



Pengembangan ekonomi UMKM lokal melalui digitalisasi dengan aplikasi e-tenun

Rosmasari*, Aulia Khoirunnita, Suwardi Gunawan, Ardita Rahmawati, Arya Nanda, Miftakhul Jannah, Muhammad Farras Arhab Ince

Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

*email Koresponden Penulis: rosmasari@unmul.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2025-11-08

Diterima: 2025-12-03

Diterbitkan: 2025-12-18



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2025 Penulis

ABSTRAK

Digitalisasi menjadi elemen strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM pada sektor ekonomi kreatif, hal ini mengubah cara dan strategi persaingan menjadi lebih kompetitif dan tentunya mempengaruhi perilaku dan kebiasaan produsen dan juga konsumen. Sehingga secara tidak langsung membuat pelaku UMKM harus turut serta mengikuti perkembangan tersebut agar tidak tertinggal dan tetap terjaga eksistensinya. Salah satu pelaku UMKM yang telah berdiri sejak lama yaitu sentra Tenun Samarinda telah merasakan dampak tersebut. Keteringgalan yang dialami disebabkan karena permasalahan kurangnya pengetahuan pada literasi digital dan pemanfaatan promosi berbasis daring. Program pengabdian ini diarahkan untuk menjawab permasalahan tersebut dengan memperkuat kapasitas pemasaran digital Kelompok Tenun Sejahtera melalui pemanfaatan Aplikasi E-Tenun, yaitu katalog daring berbasis web yang dapat menyajikan informasi produk, uraian, konteks budaya dan lain sebagainya sehingga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk tanpa dibatasi oleh jarak geografis. Kegiatan dilaksanakan dalam kurun waktu lima bulan melalui lima tahap—perencanaan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pada tahap akhir evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada perluasan pemasaran produk serta meningkatnya pengetahuan literasi digital mitra yang diukur menggunakan instrumen tertentu dalam penelitian. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa digitalisasi berbasis kearifan lokal efektif dalam memperkuat kemandirian UMKM dan berpotensi direplikasi pada komunitas budaya lainnya.

Kata Kunci: UMKM kreatif; transformasi digital; tenun Samarinda; e-tenun

Cara mensitasi artikel:

Rosmasari, Khoirunnita, A., Gunawan, S., Rahmawati, A., Nanda, A., Jannah, M., & Ince, M. F. A. (2026). Pengembangan ekonomi UMKM lokal melalui digitalisasi dengan aplikasi e-tenun. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 7(1), 213–223. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v7i1.24519>

PENDAHULUAN

UMKM berbasis budaya merupakan salah satu pilar penting dalam penguatan ekonomi kreatif di Indonesia, terutama pada sektor kerajinan tradisional yang memiliki nilai sejarah, identitas lokal, dan potensi ekonomi yang besar (Kamilah et al., 2025). Bukan hanya itu UMKM berbasis budaya juga ikut berperan dalam menjaga eksistensi budaya di tengah kuatnya arus globalisasi yang memberi pengaruh ke pada preferensi masyarakat dalam memilih produk

yang akan digunakan (Sari et al., 2022). Berdasarkan laporan UNCTAD pada tahun 2022 menyatakan bahwa UMKM berbasis budaya lokal terbukti menjadi salah satu industri kreatif yang memberi lapangan pekerjaan kepada lebih dari 30 juta orang dan menyumbang lebih dari 2,3 Triliun Dollar secara global (Nengsih et al., 2025). Sehingga keberadaan UMKM berbasis budaya dan kearifan lokal tidak bisa dianggap remeh dan menjadi salah satu elemen penting yang perlu untuk dijaga eksistensinya.

Di sisi lain, globalisasi telah memberi peluang pengembangan digitalisasi UMKM menjadi semakin terbuka melalui ketersediaan teknologi tepat guna yang mudah diadaptasi (Anini et al., 2024). Digitalisasi dinilai dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jangkauan promosi, dan mempercepat proses interaksi antara produsen dan konsumen (Nurhayati & Izzati, 2023), (Syaifudin et al., 2025). Berbagai studi mengenai pemberdayaan UMKM telah banyak dilakukan oleh para peneliti salah satunya adalah penelitian (Majid et al., 2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital tidak hanya berdampak pada peningkatan visibilitas produk, tetapi juga dapat memperkuat kemandirian pelaku usaha dalam mengelola pemasaran secara berkelanjutan.

