

**Pemberdayaan Kelompok UMKM Tenun Ikat melalui Optimalisasi
Website E-Commerce sebagai Sinergi Inovasi Teknologi, Ekonomi
Kreatif, dan Pelestarian Budaya Lokal**

***Empowerment of the Ikat Weaving MSME Group through the Optimization
of an E-Commerce Website as a Synergy of Technological Innovation,
Creative Economy, and Local Cultural Preservation***

**Nunsio Handrian Meylano^{a*}, Yanter Wilve Baly Woda^b, Maria Goreti Mao
Tokan^c, Isidorus Vinsensius Feri^d, Gerard Sebastian Kera Monteiro^e, Fransisco
Alfriedo Gunayu Kekang^f, Charol Whotilla Marcel Parera^g, Koletus Veron Aber
Ance Maleng^h**

Universitas Nusa Nipa Maumere^{a,b,c,d,e,f,g,h}
^anunsiohandrianmeylano@gmail.com

Abstract

This Community Service Program (PkM) was implemented to enhance the competitiveness and independence of the Tenun Ikat Mbola So MSME Group in Sikka Regency through the utilization of digital technology based on e-commerce. The main problems faced by the partner included limited product marketing, a manual financial recording system, and the absence of standardized product documentation and catalogs. The program was carried out through five major stages: needs analysis, system development, training and mentoring, implementation, and evaluation and follow-up. The results indicate a significant improvement in the partner's capability in digital marketing, business management, and technological literacy. The e-commerce website functions as a digital storefront that enables consumers to easily access product information, a structured digital catalog has been successfully developed, and a digital bookkeeping system has been implemented to support transparency and professional business management. The realization of the first online transaction serves as an early indicator of successful technology adoption. The program outputs include an active e-commerce website, a digital product catalog, business management SOPs, a digital bookkeeping system, activity documentation, and a draft scientific article for publication in a SINTA-indexed journal. This program has made a positive contribution to the digital transformation of culture-based MSMEs and is expected to serve as a replicable model for similar business groups.

Keywords: Tenun Ikat MSME, E-Commerce, Digital Literacy, Community Empowerment, Creative Economy.

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian Kelompok UMKM Tenun Ikat Mbola So di Kabupaten Sikka melalui pemanfaatan teknologi digital berbasis e-commerce. Permasalahan utama mitra meliputi keterbatasan pemasaran produk, sistem pencatatan keuangan yang masih manual, serta belum tersedianya dokumentasi dan katalog produk yang terstandarisasi. Kegiatan dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu analisis kebutuhan, pengembangan sistem, pelatihan dan pendampingan, implementasi, serta evaluasi dan tindak lanjut. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan terhadap kemampuan mitra dalam pemasaran digital, manajemen usaha, serta literasi teknologi. Website e-commerce berfungsi sebagai etalase digital yang memudahkan konsumen mengakses informasi produk, katalog digital produk berhasil disusun, dan sistem pembukuan digital diterapkan untuk transparansi dan profesionalisme usaha. Transaksi pertama melalui platform digital telah terealisasi sebagai indikator keberhasilan awal penerapan teknologi. Luaran PkM meliputi website e-commerce aktif, katalog digital, SOP pengelolaan usaha, sistem pembukuan digital, dokumentasi kegiatan, serta draft artikel ilmiah untuk publikasi jurnal SINTA. Program ini memberikan dampak positif bagi transformasi digital UMKM berbasis budaya lokal dan diharapkan menjadi model replikasi bagi kelompok usaha sejenis.

Kata Kunci: UMKM Tenun Ikat, E-Commerce, Literasi Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Ekonomi Kreatif.

1. Pendahuluan

UMKM merupakan pilar penting penggerak ekonomi nasional di Indonesia, berkontribusi lebih dari 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Tambunan, 2023). Di tengah perkembangan teknologi digital, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan model pemasaran dan pengelolaan yang lebih modern. Transformasi digital menjadi strategi utama peningkatan daya saing UMKM, terutama dalam memperluas jangkauan pasar dan mendorong efisiensi manajemen usaha (Jurnalita, 2024). Namun, tidak semua UMKM memiliki kesiapan dalam mengadopsi teknologi digital, terutama pelaku usaha berbasis kerajinan tradisional yang umumnya masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum memiliki sistem manajemen terstruktur (Palmér, 2025).

