

## PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI WORKSHOP MERAJUT, KONTEN VIDEO DAN DIGITAL MARKETING TENUN LENY BUMPAK DI ERA MARKETPLACE

Pauta Sapa Ardesta<sup>1</sup>, Natasya Putri<sup>2</sup>, Arnila Saputri<sup>3</sup>, Okta Febriansyah<sup>4</sup>, Khozin Zaki<sup>5</sup>,  
Yetti Afrida Indra<sup>6</sup>, dkk  
[pautasafaardesta@gmail.com](mailto:pautasafaardesta@gmail.com)<sup>1</sup>, [natasyaputri1404@gmail.com](mailto:natasyaputri1404@gmail.com)<sup>2</sup>, [arnilasaputri9@gmail.com](mailto:arnilasaputri9@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[okta.febri03@gmail.com](mailto:okta.febri03@gmail.com)<sup>4</sup>, [khozinzaki@iainbengkulu.ac.id](mailto:khozinzaki@iainbengkulu.ac.id)<sup>5</sup>, [yetti.afrida@gmail.com](mailto:yetti.afrida@gmail.com)<sup>6</sup>, dkk  
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

### ABSTRAK

Tujuan program pengabdian adalah untuk meningkatkan potensi ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan pelaku UMKM, khususnya pengrajin Tenun Leny Bumpak, dengan memberikan pelatihan keterampilan merajut dan strategi pemasaran digital. Daya saing yang rendah dan jangkauan pasar UMKM tradisional yang kurang memanfaatkan platform marketplace dan media sosial mendorong kegiatan ini. Workshop merajut memberikan pelatihan teknik produksi yang inovatif dan efektif kepada peserta. Selanjutnya, pelatihan digital marketing berfokus pada strategi branding produk di platform seperti Shopee, TikTok, dan Instagram. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta lebih memahami teknik merajut kontemporer, lebih banyak konten video yang dibuat, lebih banyak followers dan interaksi di media sosial, dan beberapa berhasil menjual barang mereka secara online melalui marketplace. Program ini menunjukkan bahwa penggabungan pemasaran digital dengan keterampilan produksi dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendorong penguatan ekonomi komunitas berbasis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal.

**Kata Kunci:** Tenun Leny Bumpak, UMKM, Merajut, Digital Marketing, Marketplace, Konten Video.

### Abstract

*The objective of this community service program is to enhance the economic potential of the local community by empowering MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors, particularly Tenun Leny Bumpak artisans, through training in weaving skills and digital marketing strategies. The initiative was driven by the low competitiveness and limited market reach of traditional MSMEs, which often underutilize marketplace platforms and social media. The weaving workshop provided participants with innovative and effective production techniques. Furthermore, the digital marketing training focused on product branding strategies on platforms such as Shopee, TikTok, and Instagram. The results of the program showed that participants gained a better understanding of contemporary weaving techniques, produced more video content, experienced increased followers and engagement on social media, and some successfully sold their products online through marketplace platforms. This program demonstrates that integrating digital marketing with production skills can be an effective strategy to strengthen the economic capacity of local, community-based MSMEs.*

**Keywords:** Tenun Leny Bumpak, MSMEs, Weaving, Digital Marketing, Marketplace, Video Content.

### PENDAHULUAN

Pasar, juga dikenal sebagai pasar online, telah menjadi platform utama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk meningkatkan pendapatan mereka di era digital saat ini. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa jumlah orang Indonesia yang menggunakan internet akan terus meningkat, melampaui 170 juta pada tahun 2022. Dalam hal ini, UMKM yang ingin berkembang di era digital harus mampu

beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang terus-menerus. Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, usaha kecil dan menengah (UMKM) harus diberdayakan dan dikembangkan. Peraturan yang mengatur UMKM belum merespons perkembangan disrupsi ekonomi digital. UMKM harus mengadopsi penggunaan teknologi informasi sebagai alat untuk mengembangkan usahanya. Peningkatan daya saing usaha mikro sangat penting dalam membangun perekonomian nasional karena peran usaha kecil, menengah, dan mikro dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Ini dapat dicapai melalui penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan, dan efisiensi pertukaran informasi, serta untuk memperluas jaringan pemasaran.<sup>1</sup>

Dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, sarana promosi yang semakin berkembang, termasuk penggunaan media Internet. Media ini sangat luas dan tidak membutuhkan banyak biaya untuk mempromosikan produk. Digital marketing menggunakan Internet sebagai alat yang memungkinkan bisnis dan pelanggan berkomunikasi satu arah. Digital marketing pasti jauh lebih unggul daripada marketing konvensional yang terbatas pada waktu, lokasi, dan jangkauan pengguna. Media sosial adalah media pilihan yang disukai masyarakat. Hal ini didukung oleh keberadaan telepon seluler yang terhubung ke internet, yang memungkinkan setiap orang mengakses media sosial dengan cepat dan mudah di mana pun mereka berada. Banyak bisnis hanya dapat mempromosikan produknya secara langsung di toko, tetapi sekarang mereka dapat memanfaatkan teknologi untuk melakukannya. Periklanan di media sosial diharapkan dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan dan mempertahankan kesadaran merek, membuat pelanggan lebih mengetahui dan mengingat merek barang yang diproduksi perusahaan.<sup>2</sup>

Kerajinan tangan adalah salah satu industri yang dapat membantu perekonomian skala kecil rumahan. Kerajinan adalah jenis industri kreatif yang mencakup proses pembuatan, produksi, dan distribusi produk kerajinan yang dibuat dan dibuat oleh tenaga pengrajin mulai dari proses desain hingga proses hasil akhir. Ketika dianggap sebagai sektor informal, industri kerajinan tangan memainkan peran penting dalam pembuatan barang kreatif seperti aksesoris, dekorasi, dan berbagai jenis lainnya. Para seniman, baik secara mandiri maupun dalam kelompok, dapat menghasilkan produk yang unik dan memiliki nilai ekonomi tinggi, yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dan nasional. Metode pemasaran dapat digunakan melalui sistem online melalui penggunaan model e-commerce, yang telah terbukti berhasil meningkatkan penjualan barang kerajinan tangan. Sektor modernisasi pemasaran kerajinan tangan ini telah mempermudah layanan dan penjualan produk kerajinan bagi pengrajin UMKM. Kerajinan rajutan memiliki nilai jual ekonomis dan memiliki potensi untuk memberikan nilai ekonomis yang signifikan. Kerajinan rajutan tidak hanya dapat menjadi produk yang dapat dijual, tetapi juga dapat menjadi cara untuk meningkatkan keterampilan merajut seseorang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan soft skills mereka.<sup>3</sup>

Kendala utama UMKM Tenun Leny Bumpak adalah kurangnya pemasaran digital yang efektif. Produk mereka belum maksimal dipromosikan melalui platform online

<sup>1</sup> SELFI ANGGRIANI SAPUTRI et al., "Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia," *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan* 3, no. 1 (2023): 69–75, <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>.

<sup>2</sup> C. V. Chiranthan, M. Krishna Prasad, and R. Y. Shreyas, "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness," *Proceedings of the 2017 International Conference On Smart Technology for Smart Nation, SmartTechCon 2017* 3, no. 1 (2018): 1514–18, <https://doi.org/10.1109/SmartTechCon.2017.8358617>.

<sup>3</sup> Ralph Adolph, "Membuat Rajutan Dari Benang Wol Sebagai Produk UMKM Pondok Tahfidz," no. November (2016): 1–23.

seperti Instagram, Shopee, dan TikTok. Selain itu, UMKM ini juga belum memiliki website resmi sebagai media pemasaran dan informasi produk yang profesional. Untuk mengatasi hal tersebut, kami melaksanakan program Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Workshop Merajut, Konten Video dan Digital Marketing Tenun Leny Bumpak di Era Marketplace. Program ini fokus pada pembuatan konten video yang menarik untuk mendukung promosi produk Tenun Leny Bumpak di platform digital. Melalui konten video ini, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara online dan memperkuat citra produk di pasar digital. Dengan dukungan konten kreatif dan digital marketing, produk Tenun Leny Bumpak dapat dikenal lebih luas serta meningkatkan daya saing di era marketplace. Sebagai inovasi tambahan dalam pengembangan usaha, dalam program pengabdian KKN ini kami juga memperkenalkan produk rajut sebagai variasi baru yang dapat menambah nilai jual UMKM Tenun Leny Bumpak.