Kelurahan Kampung Tenun di Kota Samarinda adalah salah satu pelaku UMKM berbasis budaya lokal pada sentra penghasil kain tenun khas Kalimantan Timur yang telah berkembang secara turun-temurun. Produk ini telah menjadi salah satu icon dan identitas serta elemen penting dalam warisan budaya daerah. Meskipun memiliki kualitas produk yang kompetitif, sebagian besar pelaku usaha di wilayah ini masih menjalankan pemasaran secara konvensional, seperti menitipkan barang di toko oleh-oleh atau menjual langsung kepada pelanggan tetap. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar terbatas serta melambat dan membuat daya saing produk belum optimal di era digital yang semakin kompetitif.

Maka berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi terintegrasi melalui pengembangan Aplikasi *E-Tenun* sebagai katalog digital berbasis web yang mampu menjawab beberapa permasalahan dari mitra. Aplikasi yang dikembangkan akan memuat katalog produk, profil pengrajin, serta narasi budaya yang memperkuat nilai jual produk, tidak hanya itu setelah aplikasi siap digunakan maka akan dilakukan pelatihan yang mencakup teknik fotografi produk, dan pembuatan katalog produk. Pendekatan partisipatif digunakan agar mitra terlibat langsung dalam setiap tahapan, mulai dari penyusunan konten hingga pengoperasian aplikasi.

Dengan intervensi teknologi dan peningkatan kapasitas tersebut, program ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperkuat kemandirian usaha tenun berbasis budaya lokal. Selain itu, program ini berpotensi menjadi model transformasi digital UMKM kreatif yang dapat direplikasi pada komunitas serupa di wilayah lain.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan pendekatan pemberdayaan berbasis kemitraan partisipatif. Konsep ini menekankan

kolaborasi antara tim dosen, mahasiswa, dan mitra sasaran yaitu kelompok Tenun Sejahtera di Kelurahan Kampung Tenun, Kota Samarinda. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik mitra yang produktif secara ekonomi, serta membutuhkan pendampingan intensif untuk adopsi teknologi digital. Program yang dilaksanakan berlangsung selama lima bulan yang terdiri dari lima tahap yang dimulai dari tahap analisis permasalahan mitra hingga evaluasi dan publikasi hasil. Secara rinci *timeline* kegiatan yang dilaksanakan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Timeline rencana pelaksanaan PKM

No.	Kegiatan	Bulan				
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Perencanaan, Analisis dan Focus Group Discussion (FGD)	√				
2	Sosialisasi dan Koordinasi		√			
3	Pelatihan dan Implementasi Teknologi			√		
4	Pendampingan Terapan				√	
5	Evaluasi					√

Berdasarkan *timeline* yang telah dirancang pada Tabel 1 maka uraian setiap tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

Tahap Pertama adalah perencanaan dan analisis kebutuhan, yang diawali dengan observasi lapangan, wawancara mendalam, serta *focus group discussion* (FGD) bersama seluruh pengurus kelompok untuk memetakan kondisi terkini, hambatan digitalisasi, dan kebutuhan spesifik mitra. Pada tahap ini juga akan dirancang instrumen berupa kuesioner berdasarkan permasalahan yang berhasil diidentifikasi dari mitra yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan sebelum pelatihan, setelah pelatihan dan juga setelah keseluruhan kegiatan selesai dilaksanakan.

Tahap ke dua adalah sosialisasi dan koordinasi, yang bertujuan membangun komitmen mitra serta memperkenalkan manfaat program. Kegiatan akan dilakukan bersama perangkat kelurahan dan tokoh masyarakat serta pihak terkait untuk memastikan adanya dukungan lingkungan sosial. Pada tahap ini akan disampaikan pula konsep penggunaan aplikasi *E-Tenun* dan kegiatan tambahan lainnya agar dapat menemukan kesepakatan jadwal pelatihan dan pendampingan.

