

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DOSEN



**PENGEMBANGAN USAHA KAIN TENUN UNTUK PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
DESA FATUMNASI KECAMATAN FATUMNASI KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN**

Ketua : Yusinta N. Fina, S.sos, M.Si (19831221 20080 2 002)

Anggota :

1. Dr. Ajat Sudrajat, M.Pd. (97708232008011012)
2. Wise R.Silalahi, S.Hut.,M.M. (197101172006041001)
3. Yudith Alexanderina Frans, S.Sos., M.A. (197907162002122001)
4. Dr. Imelda Paulina Soko, S.Pd., M.Pd. (198704132019032014)
5. Desi Rutfina Wandelmud Manek (198312082005012001)
6. Arni Lassa (Mahasiswa)
7. Yundy Naben (Mahasiswa)
8. Welmince Neno (Mahasiswa)

UNIVERSITAS TERBUKA
2025

Abstrak

Provinsi Nusa Timur dianugerahi keragaman budaya kain tenun yang merupakan kearifan lokal yang merupakan warisan budaya yang diturunkan dari generasi ke generasi sebagai bentuk identitas, kebutuhan mempertahankan hidup, dan nilai-nilai sosial budaya. Setiap daerah memiliki kain tenunnya dengan ciri khas berdasarkan nilai sosial budaya juga faktor bentang alam daerah tersebut: Pulau Sumba dengan motif hewan, Pulau Alor dengan motif kenari, serta Pulau Timor dengan penggunaan warna yang cerah dan berani. Salah satu kain tenun yang memiliki nilai keindahan adalah dari Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnasin Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Kecamatan Fatumnasi adalah Kecamatan terdekat dengan Gunung Mutis, dan merupakan dataran tinggi bersuhu sejuk dingin, sehingga kain tenun disamping dapat menjadi sumber pendapatan, juga menjadi kebutuhan warga karena udara yang dingin. Motif kani tenun Fatumnasi corak indah di antaranya adalah bentang dataran tinggi.

Meski memiliki corak yang indah dan diiminati, tingkat penjualan kain tenun masih belum optimal sehingga berpengaruh pada pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Ini yang menjadi dasar Tim PkM melakukan kegiatan dan mencari tahu penyebabnya. Hasil analisis situasi menunjukkan ada beberapa faktor yaitu harga mahal, pembuatan yang lama karena menggunakan bahan alami, yang proses lebih lama daripada penggunaan bahan sintetis. serta kurangnya pemasaran produk. Harga tinggi karena warga membutuhkan waktu lama untuk membuat suatu produk. Kurangnya strategi pemasaran baik *offline* maupun online membuat kain tenun kurang dikenal. Disamping itu menurunnya minat perempuan generasi muda pada kain tenun, merupakan kendala tersendiri dari sisi keberlangsungan produk dan juga volume pekerjaan.

Berangkat dari hal ini maka Tim PkM merancang beberapa strategi

Sebagai solusi kendala tersebut berupa Pelatihan dan Non Pelatihan. Pelatihan berupa pelatihan Bauran Pemasaran yaitu Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi, serta strategi *Segmenting, Targetting, Positioning*, dan *Differentiating*. Juga memberikan penguatan Untuk Non Pelatihan adalah memberi pemahaman terkait kelembagaan, dan bagaimana kaum muda mencintai kain tenun, tidak meninggalkan budaya, dengan memberi motivasi bahwa kain tenun jika dikelola dengan baik akan memberikan keuntungan dan kesejahteraan. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: Kain Tenun, Pemasaran, Kesejahteraan Masyarakat

Bab I.
Pendahuluan

• **Latar Belakang**

Nusa Tenggara Timur (NTT) adalah provinsi yang memiliki kekayaan budaya, dilihat dari beragamnya budaya yang tersebar dari berbagai pulau dan pelosok. Salah satu kekayaan tersebut adalah kain tenun, yang merupakan kearifan lokal yang dirunkan dari generasi ke generasi untuk mempertahankan hidup dan sekaligus sebagai jati diri. Keindahan kain tenun NTT memiliki daya tarik bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Presiden terdahulu Joko Widodo juga mengenakan kain tenun Kabupaten TTS saat kegiatan keegaraan, menunjukkan bagaimana kain tenun ini memiliki keistimewaan. Motifnya merupakan gambaran nilai-nilai adat seperti gambar buaya, bunga, dengan pewarnaan yang cerah serta berani, menjadikan kain tenun sesuatu yang unik dan khas yang membedakan.

Salah satu motif kain tenun yang menarik adalah dari dari Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnasi Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) yang merupakan daerah dataran tinggi, yang terletak dekat dengan Gunung Mutis. Ini menjadikan suhu di Fatumnasi adalah sujuk dan dingin, sehingga tenun disamping untuk identitas dan sebagai sumber pendapatan, juga digunakan sendiri karena kebutuhan, mengingat udata yang dingin. Disamping itu, sejak Tahun 2024 Gunung Mutis telah berubah statusnya dri Cagar Alam menjadi Taman Nasional, yaitu Taman Nasional ke-56. Hal ini membuat Gunung Mutis menjadi lebih terbuka karena ada sebagian zona yang bisa untuk pariwisata, dan ini berarti peluang pengembangan usaha bagi desa dan atau kecamatan yang dekat dengan Gunung Mutis, di antaranya Desa Fatumnasi. Ini menjadi dasar pemilihan kain tenun berlokasi di Fatumnasi, terkait pertimbangan strategis. Peluang ini perlu dioptimalisasikan, dan adanya kendala perlu dicarikan solusinya.

