

LAPORAN AKHIR
KULIAH KERJA NYATA (KKN) MBKM
TENUN LENY BUMPAK BENGKULU



Lokasi : Tenun Leny Bumpak Bengkulu
Ketua : Ockto Alfajri (2223130058)
DPL : Khozin Zaki, M.A
Dr. Yetti Afrida Indra, M.Ak

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU

2025

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Program : Kuliah kerja nyata MBKM lingkaran kampus “kamu-aku”
2. Ketua : Ockto Alfajri (2223130058)
3. Sekretaris : Natasya Putri (2223130066)
4. Bendahara : Pauta Sapa Ardesta (2223130061)
5. Anggota : Arnita Saputri (2223130060)
Cica Agustina (2223130067)
Dzamratul Fauziah (2223130057)
Egi Sri Lestari (2223130069)
Elvina Triya Rahmahnujiya (2223130059)
Nada Wafika Lestari (2223130052)
Nadia Yupita Sari (2223130036)
Noval Syabirin Ramadhan (2223130045)
Okta Febriansyah (2223130049)
Radiah Aszahrah (2223130064)
Roma Dona Nauli (2223130047)
Suria Peranata (2223130042)
Vety Vera (2223130041)
Winda Yuneri (2223130056)
6. Nama DPL : Khozin Zaki, M.A
Dr. Yetti Afrida Indra, M.Ak
7. Nama Pemilik UMKM : Leny
8. Lokasi : Jl. Teratai Indah, Sukarami, Kec. Selebar, Kota Bengkulu.

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan

Bengkulu, 17 Maret 2025
Ketua Kelompok,

(Dr Yetti Afrida Indra M. Ak.)

(Ockto Alfajri)
NIM. 2223130058

Mengetahui,
Koordinator Program Studi

(Dr Herlina Yustati MA. Ek)
NIP. 198505222019032004

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan akhir kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik.

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program KKN MBKM yang berlokasi di Tenun Leny Bumpak Bengkulu pada tanggal 8 April 2025 hingga 28 Mei 2025. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat sekaligus implementasi dari tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam hal pengabdian dan pemberdayaan masyarakat.

Selama pelaksanaan KKN MBKM, banyak pengalaman dan pembelajaran yang diperoleh, baik dari segi akademis, sosial, maupun kepemimpinan. Kami menyadari bahwa terlaksananya kegiatan ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu beserta jajaran;
2. Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu ;
3. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah membimbing dan memberikan arahan;
4. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan KKN MBKM ini.

Kami menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kegiatan KKN MBKM yang telah dilaksanakan dan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bengkulu, 29 Mei 2025

KKN MBKM Kelompok 1

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2.Program Kegiatan Yang Akan Dikembangkan	1
1.3.Rencana Pelaksanaan Kegiatan.....	3
1.4. Pihak Yang Mendukung Pelaksanaan	5
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN	7
1.1.Mendeskripsikan Program Yang Telah Dilaksanakan Dengan Rinci Beserta Dokumentasi Kegiatan	7
1.2.Hambatan Dan Dukungan Dalam Pelaksanaan Kegiatan.....	13
1.3.Saran Dan Rekomendasi	14
BAB III PENUTUP	15
1.1.Simpulan	15
DAFTAR PUSTAKA	16
DAFTAR LAMPIRAN.....	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Foto Bersama Dengan Pihak Rumah BUMN	6
Gambar 1.2 Survei Pertama Dan Survey Kedua.....	7
Gambar 1.3 Membuat Akun Market Place.....	8
Gambar 1.4 Pembuatan Video Konten Promosi.....	9
Gambar 1.5 Banner Usaha.....	10
Gambar 1.6 Pelatihan Merajut.....	11
Gambar 1.7 Pelaksanaan Bazar	12
Gambar 1.8 Penarikan	13

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Logbook Kegiatan KKN MBKM.....	3
--	---

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) MBKM dilaksanakan di UMKM Tenun Leny Bumpak yang berlokasi di Perum Bukit Asri, Jl. Teratai Indah Blok D2, RT. 50, RW. 01, Kelurahan Sukarami, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. UMKM ini merupakan pelaku usaha lokal yang bergerak di bidang produksi kain tenun khas daerah Bengkulu dengan motif dan kualitas yang khas. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM serta masyarakat sekitar, diketahui bahwa kegiatan produksi tenun dan keterampilan kerajinan lainnya masih dilakukan secara tradisional, dengan keterlibatan masyarakat yang masih terbatas. Pemasaran produk pun masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan platform digital secara maksimal.