Tahap ke tiga pelatihan dan implementasi teknologi, dilaksanakan dalam dua sesi utama. Sesi pertama berfokus pada pelatihan pemasaran digital melalui aplikasi *E-Tenun*, mencakup pembuatan akun, unggah produk, penyusunan katalog daring. Sesi ke dua adalah teknik fotografi sederhana menggunakan ponsel cerdas untuk memperindah tampilan produk pada katalog. Hal lain yang tidak kalah penting adalah penulisan narasi budaya (*storytelling*) yang bisa memiliki dampak terhadap penjualan produk (Tripalupi et al., 2025), (Madre et al., 2021) serta penyusunan konten promosi untuk media sosial.

Tahap ke empat merupakan pendampingan terapan, di mana tim akan melakukan kunjungan rutin dan berkomunikasi secara daring untuk membantu mitra menerapkan hasil pelatihan secara mandiri. Metode ini dipilih karena terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap kemajuan UMKM (Kamil et al., 2022). Pendampingan yang dilaksanakan meliputi bantuan teknis penggunaan aplikasi, perbaikan deskripsi produk, serta evaluasi kualitas foto dan narasi yang

diunggah. Pendekatan *coaching and mentoring* digunakan agar proses belajar berlangsung adaptif dan berkelanjutan.

Tahap akhir yaitu tahap lima berupa evaluasi keberhasilan dan keberlanjutan program. Hal ini akan dilakukan melalui analisis hasil *pretest* dan *posttest*, observasi praktik mitra, serta wawancara kualitatif mengenai kepuasan dan tantangan penggunaan aplikasi. Hasil dari tahap *pretest* akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dengan merata ratakan jawaban dari 4 item pertanyaan *pretest*.

Setelah itu akan dilakukan uji normalitas menggunakan metode Wilcoxon. Metode Wilcoxon digunakan untuk membandingkan nilai tengah variabel yang berasal dari dua data sampel berpasangan (Astuti et al., 2021; Zulkipli et al., 2024). Tahap akhir dari proses analisis adalah dengan membandingkan hasil *posttest* dengan *pretest* sebelumnya beserta dengan menganalisis keseluruhan jawaban responden dari 21 item pertanyaan yang telah dirancang.

Keberhasilan program diukur melalui peningkatan skor pemahaman minimal 75, jumlah produk yang berhasil diunggah, serta bukti jangkauan pemasaran lintas wilayah. Evaluasi juga mencakup aspek teknis aplikasi seperti kemudahan antarmuka dan stabilitas sistem. Untuk menjaga keberlanjutan, ditunjuk satu kader digital dari anggota kelompok yang akan menjadi pengelola aplikasi, disertai penyusunan panduan penggunaan dan kerja sama lanjutan dengan Dinas Koperasi UMKM Samarinda.

Secara metodologis, seluruh tahapan menggabungkan prinsip partisipatif, edukatif, dan aplikatif, di mana mitra tidak hanya menjadi objek kegiatan, tetapi aktor utama dalam proses belajar dan adopsi teknologi. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan perubahan yang nyata, terukur, dan berkelanjutan dalam kapasitas digital serta manajemen usaha dan dapat menjawab permasalahan dari Kelompok Tenun Sejahtera.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program *E-Tenun* berlangsung selama lima bulan dengan lima tahapan pelaksanaan yang mana melibatkan tiga orang dosen dan empat orang mahasiswa dari Universitas Mulawarman Kota Samarinda, serta empat belas orang anggota aktif Kelompok Tenun Sejahtera sebagai mitra utama. Seluruh kegiatan difokuskan pada peningkatan literasi digital, penguatan nilai tambah produk, dan penerapan aplikasi web *E-Tenun* sebagai media promosi daring dengan hasil setiap tahapan adalah sebagai berikut:

Hasil analisis pada tahap pertama setelah dilakukan *focus group discussion* (FGD) menunjukkan hasil bahwa permasalahan utama dari mitra adalah terkait literasi pemasaran, karena sebenarnya produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan dapat bersaing di pasar lokal maupun nasional namun karena rendahnya literasi pemasaran digital dan juga pemanfaatan gawai sebagai media pemasaran yang efektif maka pergerakan produk yang ada menjadi melambat. Masalah minor lainnya yang ditemukan di lapangan adalah tidak semua mitra memahami teknik memotret produk yang akan dipasarkan. Sehingga berdasarkan temuan tersebut, tim berhasil merancang solusi berupa pengembangan aplikasi

