



Pemberdayaan Pengrajin Tenun melalui Pelatihan Manajemen Usaha dan Strategi Pengembangan Bisnis di Desa Tublopo, Kecamatan Bikomi Selatan – TTU, NTT

Junita Cestilia Nenabu^{1*}, Arjuna Purba², Sari Angriany Natonis³, Emilia Gie⁴, Erna Giri⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Nusa Cendana

*E-mail: junita.cestilia.nenabu@staf.undana.ac.id

Abstrak

Desa Tublopo merupakan salah satu desa penghasil tenun yang terletak di Kecamatan Bikomi Selatan, Kabupaten Timor Tengah Utara, Nusa Tenggara Timur. Mayoritas masyarakat di desa ini berprofesi sebagai petani, namun aktivitas bertani umumnya hanya berlangsung pada bulan Januari hingga April. Pada bulan Mei hingga Desember, masyarakat beralih ke aktivitas menenun dan menggantungkan penghasilan dari penjualan hasil tenunan. Meskipun memiliki potensi yang besar, manajemen usaha dan pengembangan bisnis tenun di Desa Tublopo belum berjalan secara optimal. Masyarakat masih mengalami kesulitan dalam mengelola usaha secara profesional serta dalam mencari penyalur atau mitra distribusi untuk memasarkan hasil tenunan mereka. Oleh karena itu, kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui dukungan dalam manajemen usaha dan pengembangan bisnis tenun di Desa Tublopo sangat diperlukan. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan usaha, menambah pendapatan, serta memperkuat strategi dalam mengembangkan potensi bisnis tenun ikat. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui sosialisasi manajemen usaha, pelatihan pengembangan bisnis, praktik pembuatan produk tenun, serta strategi promosi dan pemasaran melalui media sosial.

Kata kunci: manajemen usaha; pengembangan bisnis; tenun

Abstract

Tublopo Village is one of the weaving-producing villages located in South Bikomi Subdistrict, North Central Timor Regency, East Nusa Tenggara. The majority of the residents in this village work as farmers; however, farming activities generally only take place from January to April. From May to December, the community shifts to weaving activities and relies on the income generated from selling woven products. Although the village has great potential, the management and business development of weaving in Tublopo Village has not yet been optimized. The community still faces difficulties in managing their businesses professionally and in finding distributors or partners to market their woven products. Therefore, a community empowerment program that supports business management and the development of the weaving industry in Tublopo Village is highly necessary. This program is expected to improve the community's understanding of business management, increase income, and strengthen strategies to develop the potential of the ikat weaving business. This community service activity was carried out through business management outreach, business development training, hands-on practice in producing woven products, and promotional and marketing strategies using social media.

Keywords: business management; business development; weaving



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Kabupaten Timor Tengah Utara atau disingkat TTU adalah sebuah kabupaten yang terletak di provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Ibu kota kabupaten berada di Kota Kefamenanu. Luas wilayah kabupaten TTU adalah 2.669,70 km² dengan jumlah penduduk pada pertengahan tahun 2023 sebanyak 269.797 jiwa dan kepadatan penduduk 97 jiwa/km². Salah satu desa penghasil tenun yang terletak di TTU ini adalah desa Tublopo yang berada di Kecamatan Bikomi Selatan, Kabupaten Timor Tengah Utara, Nusa Tenggara Timur, Indonesia.

Mayoritas profesi masyarakat di Desa Tublopo adalah petani, namun musim bertani hanya dilakukan dari bulan Januari- April, sedangkan bulan Mei-Desember aktifitas masyarakat di Desa Tublopo adalah menenun dan mengandalkan hasil tenunan untuk dijual karena adanya penurunan penghasilan. Kerajinan tenun ini merupakan salah satu potensi pendapatan bagi masyarakat sehingga kerajinan tenun ini harus di lestarikan dan dikembangkan. Meskipun memiliki potensi besar, kerajinan ini menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan eksistensinya, terutama di tengah perkembangan pasar yang semakin kompetitif (Pratiwi et al, 2024). Di sisi lain, masyarakat masih memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan manajemen usaha, keterampilan dalam diversifikasi produk tenun, serta menghadapi kendala dalam distribusi karena pemasaran masih terbatas pada wilayah lokal, dan keterbatasan akses terhadap teknologi serta skala produksi yang kecil. Jika masyarakat dapat menerapkan manajemen usaha yang baik dan strategi pengembangan bisnis yang tepat, maka hasil tenun berpotensi menjadi sumber penghasilan yang lebih signifikan bagi warga Desa Tublopo.