Untuk Kabupaten TTS, sebaran lahannya adalah 50% berupa dataran tinggi. Ini adalah bentang alam yang indah, di antaranya adalah dataran tinggi, dekat dengan Gunung Mutis. Sebaran lahan ini dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Sebaran Lahan Kabupaten Kabupaten TTS

No.	Ketinggian dpl	Persentasi
1	0 s.d. 500 m dpl	49%
2	500 s.d. 1.000 m dpl	48,2%
3	1.000 - m dpl	2,8%

Ini berarti TTS adalah potensial sebagai destinasi pariwisata untuk keindahan alam, yang berarti juga potensipemasarankaintenun. Di sisi lain, NTT dan termasuk Kabupaten TTS.memilikikendala pada tingkatkesejahteraannya yang rendah. Berdasarkan data dari BPS NTT Tahun 2022, NTT

Adalah provinsi termiskin ke-3 se Indonesia. Sedangkan sebaran Kemiskinan Ekstrem di Kabupaten TTS (Lana, 2023) dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Sebaran Kemiskinan Ekstrem di Kabupaten TTS (Lana, 2023)

No.	Uraian	% dari Total se NTT (22 KabKo)	Tahun
1	Kemiskinan Ekstrem Kab. TTS	6,56%	2021
2	Kemiskinan Ekstrem Kab. TTS	13,01%	2022

Tabel 2 ini menunjukkan bahwa TTS juga sama dengan rata-rata masyarakat di NTT yaitu memiliki tingkat kesejahteraan rendah. Kain tenun yang diminati, belum dapat meningkatkan kesejahteraan pengrajin tenun.

Meskipun tenun Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnasi diminati karena warna cerah pada tenun yang khas, tingkat penjualan belum optimal. Hal inilah yang menarik bagi Tim PkM untuk melakukan penelusuran. Hasil analisis situasi menunjukkan bahwa produk tenun mahal, kurang variasi dengan model kontemporer, serta kurang dikenal. Perihal harga mahal, ini karena proses pembuatan kain tenun membutuhkan waktu lama. Waktu yang lama ini, karena pengrajin tenun menggunakan pewarna alami, yang proses kerjanya lebih lama daripada menggunakan pewarna buatan.

Saat ini penggunaan pewarna alami menjadi kebutuhan karena era saat ini mengarah ke bisnis ramah lingkungan. Namun pengrajin juga perlu mempertimbangkan kebutuhan segmen pasar lainnya yaitu golongan ekonomi menengah ke bawah, yang memiliki preferensi terhadap harga murah, sebagaimana hasil analisis situasi Tim PkM. Selama dalam koridor keseimbangan anara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial, ini berarti sesuai dengan prinsip ekonomi hijau. Pewarna buatan memiliki harga murah, dan memberi kesempatan ragam pilihan sumber bahan. Sehingga penggunaan pewarna buatan bisa menjadi bagian dair keragaman,

Untuk itu, pengrajin perlu membedakan pelanggan berdasarkan segmen. Ini yang disebut strategi *Segmenting, Targetting, Positioning, Differentiating* atau STPD (Kotler dan Lane, 2012). Disampingitu, strategi bauran pemasaran berupa Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi perlu dilakukan. Strategi Produk berupa membuat berbagai ragam produk, baikjenis (selendang, selimut,tas, *souvenir*), dan bahan baku (alami, buatan). Strategi harga adalah membedakan harga untuk bahan pewarna yang berbeda (alami, buatan). Lalu strategi promosi berupa pemasaran *offline* (ikut pameran) dan *online* (ke berbagai media sosial dan *marketplace*). Wibowo dkk (2022) mengatakan bahwa disamping penjualan *offline*, disarankan pengrajin tenun di TTS melakuka npenjualan *online* untuk meningkatkan peluang pasar.

Kendala lain adalah menurunnya minat generasi muda khususnya kaum perempuan muda terhadap kain tenun,sehingga pengrajin didominasi kaum ibu usia tua. (40 s.d. 50 tahun) dengan karakteristik pendidikan SD,

Kurang inovatif, tidak terampil teknologi, kurang meng-*update* pengetahuan, hidup berdasarkan pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari. dan tidak berjiwa bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian Meko, dkk (2023) bahwa minat generasi muda terhadap kain tenun menurun. Lawet dan Keban (2023) juga mengatakan hal yang sama. Data tingkat pendidikan di Kabupaten TTS dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan di Kabupaten TTS

No.	Jenjang Pendidikan	Persentase
1	Tidak sekolah	25,56
2	Belum tamat SD	16,57
3	Tamat SD	20,9
4	SLTP	11,82
5	SLTA	2,08
6	Diploma	0,3
7	Akademi'	0,7
8	Diploma IV/S1	3,2
9	S2	0,08
10	S3	0

Oleh karena itu Tim PkM merancang berbagai aktifitas, di antaranya adalah pentingnya bisnis, kewirausahaan, lingkungan yang dinamis, pelayanan prima kepada pelanggan, pemenuhan kebutuhan pelanggan. serta peluang dan tantangan ke depan.