Salah satu sektor UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah kelompok UMKM Tenun Ikat Mbola So di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur, yang berfokus pada produksi tenun ikat tradisional sebagai bagian dari warisan budaya lokal. Meski memiliki nilai budaya dan estetika tinggi, produk tenun ikat seringkali belum mampu bersaing secara optimal di pasar modern karena keterbatasan akses pemasaran, minimnya literasi digital, serta kurangnya dokumentasi produk yang terstandarisasi. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar hanya terbatas pada pembeli lokal atau pengunjung yang datang langsung ke lokasi produksi, sehingga berdampak pada rendahnya volume penjualan dan belum berkembangnya potensi ekonomi kreatif berbasis budaya di daerah tersebut (Meylano et al., 2025).

Pada saat yang sama, berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce, pemasaran digital, dan katalog produk berbasis multimedia dapat meningkatkan kompetitivitas UMKM lokal secara signifikan (Turban et al., 2018). Namun, research gap masih terlihat pada konteks pengembangan strategi digital untuk UMKM berbasis budaya tradisional di daerah yang belum siap secara infrastruktur teknologi maupun sumber daya manusia. Sebagian besar studi lebih berfokus pada penerapan e-commerce pada UMKM komoditas umum, sementara pendekatan pemberdayaan partisipatif berbasis budaya lokal belum banyak dikaji (Muazza et al., 2025). Hal ini menjadikan pengembangan model pendampingan transformasi digital pada UMKM tenun tradisional sebagai ruang penelitian yang masih membutuhkan penguatan dan inovasi.

Selain itu, kelemahan pada aspek manajemen usaha dan pemasaran digital di UMKM tenun ikat menunjukkan perlunya strategi pemberdayaan yang tidak hanya menyediakan teknologi, tetapi juga meningkatkan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan, pendampingan, dan implementasi sistem digital secara bertahap. Pendekatan ini penting untuk memastikan keberlanjutan program dan mencegah ketergantungan terhadap pihak eksternal. Penguatan identitas budaya dalam strategi pemasaran juga menjadi faktor penting untuk membangun nilai diferensiasi produk dan meningkatkan daya tarik konsumen modern yang menghargai narasi budaya dan autentisitas produk lokal (Nazara, 2025).

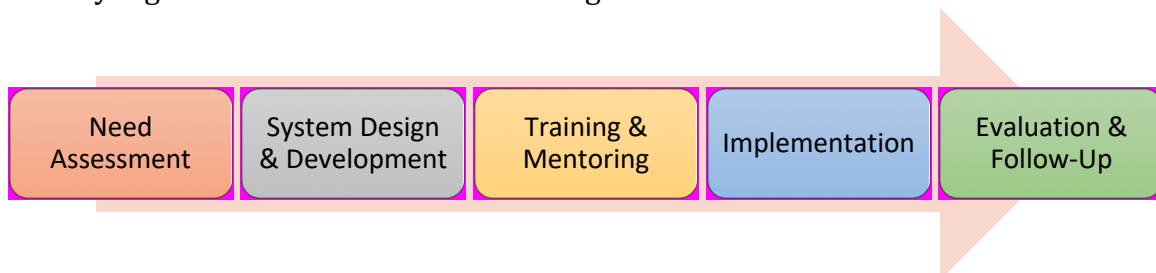
Berdasarkan kondisi tersebut, urgensi Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini terletak pada kebutuhan untuk mengembangkan model pendampingan digital berbasis partisipasi masyarakat serta mengintegrasikan teknologi e-commerce, katalog digital, dan sistem pembukuan digital untuk meningkatkan daya saing UMKM

Tenun Ikat Mbola So. Kebaruan (novelty) yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah integrasi pendekatan transformasi digital dengan pelestarian budaya lokal melalui dokumentasi narasi motif tenun yang terstruktur, implementasi sistem pemasaran digital yang dapat dioperasikan secara mandiri, dan penguatan manajemen usaha berbasis data.

Dengan demikian, PkM ini adalah untuk meningkatkan kemampuan kelompok UMKM Tenun Ikat Mbola So dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran, memperbaiki tata kelola manajemen usaha melalui sistem pembukuan digital, membangun strategi pemasaran digital yang efektif, serta memperkuat nilai budaya melalui dokumentasi motif dan proses produksi. Pertanyaan penelitian yang hendak dijawab meliputi: (1) bagaimana model pendampingan digital dapat meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM tenun berbasis budaya lokal? (2) bagaimana implementasi teknologi digital dapat memperkuat manajemen usaha dan keberlanjutan UMKM? dan (3) bagaimana strategi branding budaya dapat diintegrasikan dalam pemasaran digital untuk meningkatkan daya tarik produk?

