formal dan kompetitif, sebagaimana juga ditemukan pada UMKM berbasis rumah tangga di wilayah pedesaan dan terpencil (Iskandar et al., 2021; Nurhadi, 2023).

Selain itu, keterbatasan keterampilan kewirausahaan dan manajemen usaha turut menjadi penghambat utama. Sebagian besar pengrajin belum menerapkan sistem pembukuan sederhana, perencanaan produksi yang terstruktur, maupun strategi pemasaran yang jelas. Akibatnya, usaha kerajinan mendong cenderung bertahan pada skala kecil dan sulit berkembang secara berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Azizah et al. (2020) dan Machfuzhoh et al. (2020) yang menegaskan bahwa rendahnya literasi manajerial dan digital merupakan salah satu faktor utama yang menghambat pengembangan UMKM di Indonesia.

Pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha dan pemasaran produk juga masih sangat terbatas. Sebagian besar pengrajin belum memiliki kemampuan yang memadai untuk memanfaatkan media sosial, marketplace, maupun platform digital lainnya sebagai sarana promosi dan penjualan. Padahal, berbagai penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran mampu

memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM, terutama bagi pelaku usaha yang berada di wilayah dengan keterbatasan akses fisik (Dewi & Mahyuni, 2022; Pratama et al., 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, penguatan kapasitas pengrajin melalui digitalisasi pemasaran menjadi langkah strategis dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan kerajinan mendong di Desa Wajak. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, serta penggunaan teknologi sederhana seperti aplikasi desain dan kecerdasan buatan, memungkinkan pengrajin membangun identitas merek, menyajikan produk secara lebih menarik, dan menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa memerlukan investasi besar. Selain meningkatkan daya saing produk, digitalisasi juga diharapkan mampu menarik kembali minat generasi muda untuk terlibat dalam pengembangan usaha kerajinan berbasis budaya lokal.

Oleh karena itu, kegiatan mini pengabdian masyarakat ini dirancang sebagai upaya pemberdayaan pengrajin mendong melalui penguatan literasi digital, pengembangan branding, dan strategi pemasaran berbasis teknologi yang mudah diakses. Secara akademik, kegiatan ini berkontribusi pada pengembangan model pemberdayaan UMKM pedesaan berbasis budaya dan digitalisasi. Secara praktis, program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas dan daya saing pengrajin mendong, sekaligus mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta tujuan 11 terkait pembangunan permukiman yang inklusif dan berkelanjutan.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wajak, Kabupaten Malang, dengan fokus pada pemberdayaan UMKM kerajinan mendong melalui penguatan kapasitas pemasaran digital dan manajemen usaha. Program ini memiliki sasaran utama para pengrajin mendong yang aktif memproduksi di Desa Wajak. Metode pelaksanaan kegiatan disusun secara partisipatif dan bertahap agar sesuai dengan karakteristik masyarakat serta potensi lokal yang dimiliki.

### **1. Observasi dan Identifikasi Masalah**

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pengrajin mendong. Kegiatan ini mencakup pemetaan kondisi usaha, proses produksi, pola pemasaran, serta tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pengrajin. Selain itu, dilakukan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan utama yang dihadapi. Observasi dilaksanakan pada Desember 2024 dan menjadi dasar dalam perancangan program pengabdian yang relevan dengan kebutuhan pengrajin mendong di Desa Wajak.

### **2. Forum Group Discussion (FGD)**

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan Forum Group Discussion (FGD) yang melibatkan tim pengabdian, perangkat Desa Wajak, serta perwakilan pengrajin mendong. FGD bertujuan untuk mendiskusikan hasil observasi, menyepakati permasalahan prioritas, serta merumuskan solusi yang aplikatif dan berkelanjutan. Melalui diskusi ini, diperoleh kesepakatan mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran sebagai strategi utama dalam pengembangan usaha kerajinan mendong.

### **3. Pelatihan Digital Marketing dan Branding Produk**

Tahap berikutnya berupa pelatihan yang difokuskan pada peningkatan keterampilan pemasaran digital dan penguatan branding produk kerajinan mendong. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep branding berbasis kearifan lokal, pemanfaatan media sosial (Instagram) sebagai sarana promosi, teknik fotografi produk menggunakan kamera ponsel, serta pembuatan konten visual dan desain promosi menggunakan aplikasi Canva. Selain itu, peserta juga diberikan pendampingan dalam pembuatan akun media sosial usaha, penyusunan katalog digital sederhana, serta desain kemasan ramah lingkungan yang dilengkapi dengan label dan QR code menuju akun promosi.