Penjelasan tentang bisnis dan wirausaha diperlukan, karena masyarakat TTS dan Pengrajin Tenun Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnas masih sedikit yang berprofesi sebagai wirausaha, Sehingga perlu penjelasan. Data tentang jenis pekerjaan di TTS dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Data Pekerjaan di Kabupaten TTS

No.	Pekerjaan	Persentase
1	Petani	55
2	Ibu Rumah Tangga	17,0
3	Wiraswasta	5,94
4	PNS	2,45
5	Tidak bekerja	5,94

Pada Tabel 4, tampak bahwa hanya 5% yang beprofesi sebagai wirausaha, Dengan demikian maka penguatan tentang bisnis dan wirausaha adalah penting, sebagaimana aktifitas kain tenun yang dirancang untuk memberikan keuntungan dan kesejahteraan. Setelah itu kemudian elakukan pelatihan pemasaran berupa STPD dan bauan pemasaran. Disamping

pelatihan, juga memberikan kegiatan Non Pelatihan untuk penguatan kelembagaan seperti struktur organisasi, kebersamaan, dan pembagian tugas.

Diharapkan dari hasil kegiatan ini dapat memberikan peningkatan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan pengrajin tenun dan masyarakat.

BAB 2

SOLUSI, TARGET DAN LUARAN KEGIATAN

A. Solusi.

Uraian solusiserta target luaran masing-masing sebagai berikut:

1. PengrajinTenun diberi penjelasan tentang bisnis dan kewirausahaan (memenuhikebutuhan pasar)
2. PengrajinTenun diberi pelatihan bauran pemasaran :Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi (Offline dan Online),
3. Pengrajin Tenun diberikan alat kerja meliputi Alat Tenun Bukan Mesin (ATMB), Benang, Pewarna
4. PengrajinTenun diberi Pelatihan pembuatan disain *Canva*, konten media sosial, pembuatan website
5. PengrajinTenun diberikan bimbingan untuk pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), Pembuatan dan penggunaan pembayaran digital (QRIS, dll)
6. Pengrajin Tenun diberi pelatihan pengelolaan keuangan dan akuntansi (pembukuan sederhana).

Strategi Pemberdayaan

Pengrajin Tenun Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnasi Kabupaten TTS telah disusun dalam kerangka waktu 12 (dua belas) bulan yang meliputi faktor kunci. Upaya pemberdayaan masyarakat direncanakan ditujukan langsung ke Pengrajin Tenun untuk membantu meningkatkan penjualan/pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan.

A. PELATIHAN

1. Bulan ke-1 s.d. ke-2 : Pelatihan Bisnis dan Kewirausahaan
2. Bulan ke-3 s.d. ke-7 : Pelatihan Bauran Pemasaran
3. Bulan ke-4 s.d. ke-8 : Pelatihan pembuatan disain *Canva*, konten media sosial. pemuatan website, pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), pembuatan Akun QRIS dan penjelasancara penggunaan, pembuatan pembukuan dan laporankeuangan
4. Bulan ke-9 s.d. ke-10 :Pendampingan, Monitoring, Evaluasi
5. Bulan ke-11 : Pelaporan

Pada pembuatan desain grafis Canva dan juga untuk website, untuk menarik minat pelanggan, akan dilakukan skema langganan untuk Cava Pro (berbayar) dan website, secara Hibah.. Ini untuk menarik menarik minat pembeli semakin banyak, dan pendapatan meningkat. KelompokTenun nanti bisa meneruskan di tahun ke 2 untuk tetap berlangganan, dari dana hasil pendapatn penjualannya.

B. NON PELATIHAN

1. Bulan ke-4 s.d, ke-10 : Penguatan Kelembagaan

C. Indikator Capaian

1. Peningkatan kesejahteraan yaitu memperoleh pendapatan dari hasil penjualan produk kain tenun
2. Memiliki relasi bisnis dengan para pembeli secara luas: pembeli lokal, pembeli daerah, dan nasional.
3. Memiliki dokumen administrasi Nomor Induk berusaha (NIB), NPWP, Pembayaran Online (QRIS),
4. Memiliki desain grafis Canva, Website, konten media sosial yang bagus yang dapat menarik pembeli, dan meningkatkan pendapatan.
5. Memiliki keterampilan pembuatan pembukuan dan keuangan untuk pencatatan uang keluar dan masuk
6. Memiliki alat pendukung pekerjaan meliputi Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) dan kelengkapannya, serta pemanfaatannya

Lokasi Kegiatan

URL LOKASI

Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnasi Kabupaten Timor Tengah Selatan Provinsi Nusa Tenggara

Timur <https://www.google.com/maps/place/Fatumnasi>

Kec.+Fatumnasi,+Kabupaten+Timor+Tengah+Selatan,+Nusa+Tenggara+Tim./@-

9.6184267,124.1478201,11.75z/data=!4m6!3m5!1s0x2c5596e70c58adbb:0xbfb1b23877b9a80f9!8m2!3d-

9.6191734!4d124.2088081!16s%2Fg%2F12lnh97jm?hl=id&entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDEyOS4xI KXMDS0ASAFAQw%3D%3D

B. LUARAN DAN TARGET

Menindaklanjuti permasalahan yang dihadapi oleh kelompok usaha Ina Pilu Manikindiatas maka berdasarkan hasil diskusi tim pelaksana PkM ditetapkan bahwa solusi yang bisa digunakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra ini adalah pelatihan dan pendampingan kelompok usaha Ina Pilu Maniki untuk meningkatkan kualitas produk (tenunan) dan menemukan pasar yang memungkinkan untuk memasarkan hasil usahanya yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian anggota kelompok. Untuk mewujudkan hal tersebut maka diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan terhadap kelompok usaha tenun ikat.

