Peningkatan Daya Saing Kelompok Usaha Tenun Anugerah Melalui Digitalisasi Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran (Lokasi Negeri Halong, Kota Ambon, Provinsi Maluku)

Golda Tomasila[1], Mozes Tomasila[2], Marthevienty Herny Theopilia Soumokil[3], Chelin Welma Kakerissa[4], Rizky Apris Zacharias[5]

[1,3,4] Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kristen Indonesia Maluku, Indonesia
[2] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia Maluku, Indonesia
[5] Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kristen Indonesia Maluku, Indonesia
*e-mail: tomasilagolda@gmail.com[1], ocestoms@gmail.com[2], marthevienty.hts@gmail.com[3], chelinwelma@gmail.com[4], iky123zacharias@gmail.com[5]

Abstrak

Kelompok Usaha Tenun Anugerah memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan, namun, potensi tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan pengelolaan usaha dan strategi pemasaran yang optimal. Perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan sistem pengelolaan usaha dan pemasaran yang lebih modern. tujuan utama kegiatan adalah untuk meningkatkan pengetahuan kelompok usaha mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran serta membantu memperluas pemasaran dengan mengembangkan platform penjualan e-commerce bagi kelompok usaha. Metode pelaksanaan kegiatan dengan sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan kegiatan PkM. Peserta yang mengikuti kegiatan yaitu anggota kelompok usaha kurang lebih 10 orang termasuk ketua kelompok pada hari Rabu, 19 Agustus 2026 serta Tim PkM. Hasil kegiatan menunjukan peningkatan pengetahuan kelompok usaha mengenai literasi keuangan dan strategi pemasaran dengan menggunakan website, yaitu website dapat digunakan kelompok usaha tenun anugerah untuk menjual produknya dan kelompok usaha tenun anugerah dapat melihat grafik penjualan produk setiap bulan. Kesimpulan yang diperoleh yaitu kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat sangat bermanfaat bagi kelompok usaha tenun anugerah dengan terlaksananya berbagai kegiatan yaitu sosialisasi literasi keuangan dan strategi pemasaran serta pelatihan penggunaan e-commerce Tenun Anugerah yang dikembangkan oleh Tim PkM.

***Kata kunci**: Tenun Anugerah, Halong, Manajemen usaha, strategi pemasaran, e-commerce*

Abstract

The Anugerah Weaving Business Group has significant development potential; however, it has not yet been fully realized through effective business management and marketing strategies. The evolution of digital technology and shifting consumer behaviors require business operators to adapt to modern management and marketing systems. The primary objective of this initiative was to strengthen the group's knowledge of business management and marketing strategies while expanding market reach by developing an e-commerce sales platform. The implementation methodology encompassed awareness-raising sessions, training, mentoring, and evaluation. Participants included approximately ten members of the business group including the group leader and the Community Service (PkM) team. The results demonstrated an improvement in the group's understanding of financial literacy and website-based marketing strategies; specifically, the Anugerah Weaving Business Group can now utilize the website to sell products and track monthly sales performance via sales charts. In conclusion, the community service activity conducted under the Community Partnership Empowerment scheme proved highly beneficial for the Anugerah Weaving Business Group by successfully delivering sessions on financial literacy and marketing strategies, as well as training on the e-commerce platform developed by the PkM team.

***Keywords**: Tenun Anugerah, Halong, business management, marketing strategy, e-commerce*

1. PENDAHULUAN

Tenun merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang memiliki nilai sejarah, sosial, ekonomi, dan seni yang perlu dilestarikan. Produk tenun sebagai identitas budaya