Lingkungan sekitar UMKM didominasi oleh masyarakat dengan latar belakang ekonomi menengah, yang sebagian besar berprofesi sebagai ibu rumah tangga, pegawai swasta, dan pedagang kecil. Masyarakat memiliki potensi dan minat dalam bidang kerajinan tangan, namun belum banyak mendapat akses pelatihan atau wadah untuk mengembangkan keterampilan tersebut secara terstruktur. Hal ini menjadi peluang bagi mahasiswa KKN untuk hadir memberikan kontribusi melalui program pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim KKN MBKM menyusun dan melaksanakan beberapa program utama yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dan memperkuat eksistensi UMKM Tenun Leny Bumpak. Program tersebut meliputi workshop dan pelatihan merajut untuk ibu-ibu dan remaja, pembuatan produk kerajinan seperti gantungan kunci rajut yang bernilai jual, serta partisipasi dalam kegiatan bazar guna memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Seluruh kegiatan ini dirancang untuk mendorong kreativitas, meningkatkan keterampilan, serta memperkenalkan strategi pemasaran yang lebih efektif kepada pelaku UMKM dan masyarakat sekitar.

1.2. Program Kegiatan Yang Akan Dikembangkan

Berdasarkan hasil observasi dan analisis situasi di lokasi KKN, ditemukan bahwa pelaku usaha kain tenun Leny Bumpak menghadapi sejumlah permasalahan utama dalam aspek pemasaran dan pengembangan usaha, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan dalam strategi promosi, serta belum optimalnya pengemasan dan branding produk.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, mahasiswa KKN merancang serangkaian program kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam memasarkan produknya, baik melalui jalur konvensional maupun digital. Program-program ini akan dikembangkan secara partisipatif dan berfokus pada praktik langsung di lapangan.

Adapun program kegiatan yang akan dikembangkan adalah sebagai berikut:

1. Workshop Merajut Gantungan Kunci

Merajut menurut teknik ada dua yaitu merenda (crochet) dan merajut (knitting). Jika knitting menggunakan dua jarum sehingga menghasilkan produk rajutan yang rapat, maka renda (crochet) menggunakan satu jarum dan menghasilkan jahitan yang agak renggang.¹ Kegiatan ini merupakan pelatihan pembuatan gantungan kunci rajut dengan teknik crochet, ditujukan bagi pengrajin lokal dan ibu rumah tangga. Workshop ini tidak hanya bertujuan menambah keterampilan baru, tetapi juga menciptakan produk inovatif bernilai jual tinggi. Output kegiatan berupa produk-produk gantungan kunci dengan desain menarik dan unsur lokal yang siap dijual sebagai souvenir atau merchandise khas Bengkulu.

2. Pelatihan Pembuatan Konten Video dan Fotografi Produk

Pelatihan ini memberikan keterampilan praktis dalam mengambil foto dan video produk menggunakan ponsel, serta teknik editing dasar. Tujuannya untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memproduksi konten visual yang menarik dan layak unggah di media sosial. Hasil akhir kegiatan adalah tersedianya konten promosi digital berupa video proses produksi, testimoni pelanggan, dan foto produk berkualitas tinggi.

3. Digital Marketing dan Aktivasi Media Sosial

Program ini berupa pendampingan dalam mengelola akun media sosial (Instagram dan TikTok) sebagai saluran pemasaran utama. Peserta diajarkan membuat konten, menjadwalkan posting, serta menggunakan fitur promosi seperti reels dan stories. Tujuannya untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau konsumen baru secara digital. Outputnya adalah akun media sosial aktif yang menampilkan katalog produk, promosi, dan interaksi konsumen.

4. Pembuatan dan Pengelolaan Website UMKM

¹ Hanafi Hanafi, Suryanti Suryanti, and Hendra Hendra, 'Kerajinan Rajut Sebagai Produk Cendramata Di Nagari Tuo Pariangan', *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4.1 (2020), 35–41 <<https://doi.org/10.36982/jam.v4i1.1043>>.