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah peningkatan kualitas produk usaha tenun ikat dan menemukan pasar sebagai tempat memasarkan hasil usaha. Selain itu, anggota memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk mengelola sebuah usaha yang baik sehingga dapat meningkatkan kualitas produk yang akan berdampak pada peningkatan perekonomian anggota

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah :

Tipe	Judul
Poster Kegiatan PkM	Pengembangan Usaha Kain Tenun Masyarakat Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnasi Kabupaten Timor Tengah Selata
Link Video Youtube	Pengembangan Usaha Kain Tenun Masyarakat Desa Fatumnasi Kecamatan Fatumnasi Kabupaten Timor Tengah Selatan

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dibagi 2 yaitu PELATIHAN dan NON PELATIHAN

I. PELATIHAN :

Pengrajin Tenun dimulai dengan pelatihan bisnis dan kewirausahaan

A. Pelatihan Keterampilan Tahap 1

Durasi: 2 bulan

Jadwal: Januari s.d. Februari 2025

B. Pengrajin Tenun diberikan penjelasan tentang arti penting bisnis dan wirausaha, untuk membuka wawasan tentang bagaimana menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dan memberikan nilai tambah yang menarik minat pelanggan, dan memberikan keuntungan

Pelatihan Keterampilan Tahap 2

Durasi: 5 bulan

Jadwal: Maret s.d. Juli 2025

- Konsep bauran pemasaran meliputi Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi juga dijelaskan.
- Keragaman produk meliputi variasi corak, ukuran, jenis bahan baku, serta jenis produk.
- Keragaman harga artinya ada variasi produk tadi, maka masing-masing memiliki harga yang berbeda
- Keragaman saluran distribusi: Pengrajin tenun bisa membuka cabang di kota, atau bersedia mengantar pesanan kelokasi sesuai permintaan
- Keragaman promosi: leaflet, konten di medsos Facebook, Instagram TikTok, juga You.Tube

C. Pelatihan Keterampilan Tahap 3

Durasi: 5 bulan

Jadwal: April s.d Agustus 2025

Sebelum diberikan pelatihan pemasaran, Pengrajin Tenun diberikan Alat Tenun Bukan Mesin (STBM) disertai benang, dan Pewarna. Kelompok tenun dijelaskan cara pemanfaatan ATBM. Dengan alat ini agar proses produksi kain tenun lebih cepat dan meningkat volumenya.

Pengrajin Tenun diberi pelatihan pembuatan desain grafis Canva, pembuatan website, dan konten video di medsos. Pengrajin dibantu dan didampingi oleh 5 mahasiswa yang lokasi tinggal di sekitar Pengrajin Tenun. Untuk hasil terbaik, maka Tim memberikan Hibah berupa langganan Canva Pro dan juga Hosting Website berbayar, agar menarik pembeli, penjualan meningkat, dan pendapatan meningkat. Pendapatan ini dapat dipakai untuk pembiayaan langganan di tahun berikutnya.

- Tim PkM memberikan pelatihan administrasi meliputi Pengurusan perijinan berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), berupa dokumen apa saja yang perlu dilengkapi

- Pembuatan Nomor Rekening.
 - Untuk transaksi yang lebih cepat dengan memanfaatkan teknologi, Tim memberikan hibah HP Android, agar digunakan untuk membuka Mobile Banking/Dompet Digital/pembayaran online melalui QRIS. 5 orang mahasiswa membantu dan mendampingi. Tim juga membantu menjelaskan penyusunan pembukuan dan laporan keuangan. Membuat pembukuan atas transaksi uang keluar dan masuk setiap hari. Menyimpan bukti pembelian atau penjualan sebagai dokumen rekaman. Menyusun laporan keuangan sederhana.
 - Menjelaskan kewajiban pembayaran pajak sesuai ketentuan atas pendapatan yang diterima.

D. Tahap Pendampingan, Monitoring, dan Evaluasi

- Durasi: 2 bulan
- Jadwal: September s.d. Oktober 2025
- Tim melakukan pendampingan untuk aktifitas Pengrajin tenun
 - Pendampingan bauran pemasaran: Keragaman Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi
 - Pendampingan pembuatan desain grafis Canva, Website, Video Konten Media sosial menarik
 - Pendampingan pemanfaatan ATBM sesuai peruntukan
 - Pendampingan pengurusan administrasi NIB,
 - Pendampingan pembuatan pembukuan, pelaporan keuangan, dan kewajiban pajak (jika ada)

Sebanyak 5 orang mahasiswa ikut dalam pendampingan ini. Tim melakukan monitoring untuk melihat kesesuaian realisasi terhadap rencana hasil monitoring yang dijadikan sebagai materi atau bahan evaluasi.