masyarakat, memiliki potensi untuk dikembangkan, dari sehelai kain tenun menjadi berbagai produk ekonomi kreatif (Ishak, K., & Selamat, 2025). Tenun sebagai hasil kearifan lokal diberbagai daerah di Indonesia memiliki beragam motif yang unik sesuai dengan ciri khas masing-masing daerah menggambarkan budaya yang ada, selain juga dipadukan dengan berbagai warna yang memiliki arti tertentu maupun hasil inovasi dari para pengrajin tenun, kemudian teknik pembuatannya pun dilakukan dengan berbagai teknik pencelupan alami dari berbagai bahan alam dan mengikuti perkembangan teknologi juga menggunakan bahan sintetis. Hal-hal ini menjadikan produk tenun memiliki nilai budaya tersendiri yang terkandung di dalamnya, menjadikan tenun memiliki daya tarik bagi konsumen baik lokal maupun mancanegara (Hermina, 2025). Saat ini tantangan para pengrajin tenun untuk mempertahankan dan meningkatkan produknya ditengah-tengah tuntutan perkembangan teknologi dan maraknya produk-produk sintetis yang diproduksi dengan harga terjangkau dan waktu yang cepat dibandingkan dengan produk tenun yang membutuhkan keterampilan pengrajin dan waktu yang cukup lama untuk memproduksi hanya sehelai kain dengan alat tenun bukan mesin (ATMB). Namun hal tersebut tidak menjadikan pengrajin tenun tradisional untuk terus mengembangkan dan mempertahankan usahanya, disebabkan oleh tuntutan ekonomi keluarga dan mempertahankan tradisi budaya masing-masing daerah.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan Tim PkM di Kota Ambon, tim PkM menemukan adanya salah satu kelompok usaha yang masih mempertahankan produksi tenun khas daerah Maluku yang terletak di Negeri Halong Kecamatan Baguala Kota Ambon Provinsi Maluku. Kelompok usaha ini diberi nama "Kelompok Usaha Tenun Anugerah". Dari hasil wawancara awal dengan ketua kelompok usaha diceritakan mengenai awal mula terbentuknya kelompok usaha tenun anugerah. Kelompok Usaha ini terbentuk bermula dari adanya Musyawarah Perencanaan Pembangunan Desa (Musrembang Desa), dimana Pemerintah Desa melihat adanya keahlian masyarakat dalam menenun, maka diselenggarakan kegiatan dengan difasilitasi bantuan berupa alat tenun bukan mesin (ATBM). Kegiatan ini dilakoni oleh gabungan perwakilan beberapa ibu-ibu rumah tangga di 2 (dua) RT, dan berhasil menghasilkan berbagai karya tenun. Dari hasil kegiatan tersebut maka timbulah gagasan untuk membentuk suatu kelompok usaha yang khusus memproduksi kain tenun yang dinamakan dengan "Kelompok Usaha Tenun Anugerah".

Melihat dari hasil produksi kelompok Usaha Tenun Anugerah, kelompok ini memiliki potensi yang cukup besar untuk dapat dikembangkan. Kelompok Usaha Tenun anugerah sudah memproduksi berbagai produk tenun dimulai dari sekitar tahun 2000 dari hanya sehelai kain tenun, bahkan sudah dibuat dalam berbagai variasi produk tenun seperti bahan tenun dijadikan bahan tas, kemudian tenun sudah dikombinasikan dengan baju, kemeja, rok, dan sebagainya. Namun, potensi keterampilan dari kelompok usaha tenun anugerah belum sepenuhnya diikuti dengan pengelolaan usaha atau manajemen usaha dan strategi pemasaran yang optimal. Dimana perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan sistem pengelolaan usaha dan pemasaran yang lebih modern, selain itu strategi pemasaran digital menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan daya saing di industri kreatif saat ini (Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, 2026).

Berdasarkan kondisi tersebut maka Kelompok Usaha Tenun Anugerah perlu memperoleh pengetahuan mengenai bagaimana dapat mengelola usahanya dengan lebih baik sehingga dilihat dari aspek manajeman pengelolaan keuangan dan juga bagaimana kelompok usaha tenun anugerah dapat memiliki strategi pemasaran yang lebih luas ditengah-tengah persaingan usaha di era industri modern yang sudah harus mengikuti perkembangan teknologi tidak hanya terbatas pada penjualan secara konvensional namun harus dapat memahami strategi pemasaran secara digital, apa saja yang dibutuhkan untuk menarik minat konsumen dan sekaligus memiliki satu platform untuk menjual produk tenun hasil produksi kelompok dan tidak hanya terbatas di media sosial.



Gambar 1. Kelompok Usaha Tenun Anugerah

Hasil observasi dan wawancara Tim PkM dengan Ketua Kelompok usaha Tenun Anugerah, Tim menemukan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi oleh kelompok usaha Tenun Anugerah adalah dari sisi pengelolaan manajemen usaha yang masih dilakukan secara konvensional atau masih secara manual. Kelompok usaha Tenun Anugerah hanya menjual hasil produk tenunnya berdasarkan adanya proses pemesanan dari pembeli, dan hasil penjualan tersebut tidak memiliki proses pencatatan baik setiap hari, bulan maupun tahun. Transaksi penjualan produk tenun, pengelolaan persediaan produk, pendataan produk, pencatatan pelanggan, serta pemantauan hasil penjualan belum dilakukan secara sistematis dan terdigitalisasi. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui perkembangan usahanya secara akurat, kemudian kelompok usaha juga tidak dapat menentukan produk mana yang paling diminati, bagaimana menghitung hasil penjualan, serta mengambil keputusan berdasarkan data produksi dan penjualan produk tenun. Untuk itu bagaimana kelompok usaha dapat mengelola usahanya dengan lebih baik mengikuti perkembangan teknologi informasi, mengingat dengan adanya perkembangan teknologi informasi dapat membawa dampak besar terhadap peningkatan pengelolaan Usaha, dimana pemanfaatan sistem informasi dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola data usahanya secara lebih cepat, akurat dan pencatatan keuangan, manajemen stok serta analisis penjualan dapat dilakukan secara otomatis sehingga mendukung pengambilan Keputusan yang lebih tepat(Fadillah, S. N., & Nasution, 2025).