2. Metode

Metode pelaksanaan PkM ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan mitra (requirement-based participatory approach) yang menekankan keterlibatan aktif anggota UMKM Tenun Ikat Mbola So pada setiap proses kegiatan, mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa solusi teknologi yang diberikan tidak hanya bersifat aplikatif, tetapi juga relevan dengan permasalahan riil serta mendorong kemandirian dan keberlanjutan program. Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui lima tahapan utama yang disusun secara sistematis sebagai berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PkM

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan PkM dan Indikator Capaian

Tahap	Aktivitas Utama	Output	Indikator Capaian
Need Assessment	Sosialisasi, pemetaan kebutuhan, penyusunan jadwal dan struktur pelaksana	Pemahaman kebutuhan dan prioritas masalah	Teridentifikasinya kebutuhan digital dan perencanaan kerja
System Design & Development	Perancangan website, sistem pembukuan digital, katalog digital	Sistem digital awal siap digunakan	Website aktif dan katalog awal tersusun
Training & Mentoring	Pelatihan fotografi produk, konten digital, dan pembukuan digital	Peningkatan literasi digital anggota	Anggota mampu memproduksi dan mengunggah

Tahap	Aktivitas Utama	Output	Indikator Capaian
			konten secara mandiri
Implementation	Pengoperasian website, unggah produk, manajemen pesanan	Website berfungsi sebagai etalase digital	Tercapai transaksi online pertama, katalog terisi
Evaluation & Follow-Up	Evaluasi efektivitas, penyempurnaan konten, penyusunan SOP dan keberlanjutan	SOP, jadwal upload, rencana jejaring pemasaran	Peningkatan keterampilan dan konsistensi pemanfaatan sistem

Dengan demikian, metode pelaksanaan PkM yang dirancang secara sistematis melalui lima tahapan partisipatif ini diharapkan mampu memastikan bahwa proses transformasi digital pada UMKM Tenun Ikat Mbola So berjalan efektif, terukur, dan berkelanjutan, serta memberikan dasar yang kuat untuk mencapai luaran yang ditargetkan pada kegiatan ini.