## **METODE PENELITIAN**

Metodologi pelaksanaan dari jurnal "Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Workshop Merajut dan Digital Marketing Tenun Leny Bumpak di Era Marketplace dan Konten Video" adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan: Melalui pendekatan partisipatif dan interaktif dalam workshop merajut dan digital marketing.
2. Metode Workshop: Memberikan pelatihan langsung kepada pengrajin tenun Leny Bumpak tentang merajut dan digital marketing.
3. Pendampingan: Memberikan pendampingan kepada pengrajin dalam membuat konten video dan menggunakan platform marketplace.
4. Tahapan Perencanaan: Menentukan tujuan, materi, dan lokasi workshop.
5. Tahapan Pelaksanaan: Melaksanakan workshop dan pendampingan.
6. Evaluasi: Mengevaluasi hasil workshop dan pendampingan.
7. Teknik Pelatihan langsung: Memberikan pelatihan langsung kepada pengrajin.
8. Diskusi: Melakukan diskusi dengan pengrajin untuk memahami kebutuhan dan permasalahan mereka.
9. Praktek: Memberikan kesempatan kepada pengrajin untuk mempraktekkan apa yang telah dipelajari.
10. Sasaran: Pengrajin tenun Leny Bumpak yang ingin meningkatkan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara online.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Inovasi Produk Gantungan Kunci Rajut**

Inovasi produk merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan daya saing, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks UMKM Tenun Leny Bumpak, inovasi produk dilakukan dengan menciptakan gantungan kunci berbahan dasar kain rajut, yaitu kain tenun tradisional khas daerah. Inovasi ini tidak hanya bertujuan untuk menambah variasi produk, tetapi juga untuk membuka segmen pasar baru dan meningkatkan nilai jual dari produk tenun.

Produk gantungan kunci dari kain rajut memiliki keunikan tersendiri karena memadukan unsur tradisional dengan nilai fungsional dan estetika yang sesuai dengan selera pasar modern. Dengan desain yang menarik, ukuran yang praktis, serta kemasan yang menawan, produk ini mampu menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan, termasuk wisatawan dan generasi muda.

Crochet atau merajut adalah teknik membuat kain atau barang kerajinan dengan menggunakan benang dan satu jarum khusus yang disebut hakpen. Tidak seperti knitting (merajut dua jarum), crochet hanya menggunakan satu hakpen untuk membentuk berbagai jenis tusukan yang menciptakan pola atau bentuk tertentu.

Crochet sering digunakan untuk membuat produk seperti pakaian, tas, topi, boneka amigurumi, hingga aksesoris kecil seperti gantungan kunci (ganci). Teknik ini cocok diterapkan oleh UMKM karena alat dan bahan yang terjangkau serta fleksibilitas desain yang tinggi.

#### **Alat dan Bahan yang Diperlukan:**

<b>Alat / Bahan</b>	<b>Fungsi</b>
Benang rajut	Bahan utama (jenis: katun, polyester, atau nilon, tergantung kebutuhan)
Hakpen	Jarum crochet (ukuran disesuaikan dengan jenis benang)
Gunting	Untuk memotong benang
Ring gantungan kunci	Ring logam yang menjadi pengait ke kunci
Lem tembak (opsional)	Untuk menempel hiasan
Dacron (opsional)	Isi boneka kecil jika bentuk gantungan kunci 3D (amigurumi)
Hiasan tambahan	Manik-manik, pita, label nama, kancing, dll

#### **Jenis Tusuk Dasar Crochet yang Umum Digunakan:**

1. Tusuk Rantai (Chain Stitch / ch)  
Dasar dari semua rajutan. Digunakan untuk memulai proyek.
2. Tusuk Tunggal (Single Crochet / sc)  
Tusukan dasar yang membentuk pola padat. Cocok untuk membuat bentuk padat atau boneka.
3. Tusuk Ganda (Double Crochet / dc)  
Membuat rajutan yang lebih longgar dan tinggi.
4. Magic Ring  
Teknik membuat lingkaran awal tanpa lubang di tengah, biasanya digunakan dalam bentuk bundar seperti amigurumi.

#### **Langkah-Langkah Pembuatan Gantungan Kunci dari Rajut**

1. Menentukan Desain
  - a. Tentukan model gantungan kunci: pipih (bunga, huruf, bentuk hati) atau 3D (boneka mini, karakter lokal).
  - b. Sesuaikan desain dengan kemampuan dan pasar sasaran.
2. Membuat Pola Dasar
  - a. Mulai dengan tusuk rantai atau *magic ring* tergantung bentuk.
  - b. Untuk bentuk pipih: buat rantai dasar sepanjang pola.
  - c. Untuk bentuk bundar/3D: gunakan *magic ring*, lalu rajut secara spiral menggunakan tusuk tunggal.
3. Membentuk Gantungan Kunci
  - a. Ikuti pola secara berurutan baris demi baris.
  - b. Tambahkan baris sesuai tinggi atau lebar yang diinginkan.
  - c. Untuk bentuk 3D, tambahkan **dacron** di bagian dalam sebelum menutup rajutan.
4. Merapikan dan Menyambung
  - a. Sembunyikan ujung benang menggunakan jarum tumpul (needle finishing).
  - b. Pastikan semua simpul rapi dan kuat agar tidak mudah lepas.
5. Memasang Ring Gantungan Kunci
  - a. Jahit ring logam ke bagian atas rajutan menggunakan benang kuat atau buat tali kecil dari benang rajut lalu sambungkan ke ring.