Gambar 2 Produk Tenun

Selain aspek manajemen usaha, aspek pemasaran juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing kelompok usaha untuk memasarkan produk tenunnya. Pemasaran yang masih mengandalkan metode konvensional atau menjual produknya hanya berdasarkan pemesaran pembeli menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas(Jaelani, D., & Dalimunthe, 2025). Sehingga dengan adanya perkembangan teknologi informasi dapat membantu untuk memasarkan produk tenun lewat pemanfaatan media, baik media sosial, marketplace, serta website penjualan (e-commerce) untuk memperluas jangkauan pemasaran. Di era digital saat ini biasanya untuk membeli produk tenun, konsumen cenderung mencari lewat internet(Abidin, Z., & Muhassanah, 2025). Hal tersebut memiliki peranan penting bagaimana strategi komunikasi pemasaran secara digital perlu dipahami oleh kelompok usaha tenun anugerah dalam persaingan usaha di era digital saat ini. Karena konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk,

tetapi juga membutuhkan informasi mengenai produk tenun yang dijual seperti harga, motif, ukuran, ketersediaan produk dan bisa melakukan pemesanan secara online. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran digital yang mampu menyajikan informasi produk secara menarik, mudah diakses, dan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, khususnya produk-produk tenun hasil karya kelompok usaha tenun anugerah Halong.

Digitalisasi manajemen usaha dan strategi pemasaran diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha sekaligus memperluas pasar Kelompok Usaha Tenun Anugerah(Rahayu, W., & Veri, 2025). Digitalisasi tidak hanya diarahkan pada penggunaan teknologi sebagai media promosi, tetapi juga pada penerapan sistem pengelolaan usaha yang dapat membantu kelompok usaha Tenun Anugerah melalui adanya pencatatan digital. Dengan adanya pencatatan digital maka dapat membantu kelompok usaha untuk memperoleh informasi mengenai produk yang diproduksi, transaksi penjualan setiap bulan maupun tahun, jumlah stok, serta perkembangan usahanya secara lebih terstruktur. Teknologi dan inovasi yang dibuat untuk memasarkan hasil produksi tidak hanya menjual produk tenun tetapi dapat membantu kelompok usaha untuk memantau perkembangan usahanya lewat produk yang terjual dan pendapatan yang diterima setiap bulan atau tahun. Sedangkan dalam aspek pemasaran, pengembangan website penjualan (*e-commerce*) dapat digunakan sebagai media informasi dan pemasaran produk. Dimana media tersebut dapat menampilkan profil Kelompok Usaha Tenun Anugerah berisi deskripsi singkat dari kelompok usaha tersebut, kemudian produk yang tersedia yang dapat dibeli, harga setiap produk tenun, deskripsi produk, serta kontak yang dapat dihubungi. Dengan demikian, calon konsumen dapat memperoleh informasi produk dan melakukan pemesanan dengan lebih mudah. Penerapan digitalisasi juga perlu disertai dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia (Utama, Z. M., Syahbana, A. F., & Yosie, 2025).

Dalam hal ini Kelompok Usaha Tenun Anugerah perlu memiliki pemahaman dan keterampilan pengelolaan website penjualan yang dikembangkan untuk membantu kelompok menjual hasil produknya. Sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan program menjadi penting agar teknologi yang diterapkan tidak hanya digunakan pada saat kegiatan berlangsung, tetapi juga dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh kelompok usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan kemitraan masyarakat yang berfokus pada peningkatan daya saing Kelompok Usaha Tenun Anugerah melalui digitalisasi manajemen usaha dan strategi pemasaran. Program ini diharapkan mampu membantu kelompok usaha dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kemudahan akses informasi produk, serta menciptakan sistem pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan perkembangan teknologi.Melalui kegiatan ini, Kelompok Usaha Tenun Anugerah diharapkan tidak hanya mampu mempertahankan keberlangsungan usaha, tetapi juga memiliki daya saing yang lebih kuat di tengah perkembangan industri kreatif dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Pada akhirnya, peningkatan kapasitas manajemen dan pemasaran digital diharapkan dapat memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan, perluasan pasar, dan peningkatan kesejahteraan anggota kelompok usaha. Kelompok Usaha Tenun “Anugerah” merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang khusus memproduksi kain tenun dengan beragam motif khas daerah Maluku seperti cengkeh, pala, dan motif-motif Tanimbar(Tomasila* et al., 2024).

Berikut merupakan gambaran singkat mengenai kelompok usaha tenun anugerah Negeri Halong Kecamatan Baguala Kota Ambon Provinsi Maluku, Lokasi kelompok usaha tenun anugerah dapat dilihat pada gambar 3.