E. Tahap Pelaporan

Durasi: 1 bulan Jadwal: November 2025

1. Tim menyusun laporan akhir, yang meliputi: Laporan Pelaksanaan PkM

Laporan pertanggungjawaban Keuangan

Artikel PkM

Pembuatan Luaran Wajib dan Luaran Tambahan dari PkM NON PELATIHAN:

Durasi ; 6 bulan

Waktu April s.d. Oktober 2025

Non Pelatihan berupa penguatan kelembagaan Pengrajin Tenun sebagai suatu Kelompok Tenun, yang memiliki Kepengurusan dan Struktur Organisasi, agar lebih teratur dan saling bersinergian antar anggota.

A. Untuk Strategi Bauran Pemasaran: Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi

1. Produk : - Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) Benang, Pewarwa, Produk kain sesuai variasi ukuran, bahan, corak, jenis produk, Etalase tempat display produk

- Harga : Harga sesuai keragaman dari produk, Pemanfaatan komputer, dan aplikasi Ms. Excel, Ms. Word.
- Saluran Distribusi
 - Penjualan Offline di lokasi Penjual, di toko di Kota, dan di antar ke lokasi pembeli
 - Penjualan Online melalui medsos, website, menggunakan alat bayar digital QRIS
- Promosi
 - Promosi Offline: brosur cetak, kunjungan, sosialisasi
 - Promosi Online: Video konten Medsos, Desain grafis Canva, website

TINJAUAN TEKNOLOGI :

KEAHLIAN SDM PELAKSANAAN

Yusinta Natalia Fina, S.Sos., M.Si.	• Pendidikan: S1 Administrasi Negara, S2 Administrasi Negara Keahlian • Menguasai dan Memahami karakteristik kearifan lokal masyarakat • Menguasai arti corak, pola, dan model kain tenun Provinsi Nusa Tenggara Timur • Menguasai proses pembuatan kain tenun
Dr. Ajat Sudrajat, M.Pd.	• Pendidikan: S1 Pendidikan Geografi, S2 Pendidikan, S3 Pendidikan Dasar Keahlian • Menguasai pemasaran: offline online: Pembuatan konten video, serta kearifan lokal
Wise Rogate Silalahi, S.Hut., M.M.	• Pendidikan: S1 Manajemen Hutan, S2 Magister Manajemen Konsentrasi Keuangan Keahlian • Menguasai cara pembuatan pembukuan, laporan keuangan • Menguasai strategi bauran pemasaran: Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi • Menguasai pembuatan Desain Grafis Canva, Pembuatan Website, pembuatan konten medsos
Dr. Imelda Paulina Soko, S.Pd., M.Pd.	• Menguasai pemasaran: digital, offline, online, pembuatan video, konten medsos • Menguasai dan memahami karakteristik kearifan lokal masyarakat • Menguasai arti corak, pola, dan model

	Kain tenun Provinsi Nusa Tenggara Timur
Yudith Alexanderin Frans, S.Sos., M.Si..	• Menguasai dan Memahami karakteristi kkearifan lokal masyarakat • Menguasai pemasaran: offline, online: pembuatan konten video, bauran pemasaran • Menguasai strategi bauran pemasaran: Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi
Desi Rutfina Wandelmud manek	- Menguasai akuntansi dan pelaporan keuangan
Erny Lassa	- Menguasai pembuatan kain tenun
Wundy Naben	‘- Menguasai pembuatan kain tenun
Welmince Neno	- Menguasai pembuatan kain tenun

ANGGARAN

Kategori	Komponen	Keterangan	Unit	Jumlah	Harga Satuan	Ttll Harga
Ttll Harga						
Pengadaan Barang dan Lain2 (PPN/Tanpa PPh)	Konsumsi Snack	Pendampingan program ke Mitra	orang	75	15	1.125.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Alat tenun	set	4	2.750.000	11.000.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Benang, pewarna, belerang, dll	paket	5	1.000.000	5.000.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Papan Nama Kelompok Tenun	Papan	1	1.500.000	1.500.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Langganan Canva dan Capcut	paket	2	1.500.000	3.000.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Hosting Website	Paket	1	1.500.000	1.500.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Stempel Kelompok Tenun	Set	1	200	200
Pengadaan Barang dan Lain2 (PPN/Tanpa PPh)	Konsumsi Makan	Pelatihan Mitra	orang	75	35	2.625.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Pembelian HP untuk pemasaran	Buah	1	2.500.000	2.500.000
Dana Hibah	Dana Hibah	Perlengkapan pewarnaan benang (dandang, sendok kayu, baskom, ember)	Set	2	1.500.000	3.000.000
Pengadaan Barang dan Lain2 (PPN/Tanpa PPh)	ATK/Barang Habis Pakai	Spanduk PKM	Buah	1	300	300
Pengadaan Barang dan Lain2 (PPN/Tanpa PPh)	ATK/Barang Habis Pakai	Materai	lembar	10	10	100
Perjadin (Non Pajak)	Transport Lokal Pembelian Souvenir, ATK dll	Pembelian alat pendukung	orang	2	340	680
Pengadaan Barang dan Lain2 (PPN/Tanpa PPh)	ATK/Barang Habis Pakai	Fotocopi dan jilid laporan akhir	paket	1	50	50
Perjadin (Non Pajak)	Transport	Analisis Situasi dan Deskripsi Masalah	Orang	4	436	1.744.000
Perjadin (Non Pajak)	Transport	Sosialisasi Program	Orang	4	436	1.744.000