6. Menambahkan Aksesori (Opsional)
  - a. Tambahkan manik-manik, pita, label produk, atau hiasan lain untuk menambah estetika.
  - b. Dapat juga ditambahkan aroma terapi pada rajutan sebagai varian "aroma keychain".
7. Finishing dan Pengemasan
  - a. Potong benang yang berlebih.
  - b. Lakukan pengecekan kualitas (kekuatan rajutan dan kerapian).
  - c. Masukkan ke dalam kemasan menarik seperti mika, kotak kecil, atau pouch kain.

#### **Manfaat Inovasi Ganci Rajut untuk UMKM**

- a. Produk unik yang dapat dijadikan souvenir, oleh-oleh, atau merchandise lokal.
- b. Nilai seni tinggi karena dibuat manual (handmade).
- c. Mudah dimodifikasi sesuai tren pasar.
- d. Berpotensi dijual online (e-commerce) dan offline (pasar oleh-oleh, event, dll).



Gambar 1.

Tim pelaksana dari kelompok 1 Ekonomi Syariah KKN MBKM mengadakan pertemuan khusus di Workshop Inovasi Produk sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat. Pertemuan itu berkonsentrasi pada membuat gantungan kunci rajut yang terbuat dari benang lokal dan membuat sentuhan motif tenun Leny Bumpak. Dokumentasi kegiatan yang menunjukkan kehadiran para peserta, fasilitator, dan perwakilan instansi mitra menunjukkan bahwa kegiatan ini berlangsung dengan antusiasme tinggi. Tujuan dari seminar ini adalah:

1. Menghasilkan barang inovatif yang dapat digunakan sebagai souvenir atau merchandise lokal yang khas.
2. Memberikan instruksi dasar hingga menengah tentang teknik rajut dengan fokus pada bentuk kecil seperti huruf, bunga, dan tas kecil yang dapat dijadikan gantungan kunci.
3. Dalam desain produk, masukkan elemen tenun Leny Bumpak sebagai ciri khas lokal.

Lebih dari 20 unit gantungan kunci rajut dengan berbagai model dan warna dibuat oleh peserta yang didominasi oleh perempuan dari komunitas pengrajin lokal. Beberapa di antara mereka langsung memposting pekerjaan mereka di Instagram dan TikTok sebagai bagian dari pelatihan pemasaran digital yang juga diberikan dalam program tersebut.

Foto dokumentasi juga menunjukkan saat sertifikat partisipasi diberikan, yang merupakan bentuk penghargaan atas partisipasi aktif peserta dalam pengembangan keterampilan dan ekonomi kreatif lokal.



Gambar 2.



Gambar 3.



Gambar 4.



Gambar 5.

Sebagai bagian dari rangkaian program KKN MBKM Lingkar Kampus IV UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu Tahun 2025, Kelompok 01 Ekonomi Syariah menyelenggarakan Workshop Inovasi Produk Gantungan Kunci Rajut. Tujuan dari program ini adalah untuk memberikan keterampilan praktis kepada orang-orang di sekitar mereka, terutama ibu-ibu rumah tangga dan remaja, untuk membuat produk rajut inovatif yang bernilai jual tinggi.

Dokumentasi kegiatan menunjukkan suasana kolaboratif dan interaktif antara mahasiswa KKN dan peserta lokal. Para peserta diajarkan cara dasar merajut menggunakan benang sintesis berwarna. Mereka kemudian dirangkai menjadi berbagai bentuk lucu seperti boneka kecil, bunga, dan hati. Produk ini dirancang untuk menjadi gantungan kunci rajut unik yang menggabungkan pola dan warna unik Tenun Leny Bumpak.

Workshop ini menjadi titik awal bagi pengembangan produk kreatif lokal yang dapat dipasarkan melalui media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Shopee.

Dalam sesi pelatihan lanjutan, peserta juga dibekali teknik dasar pengambilan foto produk dan pembuatan produksi produk.