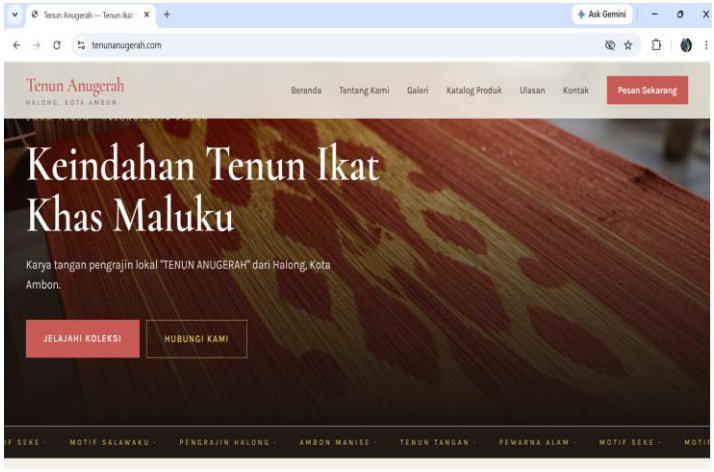


Gambar 3. Lokasi kelompok Usaha Tenun “Anugerah”

Kelompok Usaha Tenun "Anugerah" berlokasi di Negeri Halong, Kecamatan Baguala, Kota Ambon, Provinsi Maluku, memiliki kurang lebih 10 anggota, yang diketuai oleh ibu Frenike Latuharyhary. Dimana biasanya kelompok ini melakukan produksi harian jika terdapat pesanan oleh konsumen, dan produknya dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen. Jika dilihat dari sisi hulu, potensi keterampilan menenun dapat diwariskan secara turun-temurun(H, Dahnial 2025), untuk melestarikan budaya tenun dengan menghasilkan karya tenun yang menarik minat konsumen. Kelompok usaha tenun anugerah memproduksi produknya menggunakan bahan alam maupun bahan sintetis. Bahan sintesis yang digunakan dari benang kloss dan benang cemara, namun benang cemara biasanya luntur sehingga kelompok usaha tenun anugerah menggunakan benang kloss, sedangkan benang cemara hanya untuk pengikatan motif. Sedangkan bahan alam dapat menggunakan berbagai sumber alam penghasil warna alami yang dapat digunakan untuk pencelupan benang. Berbagai aspek yang perlu ditinjau sebagai Langkah pengembangan kelompok usaha tenun anugerah, dilihat dari aspek manajemen pengelolaan usaha, yaitu kelompok usaha tenun anugerah masih secara konvensional atau manual mengelola usahanya, kemudian kelompok usaha tenun anugerah belum memahami pengelolaan keuangan yang baik, tidak adanya pencatatan keuangan, sehari-hari jika terdapat pesanan, kelompok usaha tenun anugerah hanya menjual produknya namun tidak melakukan pencatatan keuangan sehingga tidak dapat terdata produk yang terjual pada bulan tersebut, dan tidak dapat dilakukan evaluasi terkait peningkatan penjualan produk maupun pemasukan bulanan. Sehingga diperlukan pengetahuan mengenai literasi keuangan untuk mengembangkan manajemen pengelolaan usahanya. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan pengetahuan tentang uang, tabungan, pinjaman, dan investasi dalam kehidupan sehari-hari atau dalam istilahnya adalah "melek uang". Sedangkan dari aspek pemasaran, kelompok usaha tenun anugerah belum optimal memasarkan hasil produksinya, pemasaran hanya tergantung dari satu platform media sosial facebook sehingga penjualan hanya terbatas pada area pertemanan, sehingga solusinya kelompok usaha tenun anugerah membutuhkan dukungan teknologi, dalam hal ini Tim Pkm membuat platform atau website penjualan yang dinamakan "e-commerce Tenun Anugerah".