Perjadin Pajak)	(Non	Transport	Sosialisasi Program (Mahasiswa)	Orang	4	340	1.360.000
Perjadin Pajak)	(Non	ransport	Pelatihan Tahap 1 (Mahasiswa)	Orang	5	340	1.700.000
Perjadin Pajak)	(Non	Transport	Pelatihan Tahap 2 (Mahasiswa)	Orang	5	340	1.700.000
Perjadin Pajak)	(Non	Transport	Pendampingan dan Monitoring	Orang	5	436	2.180.000
Perjadin Pajak)	(Non	Transport	Pelatihan Tahap 1	Orang	4	436	1.744.000
Perjadin Pajak)	(Non	Transport	Pelatihan Tahap 2	Orang	4	436	1.744.000

Dana Hibah	Dana Hibah	Etalase kaca (untuk display kain tenun)	Buah	1	3.500.000	3.500.000
						49.996.000

JADWAL KEGIATAN PkM PENGEMBANGAN USAHA KAIN TENUN DI DESA FATUMNASI TAHUN 2025

No.	Kegiatan	Bulan											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Ok	Nov	Des
1	Pelatihan Bisnis dan Wirausaha	√	√										
2	Pelatihan Bauran Pemasaran			√	√	√	√	√					
3	Pelatihan Canva. Website, Konten, Keuangan				√	√	√	√	√				
4	Pendampingan, Monitoring, dan Evaluasi									√	√		
6	Non Pelatihan				√	√	√	√	√	√	√		
8	Pelaporan											√	

BAB V

PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

A. Pelaksanaan

1. Survei Lokasi

Untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan dan kebutuhan mitra, tim melaksanakan survei lapangan dengan melakukan kunjungan langsung ke kelompok usaha tenun ikat Pilu Manikin di Desa

Fatumansi. Dalam kunjungan tersebut, tim diterima oleh ketua dan anggota kelompok usaha. Diskusi berlangsung dalam suasana kekeluargaan dan menghasilkan sejumlah informasi penting.

Kelompok usaha ini terdiri dari delapan anggota yang secara mandiri membangun usaha tenun berdasarkan inisiatif bersama, didorong oleh keinginan melestarikan budaya leluhur sekaligus meningkatkan kesejahteraan keluarga. Seluruh anggota kelompok merupakan perempuan berusia sekitar 40 tahun. Proses produksi masih dilakukan secara manual sehingga setiap anggota hanya mampu menghasilkan satu produk dalam kurun waktu dua minggu, bergantung pada kompleksitas pesanan. Misalnya, waktu pembuatan selendang lebih singkat dibandingkan sarung atau selimut.

Pemasaran dilakukan secara tradisional, yaitu dengan menjual produk pada hari pasar di Pasar Kapan yang hanya buka seminggu sekali, serta dengan memajang hasil tenunan di rumah masing-masing anggota. Untuk keberlanjutan usaha, sebagian hasil penjualan disisihkan sebagai modal kelompok. Meski demikian, anggota kelompok mengakui keterbatasan akses pasar akibat kurangnya pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman dalam pemasaran, ditambah jarak rumah ke pasar yang cukup jauh (sekitar 15 km). Dengan demikian, usaha tenun ini belum dapat dijadikan sumber penghasilan utama, tetapi hanya sebagai usaha sampingan untuk membantu perekonomian keluarga.

Keberlanjutan usaha juga menghadapi tantangan terkait regenerasi. Upaya melatih pemuda setempat telah dilakukan, namun minat generasi muda terhadap menenun relatif rendah. Selain itu, sulit bagi anggota kelompok untuk meyakinkan generasi muda mengenai prospek ekonomi usaha tenun di tengah perkembangan ekonomi global yang semakin dinamis.

2. Analisis Situasi dan Kebutuhan Mitra

Data dan informasi yang diperoleh dari survei kemudian dianalisis secara bersama oleh tim untuk merumuskan solusi yang paling tepat. Berdasarkan diskusi internal yang intensif, disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi kelompok usaha bersifat krusial sehingga diperlukan intervensi dalam bentuk pendampingan.

Untuk memantapkan hasil analisis, tim kembali mengunjungi lokasi mitra guna mengkomunikasikan solusi yang direkomendasikan. Kelompok usaha memberikan respons positif. Tim selanjutnya mengumpulkan data tambahan sebagai bahan pelengkap pelaksanaan kegiatan dan menjelaskan tujuan, teknis kegiatan, serta peran setiap peserta. Tim juga meninjau ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung keberhasilan kegiatan.



Pada tahap awal Tim melakukan analisis situasi melalui kegiatan Teams untuk lebih mengali informasi diawal kegiatan

3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam dua tahap.

3.1 Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran

Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai strategi peningkatan kualitas hasil tenun agar lebih menarik bagi konsumen. Kegiatan diikuti oleh ketua dan 15 anggota kelompok dengan metode ceramah dan diskusi. Anggota kelompok berbagi pengalaman, dan terungkap bahwa sebagian besar dari mereka berpendidikan rendah (tidak tamat sekolah dasar). Meski demikian, mereka memiliki motivasi besar untuk mengembangkan usaha.