web *E-Tenun* serta pelatihan penggunaan aplikasi *E-Tenun* dan diikuti dengan pelatihan pemotretan produk menggunakan kamera ponsel cerdas agar hasil kerajinan tenun yang akan dijual lebih menarik sehingga memiliki daya jual yang baik. Selain itu dari hasil temuan pada tahap satu, tim PKM juga berhasil merumuskan instrumen agar dapat mengukur dan mengevaluasi keberhasilan dan keberlanjutan dari program PKM yang dilaksanakan. Terdapat 21 item pertanyaan yang dihasilkan dari tahap ini sehingga mewakili enam aspek permasalahan yang akan diukur, rangkaian kuesioner kemudian dibuat dalam bentuk *Google Form* agar mudah diisi oleh para mitra dan juga agar mudah diolah menggunakan Microsoft Excel dan bahasa pemrograman python. Keseluruhan item kuesioner yang dirancang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen evaluasi kegiatan

No.	Aspek	Item Pertanyaan	Skala
1	Evaluasi Pemahaman dan Kemampuan Praktis	- Saya merasa mampu menggunakan aplikasi E-Tenun secara mandiri - Saya mampu mengunggah produk ke aplikasi tanpa bantuan - Saya bisa memotret produk tenun dengan teknik yang lebih baik dibanding sebelumnya - Saya dapat membuat narasi/storytelling produk dengan lebih menarik	1 - 5 1 - 5 1 - 5 1 - 5
2	Evaluasi Kebermanfaatan Aplikasi	- Aplikasi E-Tenun membantu meningkatkan visibilitas produk tenun yang saya buat - Aplikasi E-Tenun mempermudah saya dalam memasarkan produk ke calon pembeli - Saya merasa aplikasi ini relevan dengan kebutuhan UMKM kami	1 - 5 1 - 5 1 - 5
3	Evaluasi Dampak dan Potensi Jangkauan Pemasaran	- Setelah menggunakan aplikasi, saya merasa jangkauan pemasaran produk saya meningkat - Aplikasi E-Tenun membuka peluang pemasaran ke luar daerah - Saya merasa aplikasi dapat meningkatkan potensi pendapatan UMKM	1 - 5 1 - 5 1 - 5
4	Evaluasi Pengalaman Pengguna (<i>User Experience</i>)	- Antarmuka aplikasi mudah dipahami dan digunakan - Proses unggah foto dan detail produk berjalan lancar - Aplikasi stabil dan jarang terjadi kesalahan saat digunakan	1 - 5 1 - 5 1 - 5
5	Evaluasi Dukungan, Kepuasan, dan Kesiapan Berkelanjutan	- Pelatihan yang diberikan cukup untuk membuat saya memahami aplikasi - Saya puas dengan pendampingan selama kegiatan berlangsung - Saya merasa siap menggunakan aplikasi E-Tenun secara konsisten setelah kegiatan selesai - Keberadaan kader digital akan membantu kami mempertahankan penggunaan aplikasi - Saya merasa kelompok kami mampu melanjutkan penggunaan aplikasi tanpa pendampingan lanjutan	1 - 5 1 - 5 1 - 5 1 - 5 1 - 5
6	Evaluasi Rencana Jangka Panjang	- Saya berniat untuk terus memperbarui katalog produk secara rutin - Saya akan merekomendasikan aplikasi ini kepada UMKM lain - Saya menilai aplikasi ini memiliki potensi untuk digunakan dalam jangka panjang.	1 - 5 1 - 5 1 - 5

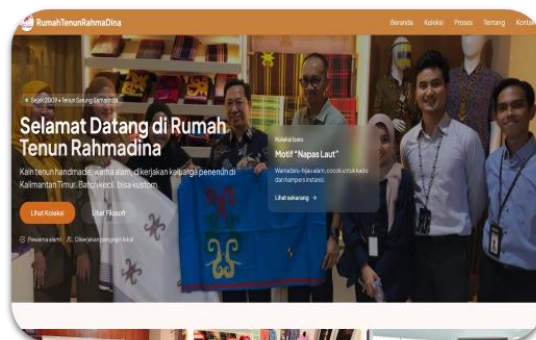
Berdasarkan item pertanyaan yang berhasil dirancang pada Tabel 2 maka aspek pertama yaitu Evaluasi Pemahaman dan Kemampuan Praktis digunakan sebagai item pertanyaan *pretest* hal ini dilakukan agar dapat mengukur kondisi awal mitra sebelum kegiatan pada tahap 3 dilaksanakan. Selanjutnya keseluruhan