Oleh karena itu, dukungan manajemen usaha dan pengembangan bisnis kerajinan tenun bagi masyarakat di desa Tublopo Kecamatan Bikomi Selatan – TTU diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan, pendapatan, serta kemampuan masyarakat Desa Tublopo dalam mengelola potensi bisnis tenun ikat secara optimal. Pengembangan usaha juga mencerminkan bentuk tanggung jawab dari setiap pelaku usaha atau wirausahawan yang harus memiliki visi ke depan, mampu memotivasi diri, serta menciptakan ide-ide yang inovatif dan kreatif. Di tengah meningkatnya persaingan bisnis saat ini, para pelaku usaha dituntut untuk mengambil langkah-langkah strategis agar

tetap mampu bertahan dan bersaing secara efektif (Faza, 2022).

Menurut Hafsa (2004) pengembangan merupakan usaha yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dengan memberikan bimbingan serta bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kapasitas usaha-usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri. Aspek pemberdayaan masyarakat dalam konteks Pelatihan Manajemen Usaha dan Strategi Pengembangan Bisnis dapat diartikan sebagai upaya peningkatan pengetahuan bagi masyarakat untuk berpartisipasi, berperan aktif dan suatu upaya strategis dalam pengembangan bisnis tenun di Desa Tublopo agar dapat menarik konsumen lebih banyak untuk membeli produk kerajinan tenun. Sejauh ini, produk yang dipasarkan masih terbatas pada kain tenun berukuran besar dengan harga yang relatif tinggi. Proses produksi dilakukan menggunakan alat tenun tradisional.

Menurut Tohar (2001), usaha kecil tradisional merupakan jenis usaha yang memanfaatkan peralatan produksi sederhana yang telah digunakan secara turun-temurun, serta memiliki keterkaitan dengan seni dan budaya. Menenun membutuhkan kurun waktu 5-14 hari untuk memproduksi kain yang memiliki tingkat kerumitan motif yang cukup tinggi. Dalam kurun waktu 1 bulan seorang pengrajin tenun hanya mampu memproduksi 2 sampai 3 lembar kain tenun ikat. Tidak ada arahan dan rekomendasi terkait pengembangan usaha tenun ikat dengan berbagai macam variasi bagi masyarakat di desa Tublopo.

Dengan adanya pelatihan pengembangan bisnis, para pengrajin tenun diharapkan mampu menghasilkan dan memasarkan produk tenun dalam bentuk yang lebih praktis dan sederhana, seperti anting, gelang, outer pakaian, jepit rambut, kalung, dan sejenisnya. Produk-produk ini dapat dijual dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga para wisatawan yang berkunjung ke Desa Tublopo maupun masyarakat umum memiliki peluang lebih besar untuk membeli kerajinan tangan sebagai oleh-oleh. Selain itu, produk tenun tersebut akan lebih mudah dipasarkan dan mampu menjawab kebutuhan pasar. Secara keseluruhan, pengembangan bisnis ini berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Menurut Erliah (2007), sebuah usaha dapat dikatakan berhasil apabila dalam kurun waktu tertentu mengalami pertumbuhan, baik dari segi permodalan, skala usaha, keuntungan, jenis usaha, maupun pengelolaannya.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan sebagai respon terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Tublopo. Oleh karena itu masyarakat di Desa Tublopo perlu untuk mendapatkan pendampingan dalam mengelola usaha dan pengembangan bisnis, dan tim pengabdian Universitas Nusa Cendana dalam kegiatan ini melakukan pelatihan kepada masyarakat setempat.