Kegiatan ini memberikan pelatihan teknis untuk membuat website sederhana sebagai etalase digital resmi bagi Tenun Leny Bumpak. Website ini memuat informasi profil usaha, katalog produk, kontak pemesanan, serta link ke marketplace dan media sosial. Tujuannya adalah meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan konsumen. Outputnya adalah website yang berfungsi sebagai pusat promosi digital dan edukasi budaya tenun lokal.

5. Pembukaan Toko Online di Marketplace (Shopee)

Program ini membantu pelaku usaha membuka dan mengelola toko online di Shopee. Peserta dilatih untuk mengunggah produk, menulis deskripsi, menentukan harga, serta memanfaatkan fitur promosi yang tersedia. Tujuannya agar produk tenun dan rajutan bisa diakses oleh konsumen di seluruh Indonesia. Hasil akhirnya adalah toko online aktif dengan katalog lengkap dan sistem transaksi yang terintegrasi

6. Bazar Produk dan Uji Pasar Langsung

Sebagai penutup program, akan dilaksanakan kegiatan bazar untuk memperkenalkan langsung produk hasil pelatihan kepada masyarakat umum. Tujuannya adalah melatih pelaku UMKM dalam menghadapi konsumen secara langsung, mendapatkan masukan pasar, serta meningkatkan pengalaman promosi offline. Output kegiatan ini adalah partisipasi aktif dalam bazar, produk yang dipasarkan, dan potensi kolaborasi dengan konsumen atau mitra lokal.

Melalui program ini, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola usahanya secara lebih modern, memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan sekaligus melestarikan budaya lokal melalui pengembangan produk tenun khas Bengkulu.

1.3. Rencana Pelaksanaan Kegiatan

LOGBOOK KEGIATAN KKN MBKM

Nama Mahasiswa	:	
NIM	:	
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Lokasi KKN MBKM	:	Perum Bukit Asri, Jl. Teratai Indah Blok D2, RT. 50, RW. 01, Sukarami, Kec. Selebar, Kota Bengkulu.
Nama Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)	:	Khozin Zaki, M.A Dr. Yetti Afrida Indra, M.Ak
Nama Pembimbing Lapangan (Mitra)	:	
Periode KKN MBKM	:	8 April 2025 – 28 Mei 2025

Tanggal	Waktu	Kegiatan	Lokasi	Output/Keluaran	Paraf DPL / Mitra
Senin, 17 Maret 2025	14.00-15.00 wib	Seminar proposal	Kampus	Proposal disetujui	
Senin, 17 Maret 2025	10.00-12.00 wib	Diskusi proposal mengenai tempat, proker dan lainnya	Kampus	Pembagian tugas dan timeline program kerja	
Selasa, 8 April 2025	08.00-10.00 wib	Pelepasan KKN MBKM 2025	Kampus	Dokumentasi pelepasan	
Senin, 14 April 2025	09.00-12.00 wib	Mempersiapkan eksekusi proker	Rumah ibu leny	Perencanaan dan pembagian kerja	
Rabu, 16 April 2025	09.00-16.00 wib	Pembuatan vidiografi promosi produk tenun leny bumpak	Gedung merah putih dan benteng Marlborough	Video final promosi	
Senin, 21 April 2025	10.00-14.00 wib	Pemotretan produk tenun leny bumpak	Rumah ibu leny	Foto katalog produk	
Selasa, 22 April 2025	10.00-14.00 wib	Pengambilan video promosi produk tenun leny bumpak	Rumah ibu leny	Klip mentah promosi	
Kamis, 24 April 2025	09.00-12.00 wib	Kunjungan ke rumah BUMN	Rumah BUMN	Dokumentasi kunjungan dan hasil observasi	
Senin, 28 April 2025	10.00-14.00 wib	Belajar membuat produk dari bahan tenun	Rumah ibu Leny	Produk rajut	
Rabu, 30 April 2025	10.00-14.00 wib	Pelatihan pembuatan produk rajut	Rumah ibu Leny	Produk rajut	
Jumat, 2 Mei 2026	10.00-14.00 wib	Pelatihan pembuatan produk rajut	Rumah ibu Leny	produk rajut	
Senin, 5 Mei 2025	10.00-14.00 wib	Pelatihan pembuatan produk rajut	Rumah ibu Leny	Produk rajut	
Rabu, 7 Mei 2025	10.00-14.00 wib	Pelatihan pembuatan produk rajut	Rumah ibu Leny	Produk rajut	
Kamis, 8 Mei 2025	10.00-14.00 wib	Pelatihan pembuatan produk rajut	Rumah ibu Leny	Produk dengan motif baru	
Selasa, 13	10.00-14.00	Pelatihan	Rumah ibu	Produk lebih	