#### 4. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap akhir kegiatan berupa pendampingan dan evaluasi untuk menilai efektivitas program yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan mengamati perubahan kemampuan pengrajin dalam mengelola media sosial, kualitas konten promosi, serta tingkat pemahaman terhadap manajemen usaha sederhana. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan dan penguatan program agar dapat diterapkan secara mandiri dan berkelanjutan oleh pengrajin mendong di Desa Wajak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



**Gambar 1.**

Observasi di Desa Wajak

Proses kegiatan dimulai dengan tahap identifikasi masalah melalui observasi dan kajian lapangan di Desa Wajak, yang mengungkap berbagai kendala utama yang dihadapi pengrajin mendong, seperti rendahnya literasi digital, kurangnya inovasi produk, serta keterbatasan dalam akses pasar. Setelah itu, tim menyusun perencanaan program berbasis solusi edukatif dan partisipatif, dengan pendekatan yang relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat. Diawali dengan sosialisasi pentingnya digitalisasi dan pemasaran online. Selanjutnya, dilaksanakan pelatihan secara langsung kepada para pengrajin mengenai penggunaan media sosial untuk promosi, teknik fotografi produk menggunakan kamera ponsel, serta pembuatan konten menarik menggunakan aplikasi sederhana seperti Canva. Masyarakat juga diajari membuat kemasan produk ramah lingkungan yang dilengkapi dengan label identitas dan QR code menuju akun media sosial. Selain pelatihan teknis, tim juga memberikan edukasi tentang manajemen usaha sederhana, termasuk pencatatan keuangan dan strategi promosi. Seluruh proses dilakukan dengan metode praktik langsung agar peserta lebih mudah memahami dan mampu menerapkan secara mandiri setelah program selesai. Kegiatan ini melibatkan kolaborasi aktif antara mahasiswa dan warga, yang menciptakan suasana belajar yang interaktif, menyenangkan, dan membangun rasa saling memiliki terhadap pengembangan kerajinan mendong.



**Gambar 2.**

Pendampingan Proses Produksi

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bentuk dukungan terhadap upaya pemberdayaan masyarakat, khususnya para pengrajin tikar mendong di Desa Wajak, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang. Dalam menghadapi perubahan zaman yang semakin menuntut keterampilan adaptif, terutama dalam hal pemasaran digital, masyarakat perlu dibekali dengan kemampuan yang relevan agar dapat terus mengembangkan potensi lokal yang dimiliki.



**Gambar 3.**

Serah Terima Produk Katalog dan Pelatihan Digital Marketing

Melalui pelatihan ini, masyarakat dikenalkan pada pentingnya pemanfaatan digital marketing sebagai sarana untuk memperluas jangkauan promosi produk. Dalam kegiatan partisipatif, masyarakat mendapatkan sosialisasi seputar dasar-dasar pemasaran digital, pengenalan berbagai platform online, serta cara mengelola akun media sosial sebagai etalase digital yang efektif. Harapannya, keterampilan ini dapat menjadi jembatan bagi para pengrajin untuk terhubung langsung dengan pasar yang lebih luas tanpa harus meninggalkan kearifan lokal yang menjadi ciri khas produk mereka.

Tak hanya itu, pelatihan ini juga memberikan ruang belajar bagi masyarakat untuk menciptakan desain sederhana yang dapat digunakan sebagai materi promosi, label produk, dan desain kemasan. Proses pembelajaran dilakukan secara langsung dan praktis, menggunakan aplikasi gratis yang mudah diakses. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat secara mandiri membuat desain yang sesuai dengan karakter produk mereka, dengan sentuhan visual yang tetap mempertahankan kesan alami dan tradisional.

Kegiatan ini juga mencakup pelatihan fotografi produk dengan metode yang sederhana namun efektif. Masyarakat diajarkan cara mengambil gambar produk menggunakan kamera ponsel, dengan memanfaatkan cahaya alami dan latar yang mendukung tampilan produk. Teknik ini menjadi sangat penting agar produk lokal tidak hanya unggul dari segi kualitas, tetapi juga mampu tampil menarik secara visual saat dipromosikan di media digital.