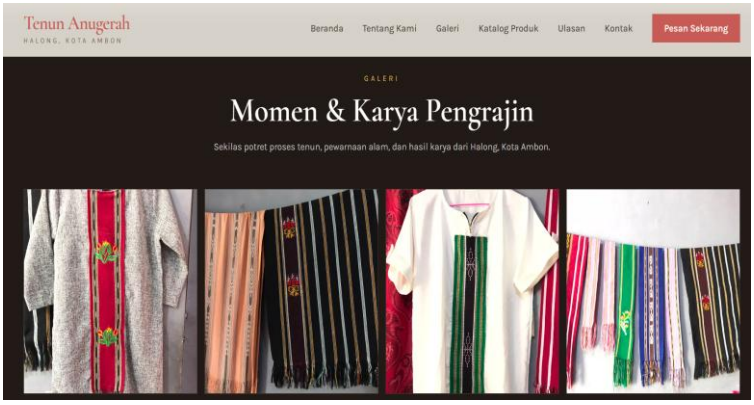
2. METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelompok Usaha Tenun Anugerah Negeri Halong dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu tahap sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan program. Pertama – tama tim PkM melakukan Sosialisasi terkait literasi keuangan yang diikuti oleh anggota kelompok Tenun Anugerah yang berjumlah kurang lebih 10 orang. Tujuan sosialisasi yaitu memberikan pengetahuan bagaimana pengelolaan keuangan yang baik atau bagaimana manajemen keuangan yang baik. Kelompok Usaha diberikan pemahaman mengenai kemampuan seseorang untuk memahami cara kerja uang, mulai dari cara menghasilkan, mengelola, hingga mengembangkannya. Kemudian dilanjutkan dengan bagaimana memahami strategi pemasaran lewat pengenalan website bagi kelompok usaha tenun anugerah yang dibawakan oleh satu orang narasumber yang ahli dibidang ekonomi dan bisnis. Setelah pemaparan, dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Selanjutnya yaitu tahap pelatihan penggunaan website *e-commerce* Tenun Anugerah, untuk mengajarkan kelompok usaha tenun anugerah bagaimana cara penggunaan website penjualan untuk menjual produknya. Sebelum pelatihan dilakukan kelompok usaha tenun anugerah juga diberikan sosialisasi literasi digital mengenai pengenalan jenis-jenis website supaya kelompok usaha tenun anugerah bisa mengetahui mengenai website dan kegunaannya khususnya website penjualan. Pelatihan dimulai dengan pengenalan fitur-fitur website TenunAnugerah dari sisi pengguna maupun dari sisi admin. Dimana dari sisi pengguna kelompok usaha tenun anugerah perlu memahami bagaimana cara melihat produk sampai membeli produk. Kemudian dari sisi admin kelompok usaha tenun anugerah diajarkan mengenai pengelolaan website *e-commerce* Tenun Anugerah. Berikut merupakan tampilan awal Ketika website diakses pada gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Dashboard E-Commerce Tenun Anugerah

Tampilan halaman awal ketika website e-Commerce Tenun Anugerah diakses, yaitu akan menampilkan gambar tenun dan deskripsi singkat yang menggambarkan kelompok usaha tenun anugerah. Di tampilan utama website juga terdapat 6 enam menu pilihan yaitu beranda, tentang kami, Galeri, katalog produk, ulasan dan kontak. Tentang kami menampilkan informasi mengenai Kelompok Usaha Tenun Anugerah, Galeri memperlihatkan produk tenun yang diproduksi, produk menampilkan produk yang dijual dan dapat dipesan, ulasan merupakan menu untuk menampilkan berbagai saran dari konsumen dan kontak merupakan menu untuk menampilkan informasi dari kelompok usaha tenun anugerah.



Gambar 5 Menu Galeri berisi produk yang dijual

Setelah selesai sesi pelatihan, kelompok usaha tenun anugerah diberikan benang kloss dengan variasi warna biru, merah, hitam sesuai kebutuhan dan permintaan kelompok usaha tenun anugerah. Pemberian benang kloss sebanyak 5 dos dimaksudkan sebagai bahan stimulan untuk menghasilkan produk tenun lebih banyak dan bervariasi untuk nantinya dipasarkan lewat website penjualan.

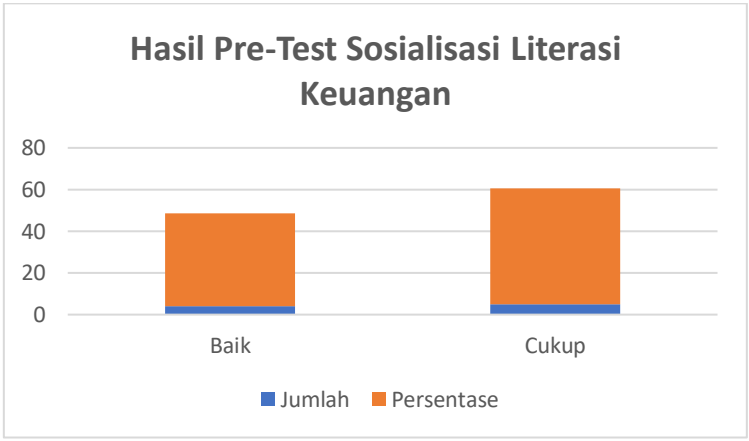
Setelah Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Lokasi Kelompok usaha, Langkah selanjutnya Tim PkM turun dan melakukan pendampingan dan sekaligus Evaluasi untuk melatih kelompok usaha tenun anugerah bagaimana cara menggunakan website e-commerce Tenun Anugerah dan melihat sejauh mana kelompok usaha tenun anugerah sudah dapat memahami penggunaan website. Kemudian keberlanjutan program pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dilakukan melalui pendampingan penggunaan website Tenun Anugerah serta pembuatan modul penggunaan e-commerce Tenun Anugerah sebagai panduan bagi kelompok usaha tenun anugerah dalam menggunakan hasil teknologi dan inovasi.