Mei 2025	wib	pembuatan produk rajut	Leny	rapi dan siap jual	
Rabu, 14 Mei 2025	10.00-14.00 wib	Pelatihan pembuatan produk rajut	Rumah ibu Leny	Produk akhir siap promosi	
Kamis, 15 Mei 2025	08.00-15.00 wib	Workshop tenun leny bumpak	Rumah ibu Leny	Wawasan pengembangan produk tenun leny bumpak	
Selasa, 20 Mei 2025	14.00-17.00 wib	Bazar produk	Pantai Panjang	Penjualan dan promosi produk	
Rabu, 21 Mei 2025	14.00-17.00 wib	Bazar produk	Di depan UINFAS	Penjualan dan promosi produk	
Kamis, 22 Mei 2025	14.00-17.00 wib	Bazar produk	Pantai Panjang	Penjualan dan promosi produk	
Rabu, 28 Mei 2025	09.00-11.00 wib	Penarikan mahasiswa KKN MBKM 2025	Rumah ibu Leny	Dokumentasi akhir	

Tabel 1.1 Logbook kegiatan KKN MBKM

14. Pihak dan unsur yang mendukung pelaksanaan

Pelaksanaan program Tenun Leny Bumpak tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak dan unsur yang berperan penting dalam mendukung keberlanjutan usaha serta pelestarian nilai budaya yang terkandung dalam setiap produk tenun. Kolaborasi antara pelaku usaha dengan lembaga pembina, komunitas, serta pemerintah menjadi elemen kunci dalam pengembangan kualitas produk, peningkatan kapasitas pelaku usaha, serta perluasan akses pasar. Salah satu unsur utama yang secara konsisten mendukung Tenun Leny Bumpak adalah Rumah BUMN, yang menjadi mitra strategis dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tingkat lokal.

Rumah BUMN adalah rumah bersama yang berperan sebagai pusat data dan informasi, pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi sektor UMKM.² Rumah BUMN merupakan program inisiatif Kementerian BUMN yang bertujuan untuk memperkuat ekosistem UMKM melalui pelatihan, fasilitasi pemasaran, dan pendampingan usaha. Bagi Tenun Leny Bumpak, Rumah BUMN menjadi mitra strategis yang memberikan berbagai bentuk dukungan nyata. Rumah BUMN tidak hanya menyediakan tempat untuk pelatihan dan workshop, tetapi juga membantu dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia

² Nur Avivah Kusesvara, Sudarman, and Ratna Fitri Astuti, 'Peran Rumah BumN Dalam Pengembangan Usaha Umkm Di Kota Samarinda', *Educational Studies: Conference Series*, 3.2 (2023), 283–92.

melalui pelatihan-pelatihan yang mencakup keterampilan kewirausahaan, pengelolaan keuangan, digital marketing, pengemasan produk, dan strategi branding. Semua pelatihan ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM seperti Tenun Leny Bumpak agar mampu mengelola usaha secara lebih profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar.

Rumah BUMN hadir sebagai wadah pembinaan UMKM yang menyediakan berbagai bentuk pendampingan, salah satunya melalui program pelatihan dalam bentuk workshop. Workshop yang diselenggarakan mencakup berbagai topik penting yang relevan bagi pelaku UMKM, seperti pengelolaan manajemen usaha, strategi pemasaran modern, digitalisasi bisnis, pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta teknik pengemasan yang menarik dan sesuai standar pasar.