Sebagai bagian dari proses branding dan peningkatan nilai jual, masyarakat juga dilibatkan dalam sesi pembuatan desain kemasan yang ramah lingkungan dan relevan dengan identitas produk lokal. Kemasan dirancang menggunakan bahan-bahan sederhana seperti kertas kraft, kain goni, atau kardus daur ulang, dan dilengkapi dengan informasi produk serta QR code yang mengarah langsung ke akun media sosial atau katalog online. Dengan demikian, konsumen tidak hanya melihat produk secara fisik, tetapi juga dapat menelusuri cerita dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Melalui pelatihan ini, masyarakat tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga pengalaman yang memperkuat semangat untuk terus berkarya dan berkembang. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi titik awal dari proses penguatan kapasitas masyarakat dalam memasarkan produk secara mandiri dan berkelanjutan, tanpa harus meninggalkan akar budaya dan nilai tradisional yang selama ini menjadi kekuatan utama dalam setiap helai anyaman mendong.

Kegiatan “DIGIMEND: Digitalisasi Promosi untuk Pemberdayaan Produksi Mendong di Desa Wajak” menghasilkan sejumlah dampak yang signifikan baik bagi masyarakat pengrajin maupun bagi mahasiswa yang terlibat dalam program ini. Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya literasi digital di kalangan pengrajin mendong, terutama dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Melalui pelatihan yang dilaksanakan secara langsung dan praktis, para peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu mengoperasikan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menampilkan produk mereka secara visual dan menarik. Hal ini merupakan langkah awal penting dalam membuka akses pasar yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lingkup lokal tetapi juga berpotensi menjangkau konsumen regional maupun nasional.

Selain itu, hasil nyata lainnya adalah meningkatnya kesadaran akan pentingnya identitas dan branding produk. Pengrajin yang sebelumnya hanya memproduksi tikar mendong secara tradisional mulai memikirkan bagaimana desain, label, kemasan, dan tampilan produk dapat berkontribusi pada nilai jual dan persepsi pasar. Dengan bimbingan tim mahasiswa, mereka mulai mendesain ulang produk menjadi bentuk yang lebih inovatif seperti tas, pouch, hiasan dinding, atau suvenir wisata yang sesuai dengan selera pasar masa kini, terutama kalangan anak muda. Ini mencerminkan keberhasilan dalam memunculkan kembali semangat inovasi berbasis budaya lokal.

Luaran konkret dari kegiatan ini meliputi terbentuknya akun media sosial bisnis yang dikelola oleh pengrajin atau perwakilan desa, katalog produk sederhana yang menampilkan produk-produk unggulan Mendong, serta contoh kemasan produk ramah lingkungan yang bisa direplikasi secara mandiri. Selain itu, kegiatan ini menghasilkan dokumentasi visual berupa foto dan video promosi produk mendong yang dapat digunakan sebagai bahan pemasaran daring. Peningkatan kemampuan dalam manajemen usaha pun menjadi hasil penting yang tidak dapat diabaikan, di mana pengrajin mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan, pengelolaan stok, dan penyusunan rencana usaha secara sederhana. Mahasiswa sebagai pelaksana kegiatan juga memperoleh pengalaman langsung dalam pemberdayaan masyarakat, pelestarian budaya, dan penerapan ilmu kewarganegaraan secara nyata. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan kapasitas individu, tetapi juga menjadi fondasi untuk keberlanjutan usaha kerajinan mendong sebagai bagian dari penguatan ekonomi lokal berbasis budaya. Beberapa luaran yang dihasilkan :

## Katalog

**Semenjak**  
Sentra Mendong Wajak

BUKU KATALOG PRODUK      MENERIMA PESANAN CUSTOM      085648684507 (ERN)