Melalui pelatihan dan pendampingan pengembangan bisnis tersebut, masyarakat didorong untuk menghasilkan produk kerajinan tenun dengan desain yang lebih variatif, unggul, dan bernilai ekonomi. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sasaran, khususnya dalam peningkatan wawasan dan keterampilan dalam hal manajemen usaha serta pengembangan bisnis tenun ikat. Masyarakat juga diharapkan mampu memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk aksesoris tenun mereka, serta mengembangkan produk tenun agar dapat dijual baik secara langsung maupun online, yang pada akhirnya berpotensi menambah sumber pendapatan bagi masyarakat di Desa Tublopo.

METODE

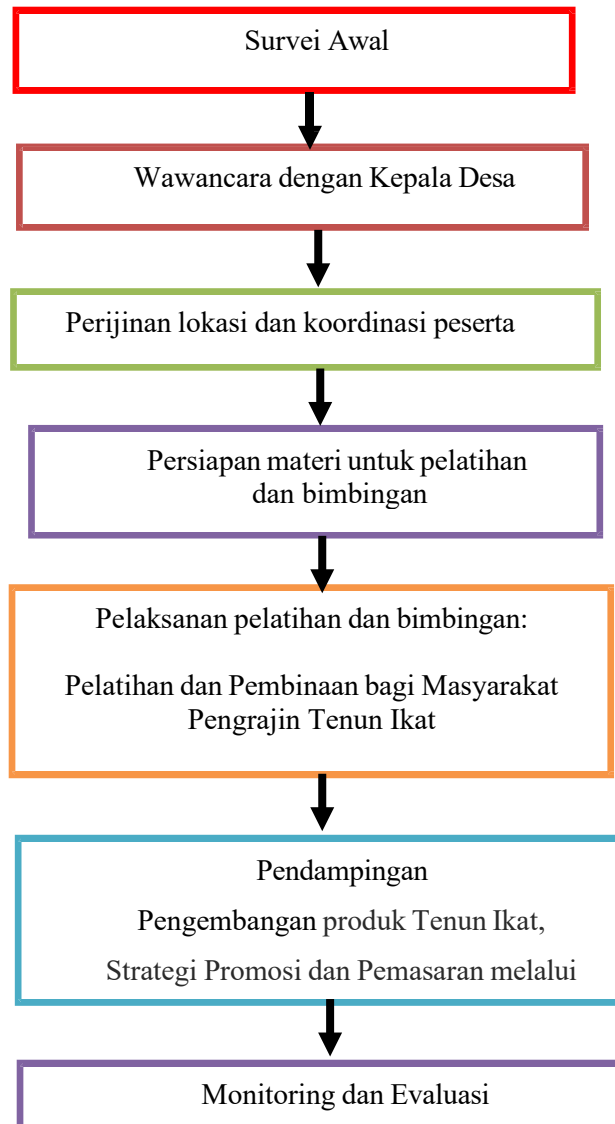
Pada kegiatan ini tim menggunakan metode pelaksanaan model 7D (Developing relation atau mengembangkan hubungan, Discovering capacities atau menemukan kapasitas, Dreaming of community future atau membangun cita-cita masyarakat, Direction of community actions atau arah tindakan masyarakat, Designing community actions atau merancang tindakan masyarakat, Delivering planned activities atau melaksanakan kegiatan, Documentaring outouts, outcomes and learning atau mendokumentasikan hasil dan hal yang dipelajari pemberdayaan masyarakat melalui beberapa metode untuk mengatasi persoalan dari fenomena yang terdapat di masyarakat, yaitu survei awal, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, serta tahap akhir monitoring dan evaluasi.

Dalam survei awal, tim melakukan wawancara curah pendapat (brainstorming) dengan mengumpulkan masyarakat dan aparat desa untuk menggali dan mengkaji permasalahan yang dihadapi mitra melalui wawancara/dialog yang mendalam tentang potensi dan kendala/permasalahan yang dihadapi mitra di Desa Tublopo, Bikomi Selatan, TTU. Langkah kedua, yaitu menentukan solusi yang tepat untuk permasalahan yang

dihadapi mitra dan mengumpulkan data awal sebagai dasar dalam menawarkan solusi kepada mitra. Langkah ketiga, menawarkan solusi kepada mitra berupa kegiatan sosialisasi dan pelatihan tentang manajemen usaha dan pengembangan bisnis dari tim pelaksana untuk meningkatkan pemahaman mitra.