Gambar 6. Pemberian Benang Kloss

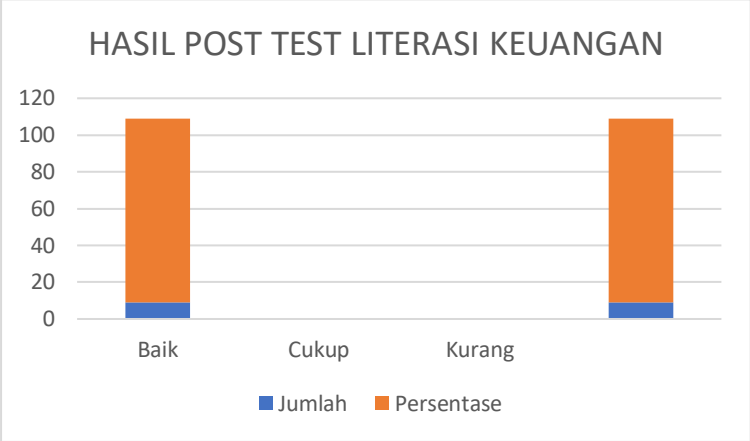
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksaaan kegiatan yang telah dilakukan dilihat dari aspek Manajemen yaitu sosialisasi Literasi Keuangan. Kegiatan sosialisasi mengenai Literasi Keuangan dilaksanakan pada hari Rabu, 19 Agustus 2026, dibawakan oleh pemateri Bapak Moses Tomasila.,SE.,MM dengan keahlian dibidang ilmu ekonomi dan bisnis. Sebelum kegiatan sosialisasi dilakukan pre test untuk menguji seberapa paham kelompok usaha tenun anugerah mengenai pengelolaan usaha, dari total 10 orang yang mengikut kegiatan hanya 9 orang yang mengisi kuesioner, dari hasil pengisian kuesioner hanya 4 orang yang dikategorikan baik memahami mengenai literasi keuangan sehingga tingkat pemahaman kelompok usaha tenun anugerah sebesar 44% dikategorikan baik, dan hanya 5 orang anggota kelompok usaha tenun anugerah yang cukup memahami literasi keuangan sehingga sebesar 56% kelompok usaha tenun anugerah dikategorikan cukup memahami mengenai pengelolaan usaha, rata-rata persentase sebelum pelaksanaan kegiatan sebesar 79,5%, hasil pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah sebelum sosialisasi dapat terlihat pada diagram 7.



Gambar 7. Pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah sebelum sosialisasi

Setelah pemberian materi dilakukan selanjutnya post test untuk mengukur sejauh mana pemahaman kelompok usaha tenun anugerah mengenai pengelolaan keuangan. Dari hasil post test terjadi peningkatan signifikan yaitu 100% kelompok usaha tenun anugerah dikategorikan baik yaitu sebanyak 9 orang anggota kelompok usaha tenun anugerah memahami mengenai pengelolaan usaha. Sehingga kegiatan sosialisasi mengenai literasi keuangan berpengaruh besar dalam peningkatan pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah seperti terlihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah Setelah sosialisasi

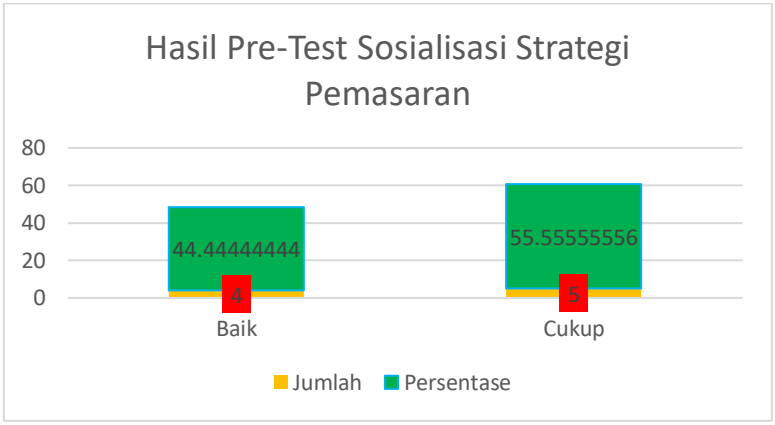
Kegiatan sosialisasi mengenai aspek pemasaran dilakukan pada hari Rabu,19 Agustus 2026, dimana pemberian materi oleh bapak Moses Tomasila,SE.,MM, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan apa itu website dan jenis-jenis website oleh Golda Tomasila, ST.,M.Si.,M.Kom dan simulasi serta pelatihan penggunaan website e-commerce Tenun Anugerah sebagai hasil teknologi dan inovasi oleh Tim PkM dibantu oleh mahasiswa Sistem Informasi dan Teknik Informatika.



