

Scaleup Komersialisasi Produk Sasirangan Pewarna Alam berbasis Lahan Basah Melalui Literasi Keuangan Dan Pemanfaatan Digital Marketing

Abdul Hadi¹*, Sudirwo², Rusniati³, Juhriansyah⁴, Ahmad Muammar⁵

Program Studi Manajemen, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia^{1,2,3,4,5}

*E-mail: abdul.hadi@ulm.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 28-11-2025

Revised: 07-12-2025

Accepted: 14-12-2025

Keywords

Literasi Keuangan

Digital marketing

Aplikasi Keuangan Digital

Pembayaran Digital

Toko Online

ABSTRACT

Urgensi dari pengabdian ini terkait bidang ekonomi kreatif dan yang akan dikembangkan sebagai produk unggulan daerah berupa usaha kain sasirangan perwana alam berkarakter kearifan lokal berbasis Lingkungan Lahan Basah Desa Tatah Mesjid, Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan. Tujuan dari pengabdian ini untuk memberikan pengetahuan tentang literasi keuangan dan pemanfaatan *digital marketing* (*marketplace* Toko Shopee, IG Bisnis, dan Tiktok Shop) dan pembuatan toko online sebagai media pemasaran pada Kelompok Usaha Desa Tatah Mesjid dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang ibu-ibu. Sebelumnya peserta telah dilatih pembuatan kain sasirangan pewarna alam pada Program Dosen Wajib Mengabdi (PDWA) Universitas Lambung Mangkurat tahun 2024. Kegiatan kali ini merupakan program pemberdayaan kemitraan masyarakat dari DPPM Kemdiktisaintek tahun 2025. Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu pelatihan dan pendampingan. Selain itu perlu diberikan pendampingan pascapelatihan bagi peserta yang masih kesulitan untuk mengelola keuangan dan kesulitan dalam mengelola media pemasaran dan mengoperasikan *website* toko online www.tatahmesjid.com. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan yang signifikan berdasarkan kemampuan peserta yang sebelumnya lemah pada literasi keuangan dan pemanfaatan *digital marketing*.

The urgency of this service is related to the field of the creative economy and will be developed as a regionally superior product in the form of a natural dye sasirangan fabric business with local wisdom characteristics based on the Wetland Environment of Tatah Mesjid Village, Alalak District, Barito Kuala Regency, South Kalimantan. The purpose of this service is to provide knowledge about financial literacy and the use of digital marketing (Shopee Shop marketplace, IG Bisnis, and Tiktok Shop), and the creation of online stores as a marketing medium for the Tatah Mosque Village Business Group with a total of 20 participants. Previously, the participants had been trained in making natural dye sasirangan fabrics at the Mandatory Service Lecturer Program (PDWA) of Lambung Mangkurat University in 2024. This activity is a community partnership empowerment program of the DPPM Ministry of Education and Higher Education in 2025. The implementation method used in this service activity is training and mentoring. In addition, it is necessary to provide post-training assistance for participants who are still having difficulty managing finances and difficulties in managing marketing media and operating online store websites www.tatahmesjid.com. The results of the service showed a significant increase in understanding and skills based on the participants' abilities, which were previously weak in financial literacy and the use of digital marketing.

This is an open access article under the CC-BY-SA license.



How to Cite: Hadi, A., Sudirwo, S., Rusniati, R., Juhriansyah, J., Muammar, A. (2025). Scaleup Komersialisasi Produk Sasirangan Pewarna Alam berbasis Lahan Basah Melalui Literasi Keuangan Dan Pemanfaatan Digital marketing. *Haumeni Journal of Education*, 5(3), 347-358. doi: 10.35508/haumeni.v5i3.26564

PENDAHULUAN

Kerajinan Sasirangan merupakan warisan budaya khas Kalimantan Selatan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah. Desa Tatah Mesjid berada dalam wilayah Kabupaten Barito Kuala di Kecamatan Alalak merupakan desa yang tidak memiliki sumber daya alam, didominasi rawa, namun masih memiliki sumber bahan pewarna alami dan potensi keanekaragaman hayati yang mendukung pembuatan produk-produk kerajinan (Faidah et al. 2025). Kelompok Usaha Desa Tatah Mesjid, yang bergerak dalam produksi sasirangan dan ecoprint, memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal.

Selama ini kondisi mitra merupakan para ibu-ibu rumah tangga dalam menerima jasa menjahit dan menjelujur kain sasirangan. Jasa ini diberikan oleh pengrajin dari luar daerah mereka sejak tahun 2010 dengan upah yang sangat murah. Masyarakat yang terlibat cukup banyak sebanyak 150 orang dan sebagian telah mengikuti berbagai pelatihan termasuk kegiatan Program Dosen Wajib Mengabdi (PDWA) Tim Dosen ULM tahun 2024 dalam membuat kain sasirangan pewarna alam sebanyak 55 orang (Faidah et al., 2025). Namun saat ini, mereka masih menghadapi berbagai permasalahan dalam menjalankan usaha ini untuk mengelola keuangan dan transaksi pembayaran serta jangkauan pasar yang terbatas karena belum memanfaatkan *digital marketing* (Kushariyadi et al., 2025).

Kondisi eksisting yang dihadapi oleh kelompok usaha ini adalah kurangnya kemampuan tentang pentingnya mengembangkan usaha melalui pengelolaan administrasi keuangan, transaksi pembayaran digital, dan strategi pemasaran yang masih belum digunakan. Hal ini dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka karena belum optimal dalam mengelola usaha dan memasarkan produk menggunakan teknologi digital (Rifani et al., 2025).