Setelah memperoleh data tentang fenomena atau masalah yang ada, selanjutnya tim mengadakan pelatihan yang dibutuhkan masyarakat untuk mengembangkan bisnis Tenun Ikat di Desa Tublopo. Pelatihan ini diikuti juga oleh aparat desa, dan kelompok pengrajin tenun. Pelatihan dengan membagikan hardcopy materi, media powerpoint dan video untuk memberikan literasi pengembangan produk, serta promosi dan pemasaran produk dilakukan secara interaktif dibawakan oleh pemateri dari tim pelaksana, langkah keempat, melakukan kesepakatan bersama dalam hal teknis penyelesaian persoalan mitra, langkah kelima penyediaan alat dan bahan untuk kegiatan PKM.

Setelah pelatihan selesai, tim melakukan pendampingan melalui media online (WA Group) untuk mempermudah pendampingan jarak jauh dan secara aktif memberikan masukan terkait manajemen bisnis produk tenun ikat serta saran lainnya sesuai kebutuhan. Metode terakhir melibatkan tim monitoring dan evaluasi yang akan memantau perkembangan kegiatan manajemen usaha serta pengembangan bisnis tenun ikat. Tim akan mengevaluasi program pengabdian masyarakat ini melalui tanya jawab dengan peserta pelatihan dan kepala desa, sehingga keberhasilan program dapat terukur. Skema kegiatan dalam program PKM yang telah disetujui bersama mitra adalah sebagai berikut:



Gambar 1: Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada bulan Juni 2024 di Desa Tublopo, kecamatan Bikomi Selatan. Adapun tahapan yang dilaksanakan terdapat beberapa sub bagian yaitu, tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan bersama ibu-ibu pengrajin tenun di Desa Tublopo yang berjumlah 20 orang. Dalam tahapan persiapan, tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tublopo, Kecamatan Bikomi Selatan, TTU melakukan komunikasi dengan pihak mitra

khususnya kepala Desa Tublopo dan masyarakat sekitar terkait permasalahan yang dihadapi, selanjutnya tim mencari solusi, mengajukan ijin dan diskusi bersama kepala desa untuk menentukan waktu untuk sosialisasi dan pelatihan bagi kelompok mitra. Langkah selanjutnya tim mempersiapkan materi, alat dan bahan serta hal-hal lain yang perlu disiapkan dalam melaksanakan kegiatan pelatihan.

Adapun materi yang dipersiapkan terlebih dahulu sudah melewati proses tahap studi literatur. Materi dipersiapkan sesuai dengan judul pelatihan yaitu Manajemen Usaha dan Pengembangan Bisnis Bagi Pengrajin Tenun di Desa Tublopo Kecamatan Bikomi Selatan - TTU, Nusa Tenggara Timur. Materi yang disajikan dalam bentuk hardcopy yang kemudian dibagikan kepada peserta yang mengikuti kegiatan PKM dan selanjutnya dipresentasikan oleh tim pelaksana. Selain materi yang disiapkan, tim juga mempersiapkan alat dan bahan yang digunakan untuk melakukan pengembangan/diversifikasi produk tenun serta trial promosi dan pemasaran tenun melalui sosial media.

Alat dan bahan yang dipersiapkan tim pada akhir kegiatan dihibahkan kepada mitra dengan tujuan setelah selesainya kegiatan, mitra dapat melakukan praktik berkelanjutan dan hasil dari pengembangan produk tenun itu sendiri dapat diperjualbelikan secara offline maupun online melalui media sosial. Sesuai dengan tujuan PKM, inti dari kegiatan ini adalah memberikan ilmu baru bagi masyarakat khususnya kelompok pengrajin tenun di Desa Tublopo untuk dapat menambah pengetahuan serta wawasan dalam hal manajemen usaha dan pengembangan bisnis.