3. Hasil Dan Pembahasan

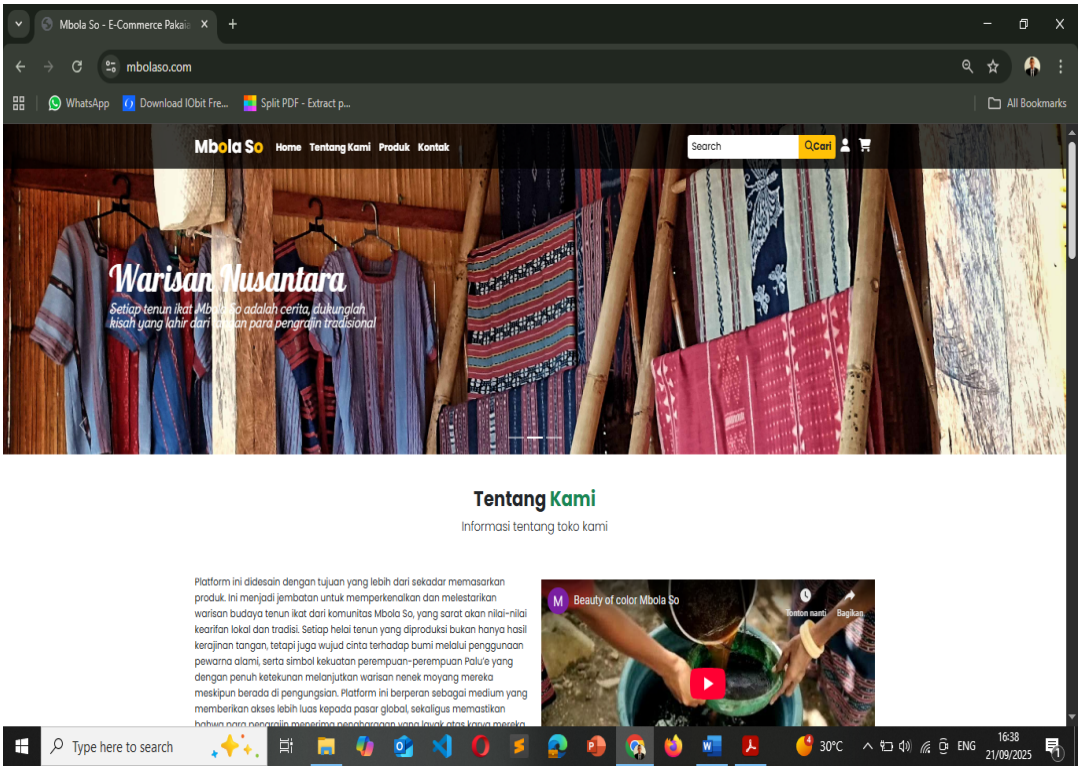
Program PkM yang dilaksanakan pada UMKM Tenun Ikat Mbola So telah menghasilkan capaian nyata pada aspek manajemen usaha, pemasaran digital, dan peningkatan kapasitas anggota kelompok. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah program. Pada tahap awal, proses pemasaran dilakukan sepenuhnya secara konvensional melalui penjualan langsung dan belum tersedia dokumentasi produk yang terstandarisasi. Melalui pendampingan intensif, mitra berhasil menyusun katalog digital berisi foto dan deskripsi produk tenun ikat yang telah terorganisir berdasarkan motif, ukuran, serta harga. Selain itu, website e-commerce <https://www.mbolaso.com/> mulai difungsikan sebagai etalase digital dengan fitur katalog produk, halaman profil budaya, dan sistem pemesanan daring, serta telah berhasil menghasilkan transaksi penjualan pertama secara online sebagai indikator keberhasilan implementasi teknologi. Dokumentasi kegiatan dan proses pendampingan dapat diakses melalui publikasi video pada kanal YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=XtWjpmj -mg%20> serta diberitakan oleh media online regional Tribun Flores melalui tautan: <https://flores.tribunnews.com/2025/07/19/pemberdayaan-kelompok-tenun-ikat-mbola-so-melalui-website-e-commerce-sinergi-inovasi-dan-budaya>, sehingga memperluas jangkauan publikasi dan memperkuat eksposur kegiatan.

Dari sisi pembahasan, capaian tersebut mencerminkan bahwa pendekatan partisipatif dan pendampingan berkelanjutan mampu mempercepat proses transformasi digital pada UMKM berbasis budaya lokal. Penerapan katalog digital dan pemanfaatan website sebagai media pemasaran daring meningkatkan visibilitas produk dan memperluas peluang pasar yang sebelumnya terbatas hanya pada penjualan offline. Peningkatan kemampuan anggota dalam pengelolaan konten digital dan sistem pembukuan menunjukkan bahwa program tidak hanya menghasilkan output teknis, tetapi juga mendorong peningkatan kapasitas dan kemandirian manajemen usaha. Hal ini sejalan dengan pandangan World Bank bahwa pemanfaatan

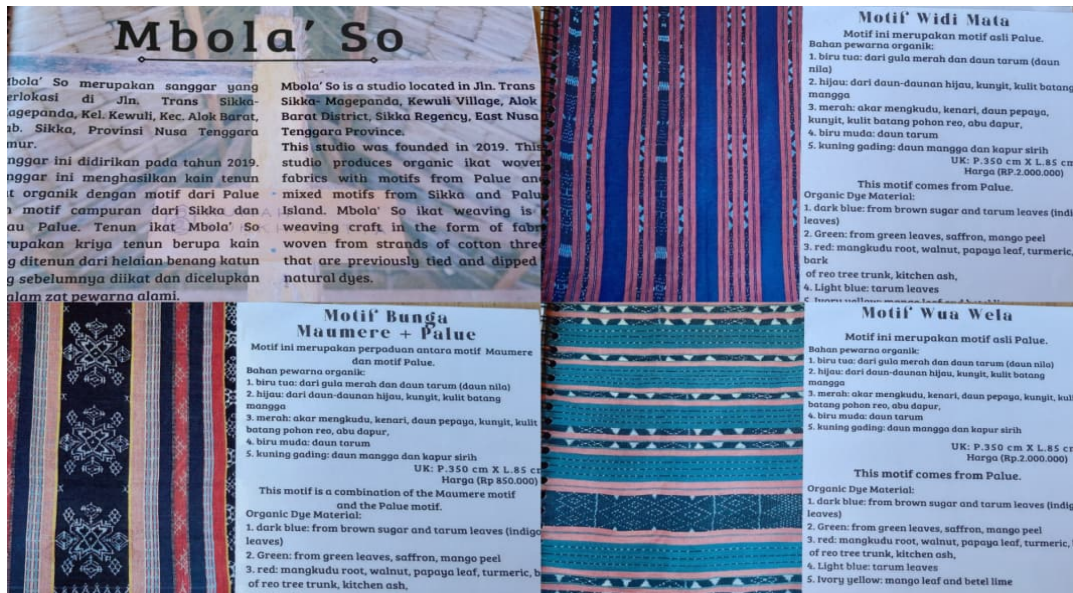
teknologi digital secara tepat dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha kecil melalui efisiensi operasional dan perluasan akses pasar (World Bank, 2025). Dengan demikian, implementasi e-commerce dan penguatan literasi digital dalam PKM ini memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Tabel 2. Tabel Peningkatan Level Keberdayaan Mitra