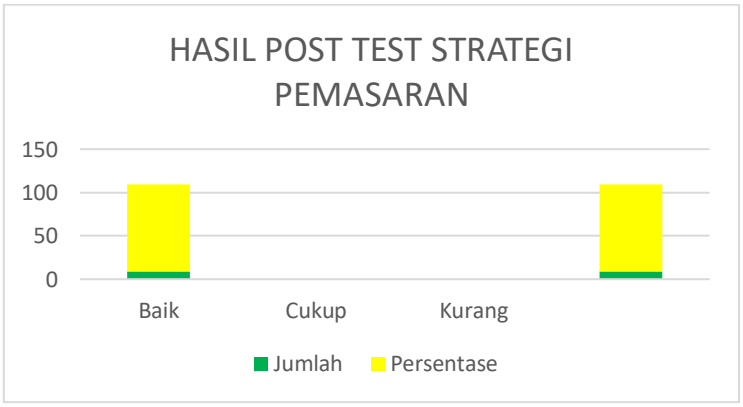
Gambar 9. Sosialisasi Literasi Keuangan dan Strategi Pemasaran

Pertama-tama kelompok usaha tenun anugerah diajarkan bagaimana strategi pemasaran yaitu bagaimana kelompok usaha tenun anugerah dapat memahami serangkaian aturan yang memberi arah untuk meningkatkan usahanya dalam persaingan dunia usaha terutama dalam dunia teknologi yang mana usaha membutuhkan strategi pemasaran secara online. Hasil pretest dan posttest menunjukan peningkatan signifikan sama halnya dengan sosialisasi mengenai literasi keuangan yaitu terjadi peningkatan signifikan rata-rata persentasi sebelum kegiatan 79,5% dan setelah kegiatan sosialisasi menjadi 100%, menunjukan bahwa pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah mengenai strategi pemasaran mengalami peningkatan dapat terlihat pada gambar 10 dan gambar 11.

Kemudian kegiatan selanjutnya kelompok usaha tenun anugerah dibekali dengan pemahaman mengenai literasi digital tentang website, baru dilakukan pelatihan penggunaan website e-commerce Tenun Anugerah. Pelatihan dilakukan dimana kelompok usaha tenun anugerah diajarkan untuk mengenal fitur-fitur pada website penjualan dari sisi konsumen dan dari sisi admin, dimana kelompok usaha tenun anugerah diajarkan terlebih dahulu mengenal tampilan awal website, fitur-fitur apa saja yang dapat diakses, dan bagaimana dari sisi admin yaitu kelompok usaha tenun anugerah yang mengelola websitenya.



Gambar 10. Pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah Sebelum Sosialisasi



Gambar 11. Pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah Sesudah Sosialisasi

Kelompok usaha tenun anugerah dapat menambahkan produk, menganti deskripsi tampilan awal, melihat dan menyetujui ulasan pembeli, melihat hasil penjualan produk setiap bulan maupun grafik penjualan setiap tahun sehingga kelompok usaha tenun anugerah dapat melakukan evaluasi terkait dengan proses produksi dan penjualan.



Gambar 12. Pelatihan penggunaan e-commerce Tenun Anugerah

Produk teknologi dan inovasi yang diterapkan kepada kelompok usaha tenun anugerah kelompok usaha Tenun Anugerah yaitu website penjualan yang diberi nama "e-commerce Tenun Anugerah", website dapat diakses pada link https://tenunanugerah.com/. Fitur-fitur yang dikembangkan disesuaikan dengan kebutuhan kelompok usaha tenun anugerah terutama manajemen produk seperti gambar 13.



Gambar 13. Manajemen Produk

Pada Fitur Manajemen produk menampilkan pendapatan bulanan, pesanan, produk terlaris dan jumlah stok yang menipis. Selain itu terdapat pula Fitur manajemen ulasan untuk mengatur ulasan pembeli, fitur pesanan untuk melihat pesanan, laporan pendapatan, pengaturan, branding untuk mengedit tampilan awal website dan akun saya untuk mengedit username dan password.



Gambar 14. Laporan Pendapatan

Pada gambar 14 merupakan tampilan grafik pendapatan setiap tahun, sehingga kelompok usaha tenun anugerah dapat melihat sejauh mana perkembangan penjualan produknya, selain itu kelompok usaha tenun anugerah dapat mencetak laporan jika dibutuhan dalam format csv dan pdf.

Dari pembuatan website e-commerce tenun anugerah dan pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat membantu Kelompok Usaha Tenun "Anugerah" untuk meningkatkan kedua aspek yang menjadi permasalahannya yaitu aspek manajemen usaha dan strategi pemasaran dan diharapkan jika kedua aspek manajemen dan strategi pemasaran dapat terus ditingkatkan maka kelompok usaha tenun anugerah dapat mampu memperluas jangkauan pasarnya (Andy Enda, Krisna 2024).