Mitra juga dapat meningkatkan kemampuan dalam membuat produk tenun yang bervariasi, tidak dalam bentuk kain tenun saja, tetapi bisa dalam bentuk produk Aksesoris tenun yang seperti anting, tas, jas, jepit rambut, bros, kalung, gelang dan lain-lain sehingga dapat menjadi produk yang punya nilai jual tinggi dan masyarakat lebih paham dalam menggunakan teknologi informasi khususnya handphone sebagai alat promosi dan pemasaran melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan masyarakat di Desa Tublopo, Bikomi Selatan, TTU.

Pada tahap pelaksanaan, tim menyampaikan materi dan praktik pengembangan produk tenun. Dalam konteks ini, materi yang disampaikan kepada ibu-ibu pengrajin tenun berkaitan dengan potensi sumber daya yang dimiliki masyarakat dalam mengembangkan

produk tenun serta dapat melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial sehingga bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Saat ini pemahaman dan kemampuan masyarakat di Desa Tublopo tentang manajemen usaha dan pengembangan bisnis masih sangat minim. Oleh karena itu kami sebagai tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat melaksanakan pelatihan bagi ibu-ibu di Desa Tublopo agar mereka dapat lebih baik dalam menerapkan manajemen usaha dan pengembangan bisnis serta mampu membuat berbagai macam produk menarik yang berbahan dasar tenun.

Untuk mengembangkan kain tenun menjadi produk kerajinan yang bervariasi membutuhkan alat dan bahan pendukung. Pengolahan kain tenun menjadi produk lain dengan alat-alat yang sederhana akan dipromosikan dan dipasarkan melalui media sosial. Materi manajemen usaha yang disampaikan kepada masyarakat berguna untuk memperkuat penerapan manajemen yang baik, mengenali kekuatan dan kelemahan usaha. Suatu usaha yang baik perlu memperhatikan kelemahan usaha yang harus diperbaiki dan ditingkatkan. Modal yang terbatas, kredibilitas, keterbatasan kualitas produk, dapat menjadi penghambat bagi suatu usaha untuk berkembang. Sedangkan kekuatan usaha terletak pada motivasi masyarakat, minim birokrasi, dan usaha harus mampu memenuhi pasar lokal/domestik.

Materi tentang pengembangan bisnis juga dijelaskan oleh narasumber. Pengembangan bisnis menggambarkan bagaimana suatu bisnis itu dapat melakukan ekspansi dan memenuhi kebutuhan pasar. Perencanaan dan pengembangan bisnis merupakan suatu rencana strategis yang terperinci mengenai cara untuk mengembangkan bisnis dengan memanfaatkan berbagai ide, taktik, dan strategi yang mendukung setiap aspek bisnis tersebut. Dalam proses pengembangan bisnis, penting untuk menganalisis dampak risiko bisnis agar tidak terjadi kegagalan dalam pengembangan bisnis (Wulan et al, 2024).

Pengembangan bisnis harus memiliki proses menemukan peluang yang menarik dan membuat strategi yang menguntungkan. Masyarakat diminta untuk membaca peluang yang dibutuhkan oleh konsumen, dengan pengembangan bisnis artinya produk yang diperjual belikan pun harus banyak dan bervariasi, karena konsumen juga memiliki selera yang bermacam-macam, dan tentunya ini akan menjadi peluang bagi pengrajin tenun apabila mampu memenuhi permintaan konsumen. Salah satu strategi penting dalam pengembangan bisnis adalah promosi dan pemasaran. Ketika masyarakat memiliki manajemen usaha yang

baik, maka pengembangan bisnis mereka juga harus memerlukan strategi promosi dan pemasaran yang baik agar bisnis tersebut dapat berkembang. Promosi dan pemasaran saat ini tidak hanya dilakukan melalui koran/ majalah tetapi melalui sosial media sehingga jangkauan pasar yang dapat di capai oleh pengrajin tenun bisa lebih luas.