aspek item pertanyaan akan diberikan sebagai pertanyaan *posttest* setelah tahap pendampingan selesai dilaksanakan agar dapat diukur dan dievaluasi dampak dari keseluruhan kegiatan yang telah dilaksanakan ke pada mitra. Setiap item pertanyaan menggunakan jawaban skala likert dari 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (ragu-ragu), 4 (setuju) dan 5 (sangat setuju). Hasil dokumentasi dari tahap pertama ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Dokumentasi hasil kegiatan tahap pertama

Hasil kegiatan pada tahap ke dua merupakan kegiatan sosialisasi dengan beberapa pihak dari kelurahan dan pihak terkait dari domisili mitra. Sehingga menghasilkan komitmen serta kesepakatan jadwal pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang ditetapkan pada bulan Maret tahun 2025. Pada tahap ini juga ditampilkan hasil perancangan aplikasi yang telah dibuat sehingga dapat disimulasikan ke pada pihak mitra. Tampilan aplikasi dirancang menggunakan *user interface* yang semudah mungkin agar meminimalisir kebingungan dari pengguna saat mengakses dan menggunakan aplikasi *E-Tenun*, sebab kemudahan penggunaan sistem menjadi salah satu nilai tambah yang membuat pengguna dan pengunjung merasa puas betah ketika menggunakan sebuah aplikasi (Rosmasari, 2024). Tampilan sistem yang berhasil dibangun ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan antarmuka aplikasi E-Tenun berbasis web

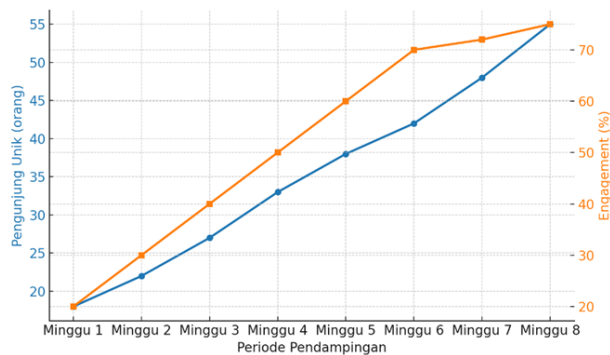
Setelah beberapa tahap sebelumnya dilaksanakan maka pada tahap ke tiga tim PKM siap melakukan pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi *E-Tenun*

yang telah rampung pada tahap sebelumnya. Namun sebelum kegiatan dilaksanakan maka terlebih dahulu pihak mitra diberikan pertanyaan berupa kuisioner *pretest* yang telah dirancang pada tahap pertama. Sehingga hasil akhir dari tahap tiga adalah dokumentasi kegiatan pelatihan dan pendampingan serta jawaban *pretest* yang akan digunakan pada tahap evaluasi. Dokumentasi kegiatan tahap tiga ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi hasil pelaksanaan pelatihan

Hasil kegiatan tahap empat berupa pendampingan terapan dan kunjungan yang dilaksanakan secara terjadwal. Pendampingan yang diberikan telah berhasil memberikan output positif. Hal berupa peningkatan jangkauan prodak yang semakin meluas, Berdasarkan hasil monitoring menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek keberdayaan mitra. Anggota kelompok yang semula bergantung pada penjualan langsung kini mulai menerima pesanan dari luar daerah, termasuk Balikpapan, Tenggarong, dan Bontang. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui panel admin aplikasi, terdapat rata-rata 40 pengunjung unik per minggu dan peningkatan *engagement* media sosial sebesar 70% setelah peluncuran konten baru. Hal tersebut menunjukkan adanya perluasan dan peningkatan skala pemasaran yang nyata dari luar Kota Samarinda. Visualisasi peningkatan yang berhasil dilakukan ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Grafik peningkatan aktivitas digital dan jangkauan pasar produk tenun

Hasil akhir di tahap ke lima adalah evaluasi hasil kegiatan. Setelah dilakukan pengujian menggunakan metode Wilcoxon pada jawaban responden pada tahap *pretest* dan juga *posttest* maka dapat diuraikan hasil analisis *pretest* dan juga *posttest* yang disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4 berikut:

Tabel 3. Rata-rata hasil pretest responden

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Mean
1	1	2	1	1	1,25
2	2	1	2	1	1,5
...	...	...	...	...	...
14	1	1	1	2	1,25

Tabel 3 menunjukkan rata-rata jawaban dari responden. Selanjutnya dilakukan analisis normalitas menggunakan metode Wilcoxon dengan hasil p-value sebesar 0,0001 ($p < 0,05$). Selanjutnya dilakukan analisis perbandingan rata-rata antara hasil *pretest* dengan *posttest* yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Perbandingan hasil pretest dan posttest

Responden	Mean Pretest	Mean Posttest	Peningkatan
1	1,25	4,75	3,5
2	1,5	4,5	3,0
...	...	...	...
14	1,25	4,75	3,5

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4 dapat diamati secara sekilas bahwa nilai rata-rata jawaban responden pada tahap *pretest* yaitu item pertanyaan 1 sampai 4 menunjukkan nilai yang cukup rendah dengan rata-rata setiap responden memiliki skor sebesar 1,25 sampai dengan 1,50. Hal ini menyimpulkan bahwa rata-rata mitra belum memiliki pengetahuan yang jelas terhadap manfaat dan penggunaan dari aplikasi *E-Tenun*.

Langkah selanjutnya adalah dilakukan analisis normalitas wilcoxon dengan membandingkan skor rata-rata dari *pretest* dan *posttest* maka didapatkan skor statistik non parametrik sebesar 0,0 dan p-value sebesar 0,0001. Mengingat nilai $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara jawaban responden pada tahap *pretest* (sebelum pelatihan) dan *posttest* (setelah pendampingan). Rata-rata skor kompetensi meningkat dari 1,41 menjadi 4,67 sehingga dapat dinyatakan bahwa dari segi aspek Pemahaman dan Kemampuan Praktis mitra mengalami improvement setelah dilakukan pendampingan.

Langkah terakhir adalah menjumlahkan keseluruhan jawaban responden dari pertanyaan 1 sampai dengan 21 dengan hasil disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Skor jawaban posttest

Responden	Q1	Q2	Q3	...	Q21	Total	Kategori
1	5	5	4	...	5	97	Sangat Berkelanjutan
2	4	5	5	...	5	97	Sangat Berkelanjutan
...	...	...	...	...	...	...	...
14	5	5	5	...	5	95	Sangat Berkelanjutan

Secara keseluruhan hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dari enam aspek yang menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan. Hasil pengukuran yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat *improvement* yang signifikan dari pelaksanaan pendampingan, implementasi sistem yang diusulkan serta keberlanjutan program pengabdian yang telah dilaksanakan. Skor yang didapatkan berdasarkan hasil pengukuran kuesioner menunjukkan peningkatan yang jauh melampaui target rata-rata minimal yaitu 75 yang mana rata-rata skor akhir dari mitra mencapai angka 96,14.

SIMPULAN

Program pengabdian *E-Tenun* berhasil mencapai tujuan utamanya, yakni meningkatkan literasi pemasaran digital, memperkuat identitas produk, dan menyediakan kanal promosi daring yang mudah dioperasikan oleh Kelompok Tenun Sejahtera. Melalui tahapan terencana sampai analisis kebutuhan, sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi, dan pendampingan ke pada mitra menunjukkan kenaikan kompetensi yang terukur. Skor pengetahuan dan keterampilan *posttest* melampaui ambang skor 75, aplikasi katalog berbasis web berfungsi dengan baik dan digunakan secara mandiri, sedikitnya 20 produk terunggah aktif, Dampak langsung pada kinerja pemasaran tercermin dari munculnya permintaan pemesanan baru dan perluasan jangkauan audiens lintas wilayah, diikuti peningkatan keterlibatan pada kanal digital mitra.

Secara substantif, hasil ini menegaskan efektivitas pendekatan *socio-technical* penggabungan alat (aplikasi web yang *mobile-responsive*), terjadinya peningkatan kapasitas mitra melalui pelatihan berbasis praktik, dan penguatan identitas budaya pada prodak (*storytelling* motif) dalam mengakselerasi adopsi teknologi oleh UMKM kriya.