No	Indikator Keberdayaan	Sebelum Program	Sesudah Program	Keterangan Perubahan
1	Kepercayaan diri digital anggota (%)	38%	87%	Peningkatan signifikan dalam kemampuan mengoperasikan perangkat digital
2	Jumlah produk terdokumentasi dalam katalog digital	0	32 produk	Seluruh produk unggulan telah terdigitalisasi dengan foto dan deskripsi
3	Frekuensi unggahan promosi di media sosial	0 kali/minggu	≥2 kali/minggu	Konten promosi lebih aktif dan terjadwal



Gambar 2. Website E-Commerce Mbola So



Gambar 3. Katalog Digital Produk



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

4. Simpulan

Program PkM pada UMKM Tenun Ikat Mbola So telah berhasil menjawab permasalahan utama mitra terkait pemasaran konvensional, dokumentasi produk, dan manajemen usaha manual, serta menghasilkan peningkatan kapasitas yang signifikan. Implementasi website e-commerce sebagai etalase digital dan penyusunan katalog yang terdokumentasi rapi menghasilkan 32 produk yang telah distandardisasi dan dapat diakses publik secara daring. Peningkatan kompetensi digital anggota juga terlihat dari kenaikan tingkat kepercayaan diri dalam penggunaan teknologi dari 38% sebelum program menjadi 87% setelah program, serta meningkatnya aktivitas promosi dari 0 kali menjadi minimal 2 kali per minggu. Hasil ini membuktikan bahwa

pendekatan pendampingan partisipatif berbasis teknologi mampu meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat profesionalisme manajemen usaha. Dengan demikian, PkM ini memberikan kontribusi penting bagi penguatan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal melalui transformasi digital, sekaligus menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis budaya yang dapat direplikasi di wilayah lain.

5. Daftar Pustaka

- Jurnalita, A. C. (2024). The Impact of Digital Transformation on MSME Competitiveness and Economic Growth. *Arthatama: Journal of Business Management and Accounting*, 8(2), 95–106.
- Meylano, N. H., Woda, Y. W. B., Mukin, D. P., Pereira, F. L., & Theresia, D. E. (2025). Penerapan Metode Requirement Engineering dalam Pengembangan Website E-Commerce sebagai Media Promosi dan Pemasaran pada Kelompok UMKM Tenun Ikat. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 240–251. <https://doi.org/10.35870/jimik.v6i1.1195>
- Muazza, Markim, M., Syuhada, S., & Muslim, F. (2025). Enhancing Sustainability of Batik MSMEs Through Product Innovation and E-Commerce: A Case Study of Seberang Jambi Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 9(1), 72–92. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v9i1.9902>
- Nazara, D. S. (2025). Marketing Strategy Innovation: Enhancing Competitiveness and Differentiation of Local Products in the Global Market. *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting*, 2(3), 101–112. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i3.358>
- Palmér, C. (2025). *Digital Transformation in the Heritage Crafts Sector: A Qualitative Study of How Digital Transformation Can Benefit the Safeguarding of Traditional Craftsmanship*. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kau:diva-105418>
- Tambunan, C. R. (2023, June 27). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-58715-8>
- World Bank. (2025). *World Bank SME Finance* [Text/HTML]. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>