Aktivitas ini mencapai hal-hal berikut:

Dengan kegiatan ini, mahasiswa KKN tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan semangat wirausaha dan inovasi produk lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat berbasis UMKM. Lima desain prototipe gantungan kunci rajut telah dibuat dan peserta lebih termotivasi untuk membuat produk kreatif.



Gambar 6.



Gambar 7.

Foto di atas merupakan dokumentasi kegiatan bazar yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai bagian dari implementasi program “*Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Workshop Merajut, Konten Video dan Digital Marketing Tenun Leny Bumpak di Era Marketplace*”. Kegiatan ini merupakan tahap lanjutan setelah pelatihan merajut yang menghasilkan berbagai produk kreatif, salah satunya gantungan kunci rajut yang memiliki nilai estetika dan bernilai ekonomi.

Dalam foto terlihat para mahasiswa mengenakan seragam identitas kampus sedang memamerkan hasil karya mereka di stand bazar yang berlokasi di area terbuka. Stand tersebut menampilkan produk rajutan yang telah dikemas dengan menarik serta didampingi media promosi yang telah dibuat secara digital.

Kegiatan ini bertujuan untuk:

1. Mengenalkan produk kerajinan lokal berbasis inovasi mahasiswa kepada masyarakat umum.
2. Melatih mahasiswa untuk terjun langsung dalam pemasaran dan promosi produk UMKM secara nyata.
3. Menjalani interaksi langsung dengan calon konsumen untuk mendapatkan masukan terkait produk.

Bazar ini menjadi bukti nyata bahwa mahasiswa tidak hanya terlibat dalam proses produksi, tetapi juga aktif dalam promosi, penjualan, dan edukasi digital marketing. Kehadiran mereka di lapangan mencerminkan semangat kolaboratif antara dunia akademik dan pemberdayaan masyarakat.

## **2. Pembuatan Website untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Tenun Leny Bumpak**

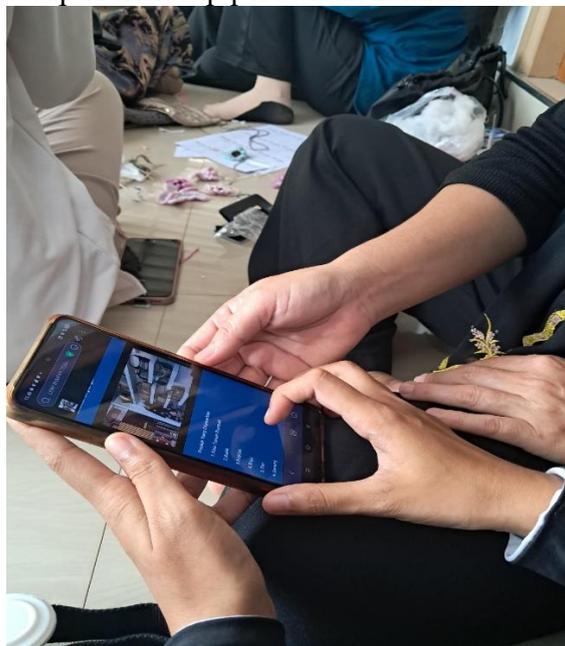
Website merupakan media digital yang sangat penting dalam mendukung eksistensi dan profesionalisme UMKM di era modern. Dalam konteks UMKM Tenun Leny Bumpak, website berperan sebagai sarana promosi, edukasi, dan komunikasi yang efektif untuk menjangkau konsumen lebih luas, baik dari dalam maupun luar daerah.

Melalui website, UMKM dapat menampilkan berbagai informasi penting seperti profil usaha, sejarah berdirinya Tenun Leny Bumpak, makna filosofis dari setiap motif tenun, katalog produk yang ditawarkan, testimoni pelanggan, serta informasi kontak dan

cara pemesanan. Tampilan visual dari produk tenun juga dapat diperlihatkan secara menarik melalui galeri foto atau video proses pembuatan, sehingga membangun kepercayaan dan ketertarikan dari calon pembeli. Website juga membantu UMKM terlihat lebih profesional dan kredibel di mata konsumen. Adanya domain resmi membuat UMKM memiliki identitas digital yang jelas, serta lebih mudah ditemukan melalui mesin pencari seperti Google. Ini tentu menjadi keunggulan tersendiri di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Selain sebagai media promosi, website juga dapat menjadi pusat edukasi tentang warisan budaya lokal, khususnya dalam memperkenalkan nilai-nilai yang terkandung dalam tenun khas daerah. Melalui konten yang dikemas secara informatif dan inspiratif, UMKM tidak hanya menjual produk, tetapi juga menyampaikan cerita di balik setiap karya tenun yang dihasilkan.