3.2 Penataan Hasil Produksi untuk Meningkatkan Kualitas



Produk tenun yang dihasilkan harus memiliki kualitas yang konsisten agar tetap kompetitif di pasar. Oleh karena itu, diperlukan standar mutu yang disepakati bersama, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses penenunan. Anggota kelompok menjelaskan bahwa bahan baku yang digunakan kini lebih banyak berupa benang toko dibandingkan benang kapas.

Proses produksi meliputi pemilihan benang, penyusunan motif, dan penenunan. Motif merupakan warisan turun-temurun, terutama warna putih dan merah yang menjadi ciri khas wilayah Mollo, melambangkan ketulusan dan keberanian. Setiap tahap memerlukan ketelitian, konsentrasi, dan kondisi fisik yang baik, karena kualitas tenun sangat bergantung pada kestabilan keterampilan penenun.

Dalam kegiatan ini, pendapat anggota kelompok dicatat untuk dirumuskan menjadi standar kualitas produksi. Tim juga memberikan pemahaman terkait pengemasan dan pelabelan produk sebagai unsur penting dalam meningkatkan nilai jual.



4. Pendampingan

Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diberikan dapat diterapkan secara optimal. Fokus pendampingan diarahkan pada pengemasan dan pengepakan produk agar lebih menarik bagi konsumen. Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana anggota kelompok mampu menerapkan prosedur yang telah diajarkan, sekaligus menjadi dasar perencanaan kegiatan lanjutan.

5. Monitoring

Monitoring dilakukan untuk menilai perkembangan implementasi keterampilan yang diperoleh selama pelatihan serta mengidentifikasi hambatan yang muncul. Pada tahap ini, tim juga menerima kunjungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka untuk memantau pelaksanaan kegiatan PkM di lokasi.



6. Evaluasi

Seluruh rangkaian kegiatan dievaluasi secara komprehensif, baik dari sisi pelaksanaan maupun manfaat yang diperoleh anggota kelompok. Hasil evaluasi menjadi bahan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya. Pada akhir kegiatan, tim memberikan bantuan berupa dua alat tenun, bahan, dan perlengkapan produksi, serta desain label produk untuk meningkatkan identitas usaha. Tim juga memasang papan nama kelompok usaha secara resmi bersama perwakilan LPPM UT.

B. Hasil Kegiatan

Program pendampingan memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan kelompok usaha tenun ikat Ina Pilu Manikin. Selain meningkatkan pemahaman terkait pengelolaan kelompok dan kualitas produksi, anggota juga mendapatkan fasilitas pendukung berupa peralatan produksi. Peningkatan kualitas produk diharapkan dapat berkontribusi langsung pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan anggota kelompok.

C. Dampak Program terhadap Mitra

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan sejumlah dampak nyata bagi kelompok usaha tenun ikat Ina Pilu Manikin. Dampak tersebut mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, manajemen usaha, dan penguatan identitas budaya.

1. Peningkatan sPengetahuan dan Keterampilan Teknis Anggota kelompok memperoleh pengetahuan baru mengenai standar kualitas produk, mulai dari pemilihan bahan baku, penyusunan motif, proses penenunan, hingga teknik pengemasan dan pelabelan. Pengetahuan ini tidak hanya meningkatkan kualitas hasil tenun, tetapi juga memperkaya pemahaman anggota kelompok mengenai praktik produksi yang lebih efisien dan sesuai kebutuhan pasar.
2. Penguatan Kapasitas Manajerial dan Organisasi Kegiatan pelatihan, pendampingan, dan monitoring membantu anggota kelompok memahami pentingnya kerja sama, konsistensi standar, serta pengelolaan usaha yang lebih tertata. Dengan demikian, kapasitas organisasi kelompok meningkat, terutama dalam hal perencanaan produksi, pembagian tugas, dan pengelolaan modal.
3. Peningkatan Motivasi dan Kepercayaan Diri Dukungan moral dan teknis yang diberikan oleh tim PkM berpengaruh positif terhadap motivasi anggota kelompok. Mereka merasa lebih dihargai dan diperhatikan, sehingga lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha. Kondisi ini juga membuka peluang bagi terbentuknya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan usaha dan regenerasi penenun muda.
4. Perbaikan Aksesibilitas Terhadap Pasar melalui materi pelatihan pemasaran, anggota kelompok mulai memahami bahwa akses pasar tidak hanya bergantung pada lokasi fisik, namun juga kualitas produk serta identitas merek. Pelabelan dan pengemasan produk menjadi langkah awal bagi kelompok untuk memperluas pasar secara mandiri.
5. Pelestarian Budaya Lokal dengan diperkuatnya pemahaman tentang nilai budaya motif tenun serta pentingnya mempertahankan identitas lokal, kegiatan ini turut berkontribusi pada upaya pelestarian warisan budaya masyarakat Mollo. Transfer pengetahuan kepada generasi muda, walaupun menghadapi tantangan, tetap menjadi agenda penting dalam menjaga keberlanjutan kearifan lokal.