Selanjutnya pengembang produk kerajinan tenun, tim melakukan pelatihan dengan mengajarkan masyarakat untuk mengolah produk tenun dalam berbagai macam variasi produk tenun, misalnya mengolah produk tenun dalam bentuk kerajinan tenun yaitu membuat aksesoris, misalnya masker, jepit rambut, bros, gelang, kalung, gantungan kunci dan anting, produk-produk ini akan dijual dengan harga yang lebih ekonomis dibandingkan dengan hanya menjual kain tenun ikat yang harganya cukup tinggi dan variasi yang terbatas tentunya wisatawan akan mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut atau tidak, karena permintaan serta selera konsumen juga yang bermacam-macam. Setidaknya ketika ada wisatawan yang berkunjung ke Desa Tublopo mereka bisa membawa pulang kerajinan tangan dengan harga yang terjangkau ke daerah asal mereka, sehingga perlu untuk melakukan pengembangan produk berbahan dasar tenun.

Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam proses mengolah produk ini antara lain: kancing, gunting, benang, lem tembak, alat lem tembak, pernah-pernik, peniti, lem castol, tali kalung, kain sisa/perca tenun, alas jepit, alas anting, gantungan kunci, pengait anting, tali masker, kain flanel polos dan lain-lain. Kurang lebih alat dan bahan yang digunakan untuk membuat kerajinan tenun ini mudah didapatkan dan bisa memanfaatkan sisa kain tenun ikat sehingga tidak membutuhkan banyak biaya untuk melakukan produksi, tetapi dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan menambah nilai ekonomis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Tublopo.

Pengolahan produk tenun ini dengan memanfaatkan potensi sumber daya manusia yang ada, dan menggunakan alat dan bahan yang sederhana sehingga mudah didapat dan dipraktikkan oleh pengrajin tenun di Desa Tublopo, dan dapat dipraktikkan juga oleh masyarakat secara umum. Optimalisasi potensi sumberdaya yang ada harus dilakukan dengan program-program pemberdayaan partisipatif (Indraningsih, 2018; Muslim, 2007). Pemberdayaan partisipatif ini diimplementasikan melalui kegiatan pelatihan yang dimana tim bekerja bersama pengrajin tenun di Desa Tublopo dalam setiap proses.

Tahap akhir dari kegiatan ini adalah evaluasi. Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan berfokus pada aspek pengetahuan pengrajin Tublopo tentang kemampuan dalam memahami manajemen usaha, pengembangan bisnis, serta promosi dan pemasaran melalui media sosial. Selain itu evaluasi juga dilakukan pada tingkat ketrampilan pengrajin tenun dalam mengembangkan produk tenun ikat. Berdasarkan hasil evaluasi pada akhir kegiatan, menunjukkan bahwa kemampuan peserta secara umum setelah selesainya pelatihan ini, para pengrajin tenun lebih paham tentang manajemen usaha yang baik, strategi pengembangan bisnis yang baik dan meningkatkan pemahaman secara drastis tentang promosi dan pemasaran melalui media sosial karena terbatasnya fasilitas (Handphone dan jaringan internet).

Sedangkan pelatihan untuk pengembangan produk juga belum pernah diadakan sehingga mengolah dan mengembangkan produk tenun ikat menjadi aksesoris/kerajinan tenun yang bervariasi merupakan ilmu yang baru bagi pengrajin tenun di Desa Tublopo. Hal ini tentunya meningkatkan kemampuan para pengrajin tenun dalam mengolah dan mengembangkan produk tenun ikat dan peserta melakukannya dengan sangat baik. Harapan tim pelaksana PKM, setelah selesainya kegiatan pelatihan ini, para pengrajin tenun dapat terus melanjutkan praktik pengembangan produk dan memasarkan produknya melalui media sosial. Secara keseluruhan pelaksanaan PkM berhasil meningkatkan pengetahuan peserta berdasarkan survey yang dilakukan oleh tim. Secara umum, materi dan pelatihan pengembangan produk yang disampaikan dan diajarkan mampu diterima dan diikuti oleh peserta.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan oleh Tim Universitas Nusa Cendana, ada beberapa kesimpulan yang bisa ditarik, yakni: *Pertama*, Tingkat partisipasi dan antusiasme peserta sangat tinggi. Kegiatan diikuti oleh dua kelompok pengrajin tenun lokal, yaitu kelompok tapen masuk dan kelompok mawar, yang masing-masing terdiri dari 10 orang. Total peserta sebanyak 20 orang menunjukkan keaktifan dan minat yang tinggi selama proses pelatihan, baik dalam sesi pemaparan materi maupun praktik langsung.