Dengan keberadaan website, UMKM Tenun Leny Bumpak dapat memperluas pasar, memperkuat merek (branding), serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Pengelolaan website yang baik akan mendorong terjadinya digitalisasi usaha yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan zaman.



Gambar 8. Pembuatan Website

Sebagai bagian dari strategi digital marketing UMKM, tim pengabdian masyarakat KKN MBKM Lingkar Kampus IV UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu melaksanakan bimbingan teknis pembuatan dan penggunaan website sebagai media promosi Tenun Leny Bumpak. Dalam dokumentasi kegiatan ini, terlihat interaksi langsung antara mahasiswa pendamping dan pelaku UMKM dalam menggunakan gawai untuk mengakses dan mengelola tampilan awal website.

Tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Memperkenalkan platform website sebagai etalase digital profesional bagi produk Tenun Leny Bumpak.
2. Mengajarkan pelaku UMKM bagaimana mengunggah produk, menulis deskripsi, dan membuat halaman kontak serta katalog digital.
3. Meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk lokal di era digital.
4. Menjadi media integrasi untuk akun marketplace (Shopee) dan media sosial (Instagram & TikTok).

Dalam sesi pelatihan, peserta dikenalkan pada struktur website sederhana berbasis template gratis seperti Google Sites dan WordPress, yang mudah dikelola secara mandiri. Mahasiswa KKN mendampingi secara langsung setiap pelaku UMKM untuk memahami tampilan mobile, navigasi pengguna, dan integrasi link menuju video konten atau etalase marketplace.

Dampak awal dari kegiatan ini yaitu:

1. Pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara daring.
2. Website berfungsi sebagai pusat informasi produk, sejarah Tenun Leny Bumpak, serta katalog visual.
3. Adanya peningkatan kunjungan ke tautan produk dari sosial media ke laman website.
4. Meningkatkan citra profesional dan kredibilitas UMKM Tenun Leny Bumpak di hadapan calon pembeli dan mitra.

Melalui kegiatan ini, penggunaan website menjadi salah satu pilar transformasi digital yang mendukung misi pengembangan ekonomi masyarakat berbasis teknologi dan kreativitas lokal.



Gambar 9. Hasil Pembuatan Website



Gambar 10. Hasil Pembuatan Website



Gambar 11. Hasil Pembuatan Website



Gambar 12. Hasil Pembuatan Website

### 3. Pembuatan Akun TikTok sebagai Media Promosi Kreatif

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang sangat digemari masyarakat, terutama generasi muda. Pembuatan akun TikTok untuk UMKM Tenun Leny Bumpak bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui konten video pendek yang menarik dan informatif. Melalui akun ini, UMKM dapat membagikan:

- a. Video proses pembuatan tenun secara singkat (behind the scenes).
- b. Cerita motif dan filosofi kain tenun.
- c. Transformasi kain menjadi produk jadi (fashion show mini).
- d. Testimoni pelanggan dan packaging order.
- e. Tren audio atau tantangan TikTok yang relevan dengan produk lokal.

Dengan strategi konten yang konsisten dan kreatif, TikTok bisa menjadi alat yang sangat efektif dalam membangun brand awareness dan menjangkau pembeli baru secara organik.



Gambar 13. Pembuatan Akun Tik Tok

Tim pengabdian masyarakat dari KKN MBKM Lingkar Kampus IV UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu mendampingi UMKM Tenun Leny Bumpak dalam pembuatan dan pengelolaan akun bisnisnya di TikTok. Ini dilakukan untuk mengoptimalkan promosi dan memperluas jangkauan pasar.

Foto dokumentasi ini menunjukkan proses pendampingan pelaku UMKM dalam mengatur profil akun TikTok @lenybumpaktenunbengkulu. Akun ini disiapkan sebagai media kreatif dalam mempublikasikan konten berupa:

1. Proses pembuatan tenun dan rajutan.
2. Tutorial merajut gantungan kunci.
3. Testimoni pelanggan.
4. Behind-the-scenes kegiatan produksi.
5. Video pendek edukatif tentang keunikan Tenun Leny Bumpak.

Tujuan pembuatan akun TikTok ini adalah:

1. Meningkatkan visibilitas produk melalui algoritma video pendek yang mudah viral.
2. Menjangkau audiens yang lebih muda dan aktif secara digital.
3. Menyajikan promosi secara visual, interaktif, dan edukatif.
4. Memungkinkan interaksi langsung dengan calon pelanggan melalui komentar dan live.