**Vas Bunga**

**VAS BUNGA KECIL DAN PANJANG**

**HARGA**      **RP. 30.000**

**Ukuran**  
Dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan

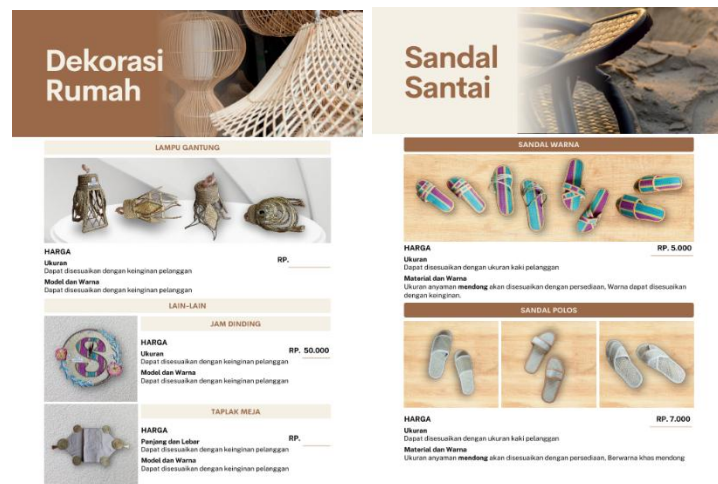
**Bentuk dan Material**  
Bentuk vas dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan, Ukuran anyaman mendong akan disesuaikan dengan persediaan

**VAS BUNGA BESAR**

**HARGA**      **RP. 50.000**

**Ukuran**  
Dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan

**Bentuk dan Material**  
Bentuk vas dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan, Ukuran anyaman mendong akan disesuaikan dengan persediaan



Gambar 4.  
Katalog SEMENJAK

Dengan berakhirnya rangkaian kegiatan “DIGIMEND” ini, kami berharap bahwa apa yang telah diberikan dan dibagikan selama program berlangsung dapat menjadi titik awal transformasi ekonomi kreatif berbasis budaya lokal di Desa Wajak. Luaran-luaran yang telah dihasilkan, seperti akun media sosial resmi, materi promosi digital, sistem pembukuan sederhana, serta modul pelatihan, diharapkan tidak hanya menjadi hasil sesaat, tetapi terus digunakan dan dikembangkan oleh masyarakat setempat secara mandiri. Lebih dari itu, kegiatan ini telah menanamkan nilai-nilai penting seperti kemandirian, partisipasi aktif warga negara, pelestarian budaya, dan pemanfaatan teknologi untuk kemajuan ekonomi lokal. Kami juga menyadari bahwa tantangan pemberdayaan masyarakat tidak bisa selesai dalam satu kali intervensi, sehingga keberlanjutan program memerlukan dukungan berbagai pihak, baik dari pemerintah desa, perguruan tinggi, maupun komunitas lokal. Semoga semangat kolaboratif yang terjalin dalam kegiatan ini dapat terus berlanjut dan menjadi inspirasi bagi pengembangan desa berbasis potensi lokal lainnya di masa depan.

Dengan berakhirnya rangkaian kegiatan “DIGIMEND” ini, kami berharap bahwa apa yang telah diberikan dan dibagikan selama program berlangsung dapat menjadi titik awal transformasi ekonomi kreatif berbasis budaya lokal di Desa Wajak. Luaran-luaran yang telah dihasilkan, seperti akun media sosial resmi, materi promosi digital, sistem pembukuan sederhana, serta modul pelatihan, diharapkan tidak hanya menjadi hasil sesaat, tetapi terus digunakan dan dikembangkan oleh masyarakat setempat secara mandiri. Lebih dari itu, kegiatan ini telah menanamkan nilai-nilai penting seperti kemandirian, partisipasi aktif warga negara, pelestarian budaya, dan pemanfaatan teknologi untuk kemajuan ekonomi lokal. Kami juga menyadari bahwa tantangan pemberdayaan masyarakat tidak bisa selesai dalam satu kali intervensi, sehingga keberlanjutan program memerlukan dukungan berbagai pihak, baik dari pemerintah desa, perguruan tinggi, maupun komunitas lokal. Semoga semangat kolaboratif yang terjalin dalam kegiatan ini dapat terus berlanjut dan menjadi inspirasi bagi pengembangan desa berbasis potensi lokal lainnya di masa depan.

## KESIMPULAN

Kegiatan mini pengabdian masyarakat “DIGIMEND: Digitalisasi Promosi untuk Pemberdayaan Produksi Mendong di Desa Wajak” telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian pengrajin mendong di Desa Wajak, Kabupaten Malang. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, program ini berhasil menjawab permasalahan utama yang dihadapi masyarakat, khususnya rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pasar, serta minimnya inovasi produk dan pengelolaan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pengrajin dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Pengrajin tidak hanya mampu mengelola akun media sosial sebagai etalase digital, tetapi juga mulai menerapkan teknik fotografi produk, pembuatan konten promosi, desain kemasan ramah lingkungan, serta pencatatan keuangan sederhana. Selain itu, muncul kesadaran baru akan pentingnya identitas dan branding produk sebagai upaya meningkatkan nilai tambah dan daya saing kerajinan mendong di pasar yang lebih luas.