Dengan capaian tersebut, *E-Tenun* layak dipandang sebagai model replikasi untuk komunitas kriya berbasis budaya yang kuat dengan prasyarat adaptasi konteks, dukungan pendampingan, dan penjaminan mutu konten. Sehingga ke depannya fokus utama kegiatan adalah penguatan tata kelola melalui analisis data sederhana untuk memantau kinerja katalog, integrasi kanal penjualan seperti *marketplace* dan juga pengembangan fitur *payment gateway*, serta peningkatan mutu fotografi produk secara berkelanjutan. sehingga dapat memperbesar dampak ekonomi dan memperluas jangkauan pemasaran melalui media daring.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan melalui program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025 yang difasilitasi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Mulawarman. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kelompok Tenun Sejahtera, Kelurahan Kampung Tenun, Kota Samarinda, atas partisipasi aktif dan kerja sama selama pelaksanaan program yang telah dilaksanakan selama lima bulan, serta kepada seluruh mahasiswa dan pihak terkait yang telah berkontribusi dalam pengembangan aplikasi *E-Tenun* dan kegiatan pelatihan di lapangan.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih terhadap dukungan dan kolaborasi semua pihak yang menjadi faktor kunci keberhasilan kegiatan ini dalam mendorong transformasi digital UMKM berbasis budaya lokal.

DAFTAR RUJUKAN

- Anini, N., Safitri, N. E., Majalina, G., & Abidin, M. Z. (2024). Analisis peluang dan tantangan teknologi terhadap pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5). <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2842>
- Astuti, W., Taufiq, M., Muhammad, T., & Teknologi, P. (2021). Implementasi wilcoxon signed rank test untuk mengukur efektifitas pemberian video tutorial dan ppt untuk mengukur nilai teori. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(1). <https://doi.org/10.35568/produktif.v5i1.1004>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kamilah, N., Nugraha, T., Nurfadilah, Y. I., & Jannah, A. N. (2025). Pembinaan pemasaran digital berbasis kearifan lokal bagi UMKM Desa Babakan Purwakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 884–892. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i1.536>
- Madre, J., Yudi Sukmono, H., & Gunawan, S. (2021). Perancangan sistem informasi berbasis website sebagai salah satu media promosi pada perusahaan. *Journal of Industrial and Manufacture Engineering*, 5(2). <https://doi.org/10.31289/jime.v5i2.5594>
- Majid, A., Noviarita, H., & Anggraeni, E. (2023). Peran digitalisasi ekonomi untuk membentuk kemandirian ekonomi pondok pesantren. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1265–1273. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3441>
- Nengsih, D. A. W., Nikmah, M., & Aqidah, W. (2025). Peran industri batik dewi rengganis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal Kabupaten Probolinggo. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 2271–2277. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.846>
- Nurhayati, E. C., & Izzati, R. (2023). Penerapan strategi UMKM melalui digitalisasi promosi untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Wonosobo. *Jurnal Ekonimika*, 10(2). <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.2264>
- Rosmasari, R. (2024). Implementasi metode WebQual 4.0 dan customer satisfaction index (CSI) untuk analisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan website AIS Universitas Mulawarman. *Informatika Mulawarman: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 19(2), 101. <https://doi.org/10.30872/jim.v19i2.17781>
- Sari, T. Y., Kurnia, H., Khasanah, I. L., & Ningtyas, D. N. (2022). membangun identitas lokal dalam era globalisasi untuk melestarikan budaya dan tradisi yang terancam punah. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 2(2), 76–84. <https://doi.org/10.47200/aossagcj.v2i2.1842>

- Syaifudin, A., Yahya, M., Putri, N., Angelica, R., Akbar, S., Khalil, S., & Ardina, T. (2025). E-commerce dalam transformasi digital: Menciptakan peluang baru berkelanjutan untuk bisnis modern. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(4), 1074–1084. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i4.23426>
- Tripalupi, M. F., Aldino, P., Mariana, S., & Engelbert, A. (2025). Pelatihan storytelling dalam iklan digital untuk meningkatkan daya saing UMKM Sepatu Lukis UTAPESPAINT Malang. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32509/dianmas.v5i1.5423>
- Zulkipli, Zulfachmi, & Radhmad, A. (2024). Alasan peneliti menggunakan analisis statistik wilcoxon (non parametrik). *Snistek*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.335>