Selain aspek pelatihan, Rumah BUMN juga mendukung Tenun Leny Bumpak dalam bentuk fasilitasi akses pasar, seperti mengikutsertakan produk dalam berbagai event promosi, pameran, dan bazar. Melalui keikutsertaan dalam bazar yang diselenggarakan secara rutin, Tenun Leny Bumpak tidak hanya memperoleh peluang untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat hubungan langsung dengan konsumen dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk yang ditawarkan. Bazar juga menjadi sarana untuk mengenalkan filosofi dan nilai budaya yang terkandung dalam produk tenun kepada masyarakat luas, sekaligus memperkuat kredibilitas merek sebagai pelaku usaha lokal yang mengedepankan kualitas dan warisan budaya.



Gambar 1.1 Foto Bersama Dengan Pihak Rumah BUMN

BAB II

PELAKSANAN KEGIATAN

1.1. Mendeskripsikan Program Yang Telah Dilaksanakan Dengan Rinci Beserta Dekumentasi Kegiatan.

Kegiatan KKN MBKM Lingkar Kampus yang dilaksanakan oleh mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu di UMKM Tenun Leny Bumpak dilakukan secara bertahap dan sistematis. Tahapan pelaksanaan dimulai dengan observasi dan identifikasi permasalahan, dilanjutkan dengan perencanaan program, pelatihan dan pendampingan, hingga evaluasi dan partisipasi aktif dalam kegiatan bazar lokal. Pelaksanaan program ini berlangsung selama kurang lebih 2 Bulan kerja dengan pendekatan kolaboratif antara mahasiswa dan pelaku usaha.

Pada minggu pertama pelaksanaan KKN, tim melakukan observasi lapangan untuk memahami kondisi aktual UMKM Tenun Leny Bumpak. Observasi ini mencakup proses produksi, sistem penjualan yang digunakan, tampilan produk, serta keterampilan digital dari pelaku usaha. Berdasarkan pengamatan tersebut, ditemukan bahwa proses produksi masih bersifat manual dan tradisional, yang merupakan kekuatan utama dari produk ini. Namun, dari sisi penjualan, masih terdapat banyak kelemahan seperti pemasaran yang sangat terbatas, belum adanya branding yang kuat, serta ketiadaan pemanfaatan media digital untuk promosi.

Selain observasi, tim juga melakukan wawancara langsung dengan pelaku usaha utama, yaitu Ibu Leny selaku pemilik usaha. Dari hasil diskusi tersebut, diketahui bahwa selama ini penjualan hanya mengandalkan relasi atau jaringan konsumen tetap secara lokal. Pelaku usaha juga menyatakan keterbatasannya dalam mengakses pelatihan dan pendampingan, serta keterbatasan dalam mengoperasikan perangkat digital seperti smartphone dan media sosial secara optimal.



Gambar 1.2 Survei Pertama dan Survei Kedua

Selama pelaksanaan KKN MBKM di Tenun Leny Bumpak, kegiatan yang dilaksanakan antara lain:

1. Pelatihan Penggunaan Media Sosial

Setelah memahami kebutuhan utama mitra, tim KKN merancang pelatihan yang disesuaikan dengan kondisi dan kapasitas pelaku usaha. Pelatihan pertama yang diberikan adalah mengenai strategi pemasaran digital. Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk workshop sederhana yang membahas mengenai pentingnya digital marketing, cara mengidentifikasi target pasar, teknik membuat promosi yang efektif, serta bagaimana membangun kepercayaan konsumen secara online.

Dalam sesi ini, mahasiswa memperkenalkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, serta marketplace lokal yang relevan. Pelatihan dilakukan secara praktis, dengan menggunakan perangkat milik pelaku usaha agar mereka terbiasa menggunakan alat yang akan digunakan ke depannya. Hasil dari pelatihan ini adalah terbentuknya akun bisnis Instagram dan Market place untuk Tenun Leny Bumpak yang kemudian aktif digunakan untuk promosi.



Gambar 1.3 Membuat Akun Market Place

2. Pembuatan Konten Promosi

Setelah pelatihan dasar, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan dalam pembuatan konten promosi. Tim mahasiswa membantu pelaku usaha untuk mengambil foto produk dengan pencahayaan dan sudut yang baik, serta menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain feed Instagram, katalog digital, dan pamflet promosi. Mahasiswa juga membantu menulis narasi yang menggambarkan filosofi dan proses pembuatan kain tenun, sebagai bentuk storytelling budaya yang menarik untuk konsumen.