Kegiatan ini menjadi langkah strategis untuk mengangkat produk lokal ke tingkat nasional dan bahkan global, memanfaatkan trend digital dan kekuatan storytelling visual.

Dalam sesi pelatihan, pelaku UMKM juga dilatih membuat konten dengan ponsel sederhana, menambahkan teks, musik, serta menggunakan fitur TikTok Shop untuk mengintegrasikan jualan langsung dalam aplikasi.

Dampak awal dari strategi ini adalah:

1. Meningkatnya jumlah tayangan dan pengikut akun.
2. Munculnya minat konsumen dari luar kota.
3. Produk tenun dan rajutan semakin dikenal melalui media digital secara lebih luas dan cepat.

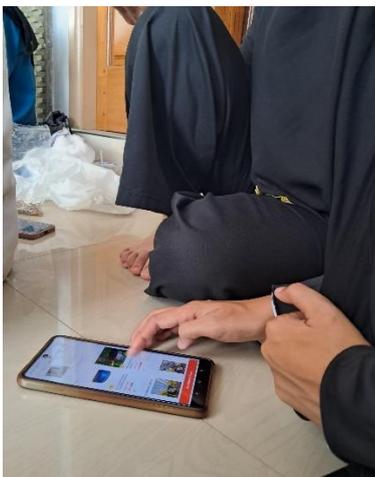
Dengan demikian, TikTok menjadi media promosi yang efisien dan murah, sangat sesuai dengan karakteristik UMKM lokal yang membutuhkan akses luas dengan anggaran terbatas.

#### **4. Pembuatan Toko di Shopee sebagai Sarana Penjualan Online**

Shopee merupakan salah satu marketplace terbesar di Indonesia. Pembuatan akun toko Shopee untuk Tenun Leny Bumpak membuka peluang untuk menjual produk secara luas tanpa batasan wilayah. Manfaat yang diperoleh meliputi:

- a. Mempermudah transaksi dengan sistem pembayaran yang sudah terintegrasi.
- b. Menyediakan layanan pengiriman langsung dari aplikasi.
- c. Menjangkau pelanggan dari berbagai daerah di Indonesia.
- d. Mendapatkan akses ke fitur promosi Shopee seperti gratis ongkir, voucher toko, dan flash sale.

Toko Shopee ini dapat diisi dengan foto produk tenun, deskripsi produk yang lengkap (ukuran, bahan, kegunaan, motif), serta ulasan dari pembeli untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.



Gambar 14. Pembuatan Akun Shoope dan Pengunggahan produk ke platform e-commerce Shopee.

Foto ini mendokumentasikan salah satu momen penting dalam proses pendampingan digitalisasi UMKM Tenun Leny Bumpak, yaitu pembuatan dan pengunggahan produk ke platform e-commerce Shopee. Dalam foto terlihat pelaku UMKM sedang menggunakan aplikasi Shopee di ponselnya untuk mengakses tampilan toko online dan produk-produk yang telah diunggah.

Tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Membantu UMKM bertransformasi dari penjualan konvensional ke penjualan online.
2. Memberikan akses pasar yang lebih luas di seluruh Indonesia.
3. Meningkatkan profesionalisme dan daya saing produk di tengah persaingan digital.
4. Mempermudah konsumen untuk melihat, memesan, dan membeli produk tenun atau rajutan secara langsung dari aplikasi.

Dalam sesi ini, tim mahasiswa KKN membimbing secara teknis mengenai:

1. Cara membuat akun penjual di Shopee.
2. Pengaturan profil toko dan kategori produk.
3. Teknik foto produk yang menarik dan informatif.
4. Penulisan deskripsi produk yang sesuai SEO.
5. Penetapan harga dan layanan pengiriman.
6. Strategi penggunaan fitur promo dan diskon dari Shopee.

Hasil awal dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM semakin percaya diri dalam memanfaatkan teknologi untuk menjual produknya. Produk Tenun Leny Bumpak kini sudah bisa ditemukan oleh konsumen melalui pencarian di Shopee, sehingga membuka peluang peningkatan omzet yang lebih besar dan kemandirian ekonomi digital.