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat sangat bermanfaat bagi Kelompok usaha Tenun Anugerah Halong Kota Ambon Provinsi Maluku, karena dengan terlaksananya berbagai kegiatan PkM yaitu sosialisasi literasi keuangan dan strategi pemasaran serta pelatihan penggunaan e-commerce Tenun Anugerah yang dikembangkan oleh Tim PkM, dapat meningkatkan pengetahuan kelompok usaha tenun anugerah

mengenai manajemen pengelolaan usaha dan strategi pemasaran, selain itu dapat dibuat suatu teknologi pemasaran secara digital untuk membantu kelompok usaha tenun anugerah dalam memasarkan produknya. Selain itu diharapkan kelompok usaha tenun anugerah dapat terus konsisten untuk menggunakan hasil teknologi dan inovasi yang dikembangkan untuk menjual produknya dan terus didampingi untuk penggunaan website *e-commerce* tenun anugerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Indonesia Maluku (LPM UKIM) atas dana Hibah Internal, Kelompok Usaha Tenun Anugerah Halong untuk partisipasi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Bpk/ibu Editor Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (JIPPM) dan Tim PkM atas keterlibatan dalam Kegiatan dimaksud.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z., & Muhassanah, N. (2025). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Visibilitas dan Penjualan Produk UMKM. Mudabbir: Journal Research and Education Studies, 5(1), 556–568.

Andy Endra, Krisna. (2024). Transformasi UMKM melalui industri kreatif: Pendekatan untuk meningkatkan daya saing dan inovasi. Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen, 66–81.

Dessy Gloria Palyama*,P Leunupun (2025). Sosialisasi dan Pelatihan PackagingdanDigital MarketingUntuk Meningkatkan Pemasaran Produk “Sagu Lempeng” di Desa Toisapu Kota Ambon Provinsi Maluku. Madaniya, 6.

Fadillah, S. N., & Nasution, M. I. P. (2025). Pemanfaatan sistem informasi manajemen untuk efisiensi pengelolaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 66–72.

Golda Tomasila*, Goldy V Nivaan (2024). Inovasi Teknologi Kemasan dan Desain Logo untuk Meningkatkan Kualitas Produk “Gula-Gula Taiminya” di Desa Latuhalat Kota Ambon Provinsi Maluku. Madaniya, 5.

Golda Tomasila*,Jimmy P Sirait (2025). Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Kemasan Usaha Rumahan Ikan Asap Cair di Dusun Omputty Negeri Latuhalat Kota Ambon. Madaniya

Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, M. (2026). Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *4(4)*, 122–135.

H, Dahnial. (2025). Peningkatan Nilai Jual Produk Tenun Lokal Melalui Desain Baju Tenun Modern yang Inovatif. Jurnal Integrasi Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPMas), 1, 10–22.

Hermina, S. (2025). (2025). Pemberdayaan Perempuan Pengrajin Tenun Melalui Pelatihan Desain Motif Untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Desa Lanto. Journal of Syntax Literate, 10(9), 7526.

Ishak, K., & Selamat, M. I. (2025). Pengembangan industri kreatif tenun songket berbasis potensi budaya lokal di Desa Sebauk dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 16–26.Fadillah, S. N., & Nasution, M. I. P. (2025). Pemanfaatan sistem informasi manajemen untuk efisiensi pengelolaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 66–72.

Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, M. (2026). Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *4(4)*, 122–135.

Jaelani, D., & Dalimunthe, F. M. (2025). Strategi pemasaran konvensional pada UMKM berbasis hobi: Studi kasus usaha Naya Handicraft di Kota Tebing Tinggi. *Community Service Progress*,

54–62.

Rahayu, W., & Veri, J. (2025). Penerapan sistem informasi manajemen berbasis digital dalam UMKM: Sebuah kajian literatur. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, *5(2)*, 267–272.

Salomi Jacomina Hehanussa, Mozes Tomasila, Belianus P. Latuheru, F. L. (2025). AKUNTABILITAS PELAPORAN KEUANGAN GEREJA DI JEMAAT GPM LUMAHPELU, TANIWEL TIMUR. MAREN: JURNAL PEGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, 6.

Tomasila*, G., Sumah, J., & Siwalette, R. (2024). TEKNOLOGI SISTEM CERDAS UNTUK MENGKLASIFIKASI MOTIF TENUN IKAT TANIMBAR MENGGUNAKAN METODE K-NEAREST NEIGHBOR. JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika), 9, 2333–2348.

Utama, Z. M., Syahbana, A. F., & Yosie, Y. (2025). Penerapan manajemen sumber daya manusia strategis dalam meningkatkan kinerja instansi pemerintah: Studi literatur. Jurnal Pijar, 3(3), 344–360.