Konten yang dihasilkan meliputi deskripsi produk, keunikan motif kain, serta informasi harga dan cara pemesanan. Selain itu, tim juga mengajarkan cara menjadwalkan unggahan di Instagram dan merespons pesan pelanggan dengan sopan dan profesional.

Dengan adanya kegiatan ini, pelaku usaha tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga memahami pentingnya visual branding dalam meningkatkan minat beli konsumen.



Gambar 1.4 Pembuatan Video Konten Promosi

3. Desain Branding dan Pembuatan Banner Usaha

Sebagai salah satu bentuk penguatan identitas usaha, tim KKN mendesain banner promosi yang berisi nama usaha "Tenun Leny Bumpak", logo usaha, alamat lengkap, serta informasi kontak (Instagram dan WhatsApp). Banner ini dicetak dalam ukuran besar dan dipasang di depan lokasi produksi sebagai penanda visual yang memudahkan pelanggan menemukan lokasi.

Banner ini juga menambah kesan profesional terhadap usaha dan menjadi bukti nyata kehadiran Tenun Leny Bumpak sebagai pelaku UMKM lokal. Mahasiswa turut mengedukasi pelaku usaha tentang pentingnya visual branding dalam membentuk kepercayaan konsumen.



Gambar 1.5 Banner Usaha

4. Pelatihan Merajut dan Inovasi Produk Gabungan

Selain pelatihan digital marketing, tim KKN juga mengadakan pelatihan keterampilan merajut sebagai bagian dari inovasi produk berbasis budaya lokal. Pelatihan ini diikuti oleh masyarakat sekitar rumah tenun Leny Bumpak, khususnya ibu rumah tangga, serta mahasiswa UIN dari berbagai program studi. Pelaku usaha tenun, Ibu Leny, juga turut serta dalam kegiatan ini.

Pelatihan berlangsung selama satu hari di teras rumah Ibu Leny. Suasananya dibuat santai namun produktif. Mahasiswa memimbing peserta mempraktikkan teknik dasar merajut seperti rantai, tusuk tunggal, dan membuat bunga rajut. Setelah peserta menguasai dasar, dilanjutkan dengan pembuatan produk sederhana seperti gantungan kunci, tas dan pouch. Produk rajutan ini kemudian dikombinasikan dengan potongan kecil kain tenun, sehingga menciptakan produk inovatif dengan nilai estetika dan budaya.

Tujuan dari kegiatan ini adalah menumbuhkan kreativitas masyarakat serta memperluas varian produk UMKM Leny Bumpak. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya lokal melalui keterampilan baru yang bernilai ekonomi.

Peserta pelatihan merasa senang dan antusias. Beberapa mengungkapkan ingin melanjutkan keterampilan ini untuk usaha rumahan. Kegiatan ini menjadi bukti bahwa pelibatan aktif masyarakat dapat meningkatkan dampak sosial dari program KKN.



Gambar 1.6 Pelatihan Merajut

5. Simulasi dan Partisipasi Bazar

Kegiatan dilanjutkan dengan simulasi penjualan digital melalui media sosial. Mahasiswa mendampingi pelaku usaha untuk membuat unggahan promosi pertama di Instagram dan membagikannya ke berbagai grup WhatsApp lokal. Respons dari konsumen cukup positif, terbukti dari adanya peningkatan jumlah pengikut dan interaksi di akun Instagram baru tersebut.

Sebagai bentuk implementasi nyata dari pelatihan yang telah diberikan, tim juga memfasilitasi partisipasi UMKM Tenun Leny Bumpak dalam bazar lokal yang diselenggarakan di salah satu titik keramaian di Kota Bengkulu. Tim membantu mendesain stan, dan menarik perhatian Masyarakat agar melihat stand tersebut.



Gambar 1.7 Pelaksanaan Bazar

6. Evaluasi dan Refleksi

Kegiatan ditutup dengan evaluasi internal antara tim KKN dan pelaku usaha. Evaluasi menunjukkan bahwa pelaku usaha merasakan manfaat besar dari pelatihan yang diberikan, terutama dalam hal promosi digital, keterampilan baru (merajut), serta penciptaan produk baru. Penjualan mulai meningkat, dan kepercayaan diri pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas pun tumbuh.

Bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi ajang penerapan ilmu kewirausahaan dan pemasaran secara langsung, serta membuka wawasan tentang pentingnya inovasi berbasis

budaya lokal. Kegiatan ini juga mempererat hubungan antara perguruan tinggi dan pelaku UMKM sebagai bagian dari pengabdian nyata kepada masyarakat.



Gambar 1.8 Penarikan

1.2.Hambatan Dan Dukungan Dalam Pelaksanaan Kegiatan

a. Hambatan dalam pelaksanaan kegiatan

1. Kurangnya Pengetahuan Digital.Penunun belum familiar dengan pemasaran digital,Website, dan branding online.
2. Keterbatasan Infrastruktur,Terbatasnya alat tenun atau fasilitas produksi modern.
3. Kurangnya Regenerasi Penunun,Anak muda sekarang kurang tertarik pada kegiatan menenun, sehingga sulit untuk melanjutkan tradisi.

b. Dukungan dalam pelaksanaan kegiatan

1. Dukungan masyarakat lokal.Adanya dukungan dan perizinan Lokasi Kkn dari pemilik usaha tenun,masyarakat menyambut baik kegiatan mahasiswa,adanya antusiasme ibu-ibu mengikuti kegiatan pelatihan dan workshop.
2. Dukungan dari kalangan mahasiswa.Mahasiswa antusiasme untuk mengikuti kegiatan pelatihan dan workshop.

3. Dukungan dari pemerintah daerah. Rumah BUMN Bengkulu memberikan bantuan fasilitas seperti spanduk, banner dan bantuan konsumsi dalam pelaksanaan pelatihan dan workshop.
4. Dukungan dari perguruan tinggi. Pembekalan dan pendampingan dari dosen pembimbing.

1.3. Saran Dan Rekomendasi

Melihat keterbatasan pengetahuan pemilik Usaha Leny Bumpak dalam Digital marketing, kamu menyarankan perlu adanya admin khusus untuk mengelola sosial media dan e-commerce usaha secara langsung agar terus update dan berkembang, supaya setelah kegiatan kkn ini berakhir digital marketing yang telah dilakukan dapat terus terlaksana.

BAB III

PENUTUP

1.1 Simpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) MBKM yang dilaksanakan di UMKM Tenun Leny Bumpak Bengkulu telah memberikan dukungan yang bermanfaat dalam pengembangan usaha dan peningkatan keterampilan masyarakat sekitar. Melalui program seperti pelatihan pembuatan produk rajut, pembuatan konten promosi, digital marketing, pengelolaan media sosial dan website, serta pembukaan toko online dan partisipasi dalam bazar, mahasiswa KKN membantu pelaku UMKM mengenal strategi pemasaran yang lebih modern. Kegiatan ini turut mendorong peningkatan keterampilan serta memperkenalkan produk tenun khas Bengkulu kepada masyarakat luas sebagai upaya pelestarian budaya lokal. Pelaksanaan program juga mendapat dukungan dari berbagai pihak, khususnya Rumah BUMN, yang menyediakan pelatihan dan fasilitasi akses pasar. Ke depannya, diharapkan UMKM Tenun Leny Bumpak dapat terus berkembang secara mandiri, mampu bersaing di pasar yang lebih luas, serta menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lokal lainnya dalam mengangkat potensi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Hanafi, Hanafi, Suryanti Suryanti, and Hendra Hendra, 'Kerajinan Rajut Sebagai Produk Cendramata Di Nagari Tuo Pariangan', *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4.1 (2020), 35–41
<<https://doi.org/10.36982/jam.v4i1.1043>>

Kusesvara, Nur Avivah, Sudarman, and Ratna Fitri Astuti, 'Peran Rumah Bumn Dalam Pengembangan Usaha Umkm Di Kota Samarinda', *Educational Studies: Conference Series*, 3.2 (2023), 283–92

DAFTAR LAMPIRAN

Logbook kegiatan

Daftar Presensi Mahasiswa

Lembar monitoring dan evaluasi

KKN MBKM Ke 1





Lembar monitoring dan evaluasi

KKN MBKM Ke 2





Artikel Pengabdian

[https://ojs.ubesco.com/index.php/jrsm/article/view/837/982,](https://ojs.ubesco.com/index.php/jrsm/article/view/837/982)