### 5. Menghidupkan Akun Instagram sebagai Etalase Digital

Instagram berfungsi sebagai etalase visual dan pusat branding dari UMKM. Untuk membuat akun Instagram Tenun Leny Bumpak menjadi lebih aktif dan menarik, dilakukan beberapa strategi berikut:

#### Penambahan Konten Rutin:

Membuat kalender konten mingguan yang mencakup:

1. Foto produk (flat lay, close-up motif, full display).
2. Edukasi tenun (jenis benang, makna motif).
3. Testimoni pelanggan.
4. Video proses produksi.
5. Cerita inspiratif di balik UMKM.

#### Penggunaan Fitur Instagram Lainnya:

1. Stories: Menampilkan aktivitas harian UMKM, Q&A, polling.
2. Highlight: Menyimpan kategori penting seperti katalog, testimoni, promo.
3. Reels: Mengunggah video pendek serupa TikTok dengan gaya sinematik atau edukatif.
4. Live: Menjalankan sesi live untuk promosi, tanya jawab, atau demo produk.

#### Hashtag dan Tagging:

Menggunakan hashtag populer seperti #tenunindonesia #UMKMlokal #kainnusantara serta menandai akun pendukung UMKM, komunitas fesyen lokal, atau instansi pendukung



Gambar 15. Pembuatan Vidio Reels



Gambar 16. Pembuatan Vidio Reels

Foto ini memperlihatkan momen kebersamaan antara tim mahasiswa, pelaku UMKM Tenun Leny Bumpak, dan beberapa pendamping atau anggota keluarga, berpose di depan gedung putih yang megah. Dokumentasi ini bukan hanya simbol kolaborasi dan

kerja tim, tetapi juga menjadi bagian penting dari konten visual yang nantinya diunggah di akun Instagram @tenunlenybumpak.

Tujuan dari pengaktifan akun Instagram ini adalah:

1. Menjadikan Instagram sebagai etalase digital produk tenun dan rajutan.
2. Memperkuat branding visual dari UMKM agar lebih menarik dan profesional.
3. Mengunggah dokumentasi kegiatan, proses produksi, testimoni pelanggan, serta update produk terbaru.
4. Meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan dan mitra usaha melalui fitur story, reels, dan feed.
5. Membuka peluang kerja sama promosi dengan influencer lokal atau komunitas pengrajin.

Dalam kegiatan ini, akun Instagram Leny Bumpak diaktifkan kembali dan diisi dengan:

1. Foto-foto produk dengan tampilan estetik dan berkualitas.
2. Konten dokumentasi kegiatan seperti foto ini untuk memperlihatkan keterlibatan masyarakat dan mahasiswa.
3. Video singkat (Reels) tentang proses pembuatan produk rajut atau tenun.
4. Informasi kontak dan tautan ke Shopee dan TikTok sebagai omnichannel penjualan.

Melalui strategi ini, diharapkan brand awareness Leny Bumpak akan meningkat dan produk lokal ini bisa bersaing di tengah derasnya arus digitalisasi.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari jurnal "Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Workshop Merajut, Konten Video dan Digital Marketing Tenun Leny Bumpak di Era Marketplace" adalah Meningkatkan Potensi Ekonomi melalui workshop merajut dan digital marketing serta pemberdayaan pelaku UMKM, khususnya pengrajin Tenun Leny Bumpak, Meningkatkan Keterampilan agar peserta workshop lebih memahami teknik merajut dan strategi pemasaran digital, Meningkatkan Jangkauan Pasar dengan meningkatkannya jumlah followers dan interaksi di media sosial, serta menjual barang secara online/marketplace. Singkatnya, workshop merajut dan digital marketing efektif meningkatkan potensi ekonomi dan keterampilan pengrajin Tenun Leny Bumpak, serta meningkatkan jangkauan pasar produk mereka melalui platform online. Ini menunjukkan bahwa penggabungan pemasaran digital dengan keterampilan produksi dapat menjadi strategi efektif untuk pengembangan ekonomi masyarakat berbasis UMKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adolph, Ralph. "Membuat Rajutan Dari Benang Wol Sebagai Produk UMKM Pondok Tahfidz," no. November (2016): 1–23.
- Chiranthan, C. V., M. Krishna Prasad, and R. Y. Shreyas. "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness." *Proceedings of the 2017 International Conference On Smart Technology for Smart Nation, SmartTechCon 2017* 3, no. 1 (2018): 1514–18. <https://doi.org/10.1109/SmartTechCon.2017.8358617>.
- SAPUTRI, SELFI ANGGRIANI, IRDA BERLIANA, IRDA BERLIANA, and M.FARRAS NASRIDA. "Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia." *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan* 3, no. 1 (2023): 69–75. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>.