D. Tantangan dan Faktor Penghambat

Walaupun kegiatan PkM memberikan hasil positif, sejumlah tantangan tetap perlu diperhatikan dalam upaya pengembangan usaha ke depan, antara lain:

1. Keterbatasan Pendidikan Formal. Sebagian besar anggota kelompok memiliki latar belakang pendidikan yang rendah, sehingga memerlukan metode pembelajaran yang lebih sederhana, praktis, dan berulang.
2. Minimnya Regenerasi Penenun. Rendahnya minat generasi muda terhadap aktivitas menenun menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan usaha. Hal ini dipengaruhi oleh modernisasi, perubahan preferensi pekerjaan, dan ketidakjelasan prospek ekonomi.
3. Akses Pasar yang Terbatas Lokasi geografis yang jauh dari pusat pemasaran serta metode pemasaran tradisional masih menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan pasar.

4. Keterbatasan Sarana Produksi Sebelum program PkM berjalan, kelompok hanya memiliki fasilitas penenunan yang minim dan tradisional, sehingga kapasitas produksi rendah.
5. Kurangnya Dokumentasi dan Standarisasi Standar mutu produk belum terdokumentasi secara sistematis, sehingga kualitas produksi belum konsisten antar anggota kelompok.

BAB VI

PENUTUP

Usaha tenun ikat merupakan sektor potensial dalam meningkatkan perekonomian masyarakat serta melestarikan warisan budaya yang terancam oleh perubahan zaman. Kelompok usaha tenun ikat Ina Pilu Manikin patut memperoleh dukungan dari berbagai pihak—baik pemerintah, lembaga swasta, maupun institusi pendidikan. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan Universitas Terbuka Kupang, diharapkan muncul motivasi baru bagi generasi muda untuk menjaga dan meneruskan nilai-nilai budaya yang hidup di masyarakat, sehingga terbentuk generasi yang menghargai warisan leluhur.

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama kelompok usaha tenun ikat Ina Pilu Manikin memberikan kontribusi penting dalam peningkatan kapasitas produksi, pemasaran, dan penguatan identitas budaya. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat teknis dan manajerial, tetapi juga meningkatkan motivasi dan rasa percaya diri anggota kelompok untuk melanjutkan dan mengembangkan usaha tenun sebagai bagian dari warisan budaya.

Melalui dukungan berbagai pihak, usaha tenun ikat diharapkan dapat menjadi sumber ekonomi yang lebih berkelanjutan dan tetap berkembang di tengah dinamika perubahan sosial dan ekonomi.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan dan evaluasi, sejumlah rekomendasi berikut dapat dipertimbangkan untuk pengembangan berkelanjutan:

1. Pendampingan Pemasaran Berbasis Digital Pelatihan pemasaran digital (media sosial, marketplace, branding) diperlukan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk.
2. Penguatan Kelembagaan Kelompok Kelompok perlu difasilitasi untuk memiliki struktur organisasi yang jelas, pembukuan sederhana, serta jadwal pertemuan reguler yang konsisten.
3. Program Regenerasi Berkelanjutan Perlu adanya kolaborasi dengan sekolah, komunitas pemuda, dan pemerintah desa untuk memperkenalkan menenun sebagai bagian integral dari identitas budaya.
4. Peningkatan Kapasitas Produksi Penambahan alat tenun dan penguatan keterampilan teknis lanjutan dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi.
5. Kolaborasi Multi-Pihak
Kerjasama dengan pemerintah daerah, UMKM, dinas pariwisata, lembaga swasta, dan perguruan tinggi lain dapat memperkuat ekosistem usaha tenun ikat.

REFERENSI

- Dharmmesta, B.S, (2014). Manajemen Pemasaran (Edisi2). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. ISBN 9789790115804
- Lana, K.D. (2023). Pembangunan Ekonomi Inklusif dan Berkelanjutan di Nusa Tenggara Timur. Laporan Sekretariat Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur
- Badan Pusat Statistik Timor Tengah Selatan (2021). Kabupaten Timor Tengah Selatan Dalam Angka: 2021
- Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kab. TTS. (2024). Profil Perkembangan Kependudukan Kabupaten Timor Tengah Selatan Tahun 2024.
- Husnan, S. (2015). Manajemen Keuangan, Tangerang Selatan: Univefrsitas terbuka
- Lana, K.D. (2023). Pembangunan Ekonomi Inklusif dan Berkelanjutan di Nusa Tenggara Timur. Laporan Sekretariat Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur
- Kotler, P, dan Lane K. (2022), Marketing Management, Sixteen Edition Prentice Hall.
- Lawet, P.W. dan Keban, S.K.K. (2023) Analisis Dampak Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Terhadap Budaya Menenun Perempuan Milenial Lamaholot NNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 12750-12758 E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246 Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovati>
- Meko, D dan Meo, M.O. (2022). Pengenalan Motif Kain Tenun Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) dengan Menggunakan Game Puzzle. Jurnal Teknologi Terpadu DOI: [10.54914/jtt.v3i2.83](https://doi.org/10.54914/jtt.v3i2.83)
- Sobirin, A. (2015). Manajemen Perubahan. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Wibowo, C.S.S., dkk (2022). Strategi Pemasaran Tenun Ikat (Studi Kasus Pada Kelompok Tenun Ikat Yakobus di Kawasan Fatumnasi Kabupaten TTS). Universitas Nusa Cendana. Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial (e)ISSN 2747-125X