Program ini juga berperan dalam menumbuhkan kembali semangat inovasi dan kebanggaan terhadap budaya lokal, terutama dengan menghadirkan pengembangan produk mendong yang lebih variatif tanpa meninggalkan nilai tradisional yang melekat. Kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat berjalan secara aktif dan harmonis, sehingga proses transfer pengetahuan berlangsung efektif dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan DIGIMEND tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas individu pengrajin, tetapi juga menjadi fondasi awal bagi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal di Desa Wajak. Keberlanjutan program ini diharapkan dapat terus didukung oleh berbagai pihak agar digitalisasi pemasaran kerajinan mendong dapat berkembang secara mandiri, berkelanjutan, serta berkontribusi terhadap pencapaian pembangunan ekonomi lokal dan pelestarian budaya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang (UM) atas dukungan pendanaan yang diberikan sehingga penulisan artikel ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Pemerintah Desa Wajak, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang, beserta seluruh perangkat desa dan masyarakat pengrajin mendong yang telah memberikan dukungan, kerja sama, serta partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kontribusi dari seluruh pihak tersebut sangat berperan dalam kelancaran kegiatan serta penyusunan artikel ilmiah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andy, P. ; Wati, P., Martha, J. A., Indrawati, A., Artha, N., Layout, F., & Wildan Fajar, : M. (n.d.). *Digital Marketing*.
- Azizah, N. L., Indahyanti, U., Latifah, F. N., & Sumadyo, S. B. (2020). Pemanfaatan Pembukuan Digital pada Kelompok UMKM di Sidoarjo Sebagai Media Perencanaan Keuangan. *Community Empowerment*, 6(1), 64–70. <https://doi.org/10.31603/ce.4378>
- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022a). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022b). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi*. 2.
- Irfandanny, D., Kusuma, B. T., Sari, A. K., Ridha, F. A., Putri, C., Reksiana, E., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Fat, L., Prasetyo, D., Marghanita, C. L., Salsabilla, M. A., Novendra Aditama, D., Wahyudi, K. E., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis Umkm Melalui Lokal Branding Desa Sumbermujur Kab. Lumajang. *Communnity Development Journal*, 3(2), 1084–1090.
- Iskandar, D., Alif Fathoni, M., & Arta Bhrata, A. (2021). Smart Manufacturing Management System Memanfaatkan Big Data Dan Algoritma Machine Learning Untuk Produksi UMKM.

*Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 16(2), 96.  
<https://doi.org/10.30872/jim.v16i2.5258>

- Levani, Y., Utama, M, R., Djalilah, G, N., & Anas, M. (2022). Skrining Kondisi Kesehatan Masyarakat Pasca Erupsi Gunung Semeru Di Desa Sumbermujur, Lumajang. *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1) Santos, A.A.N. et al. (2021) 'Leptospira interrogans biofilm formation in Rattus norvegicus (Norway rats) natural reservoirs.', *PLoS neglected tropical diseases*, 15(9), p. e0009736. Available at: <https://doi.org/10.1371/journal.pntd.0009736>.), 25–33.
- Machfuzhoh, A., . L.-, & Widyaningsih, I. U. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Umkm Menuju Umkm Naik Kelas Di Kecamatan Grogol. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i2.12143>
- Nurhadi. (2023). Aspek-aspek yang Dapat Meningkatkan Kinerja Produksi (Analisis Kelayakan Bisnis). *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(5), 512–519. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i5.281>
- Pratama, L. D., Putri, A. Y., Yulia, N. A., & Lestari, W. (2022). Pendampingan Umkm Berbasis Digital Marketing Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Produk Di Desa Sumberbulu. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 770–778. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.577>
- Puspaningtyas, N. D., Maskar, S., Dewi, P. S., Asmara, P. M., Mauliya, I., Program, ), Matematika, S. P., Sastra, F., & Pendidikan, I. (2022). Peningkatan Digital Marketing Karang Taruna Desa Hanura Dalam Memasarkan Wisata Pasar Sabin. *Communnity Development Journal*, 3(1), 320–323.