Kedua, Transfer Pengetahuan tentang Manajemen Usaha Berhasil Diterapkan. Materi pelatihan yang meliputi perencanaan usaha, pengelolaan keuangan sederhana, dan penentuan strategi bisnis mampu memberikan pemahaman baru bagi para peserta. Para pengrajin mulai menyadari pentingnya pencatatan usaha, analisis biaya, dan pengelolaan stok dalam menjalankan usaha tenun secara lebih profesional.

Ketiga, Peningkatan Pemahaman Strategi Pemasaran Digital. Peserta memperoleh keterampilan dasar dalam memanfaatkan media sosial (seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram) sebagai sarana promosi dan pemasaran produk tenun.

Keempat, Kemampuan Inovasi Produk Mengalami Perkembangan. Para pengrajin mampu melakukan inovasi pembuatan produk kerajinan tenun, tidak hanya menghasilkan kain tenun tetapi juga mengolahnya menjadi produk aksesoris bernilai jual tinggi seperti tas, anting, kalung, bros, jepit rambut, dan gelang. Hal ini menunjukkan peningkatan kreativitas dan keterampilan dalam mengembangkan produk.

Kelima, Potensi Penambahan Sumber Pendapatan Baru bagi Masyarakat. Melalui pelatihan ini, para pengrajin memahami bahwa hasil inovasi produk dapat dijual tidak hanya secara offline di pasar lokal, tetapi juga secara online melalui media sosial. Ini membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat, khususnya pengrajin tenun, dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga secara berkelanjutan.

Keenam, Kelanjutan Kegiatan melalui Hibah Alat dan Bahan. Tim pelaksana memberikan hibah alat dan bahan kepada mitra sebagai bentuk dukungan pasca pelatihan. Hibah ini bertujuan agar kegiatan produksi dan promosi dapat terus berjalan secara mandiri dan berkelanjutan meskipun pelatihan telah selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2008). Manajemen Produksi dan Operasi, Jakarta: LPFE Universitas Indonesia.
- Bruhn, Manfred, Schoenmueller, Verena, & Schäfer, Daniela B. (2012). *Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation? Management Research Review*. <https://doi.org/10.1108/01409171211255948>
- Erliah. 2007. Pengaruh Persaingan, Promosi, dan Keunikan Produk Terhadap Keberhasilan Usaha. Skripsi (tidak diterbitkan) FPIPS UPI Bandung.
- Erni, S. dan Saefullah, K. (2005). Pengantar Manajemen (Jakarta: Prenada Media, 2005).
- Hafsah, M. J. (2004). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM).

Infokop Nomor, 25, 40-44

- Langaro, Daniela, Rita, Paulo, & de Fátima Salgueiro, Maria. (2018). *Do social networking sites contribute for building brands? Evaluating the impact of users' participation on brand awareness and brand attitude. Journal of Marketing Communications*, 24(2), 146–168 .<https://doi.org/10.1080/13527266.2015.1036100>
- Pratiwi, D. A., Abidah, D., Ilhami, F. H., Husna, F., Farida, N. A. F., Ariyanti, M. P., ... & Afandi, A. J. (2024). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Pembuatan E-Katalog Di Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 791-796.
- Selan, R. Dkk. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Khas NTT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Undana*. Volume 15.1 Tahun 2021: 22-26.
- Setiawan, B. (2014). Strategi Pengembangan Tenun Ikat Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebudayaan. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Kebudayaan, Balitbang, Kemdikbud.
- Tohar, M. 2001. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- Utami, A. N. (2018). Tenun Ikat Amarasi Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *E-Journal*. Volume 07 Nomor 02 Tahun 2018, Edisi Yudisium.
- Weinberg, et al. (2013). *Destination social business: Exploring an organization's journey with social media, collaborative community and expressive individuality. Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 299–310
- Weinberg, Tamar. (2009). *The new community rules: Marketing on the social web*.
- Wulan, T, et al. (2024). Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis. *Economics And Business Management Journal Economics And Business Management Journal (EBMJ)* Vol 3 No 01: 442-446.