Dalam konteks fokus permasalahan yang diambil, kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan solusi yang praktis dan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing usaha masyarakat desa, khususnya pada bisnis kreatif di lingkungan lahan basah. Dengan memberdayakan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka diberharap dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan pada aspek manajemen dan aspek pemasaran. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sudirwo et al. (2021) bahwa penggunaan media sosial Instagram berdampak positif pada pengembangan pemasaran produk sehingga pengikut Instagram dan penjualan juga meningkat.

Secara khusus, tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini berdasarkan SDG'S, IKU, Asta Cita dan bidang fokus RIRN serta fokus permasalahan yang diambil. Program pengabdian ini mendukung pencapaian SDGs nomor 8, 9, dan 11. Kegiatan pengabdian ini juga mendukung transformasi pendidikan tinggi melalui capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) pada IKU 2, 3, 5, dan 7. Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga untuk mendukung Asta Cita nomor 3 dan 6 sebagai landasan untuk mencapai visi "Bersama Menuju Indonesia Emas 2045". Kemudian kegiatan ini termasuk fokus RIRN (Rencana Induk Riset Nasional) dalam bidang Sosial Humaniora menentukan arah prioritas pembangunan Desa Tatah Mesjid untuk menyelesaikan permasalahan sosial dan ekonomi.

Pada kegiatan PKM ini dilaksanakan mengacu pada permasalahan prioritas dengan menawarkan solusi yang tepat agar tercapai keberhasilan program (Tabel 1).

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi

No.	Permasalahan Prioritas	Sub-Permasalahan	Solusi
1.	Aspek Manajemen	Usaha belum dikelola dengan baik terutama terkait administrasi keuangan dan pemanfaatan aplikasi keuangan digital	Membantu kelompok usaha dalam mengelola usaha dengan memberikan literasi keuangan dalam memanfaatkan aplikasi keuangan <i>Longlife Business Basic</i> , Stroberi Kasir dan aplikasi transaksi pembayaran digital QRIS.
2.	Aspek Pemasaran	Jangkauan pemasaran yang terbatas dan belum memanfaatkan <i>platform</i> pemasaran digital secara maksimal	Membantu kelompok usaha dalam membangun strategi pemasaran yang kuat, serta merancang kampanye pemasaran yang efektif menggunakan <i>platform</i> media sosial IG Bisnis dan Tiktok Shop serta <i>Marketplace</i> Shopee dan pembuatan <i>website</i> toko online www.tatahmesjid.com

Dengan mempertimbangkan poin-poin permasalahan prioritas tersebut, solusi yang ditawarkan diharapkan dapat merupakan pilihan yang inovatif dan efektif dalam pengembangan usaha Kelompok Usaha Desa Tatah Mesjid. Dampak dan manfaat program dari segi sosial ekonomi bagi kebutuhan masyarakat luas akan membantu meningkatkan nilai jual produk dan mengelola usaha yang lebih berkelanjutan di komunitas tersebut.

Sedangkan pada Tabel 2 dan Tabel 3 dapat dilihat solusi yang ditawarkan dan target luaran serta hasil riset sebelumnya untuk mendukung kegiatan PKM ini berhasil dan lancar.

Tabel 2. Solusi yang ditawarkan dan target luaran aspek manajemen

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Target Luaran	Hasil Riset
Usaha belum dikelola dengan baik terutama terkait administrasi keuangan dan pemanfaatan aplikasi keuangan digital	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi <i>Longlife Business Basic</i> dan Stroberi Kasir: Membantu kelompok usaha dalam mengelola keuangan, pembukuan, laporan keuangan harian, laporan laba rugi, neraca yang baik, mudah, dan efektif. 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan penggunaan aplikasi keuangan <i>Longlife Business Basic</i> dan Stroberi Kasir untuk mengelola keuangan sebesar 50% dalam enam bulan ke depan. 	<ul style="list-style-type: none"> (Risman, 2023) (Mahmud, 2024) (Rohima, 2024) (Yanto, 2024) (Indrasari, 2022) (Ahammi, 2025) (Haryono, 2024) (Swissia, 2023) (Zebua, 2023) (Sadikin, 2018)
	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan aplikasi transaksi pembayaran QRIS: Memanfaatkan metode pembayaran digital agar lebih mudah dan aman. 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan penjualan menggunakan QRIS sebesar 30% dalam waktu enam bulan. 	

Tabel 3. Solusi yang ditawarkan dan target luaran aspek pemasaran

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Target Luaran	Hasil Riset
Jangkauan pemasaran yang terbatas dan belum memanfaatkan platform pemasaran digital secara maksimal	<ul style="list-style-type: none"> Pemanfaatan <i>digital marketing</i>: Mengadakan pelatihan tentang cara menggunakan <i>platform</i> digital (media sosial IG Bisnis dan Tiktok serta <i>Marketplace</i> Shopee) dan pembuatan <i>website</i> toko online www.tatahmesjid.com untuk memasarkan produk. Pemasaran digital akan membantu memperluas pasar, baik lokal maupun global, serta mempermudah konsumen dalam membeli produk. Kampanye Pemasaran Produk: Merancang kampanye pemasaran yang efektif dan kreatif melalui media sosial, termasuk IG Bisnis dan Tiktok Shop serta <i>marketplace</i> seperti Shopee dan toko online. 	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan jumlah pelanggan dengan kenaikan 30% dalam enam bulan ke depan. Peningkatan penjualan online sebesar 30% dalam waktu enam bulan. 	(Meilan, 2024) (Sudirwo, 2024) (Jogiyanto, 2024) (Hakim, 2024) (Widayani, 2023) (Fadhilah, 2023) (Sudirwo, 2021) (Lestari, 2024) (Rusniati, 2024)

METODE

Metode pelaksanaan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dan partisipasi mitra diuraikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil pelaksanaan kegiatan

No.	Permasalahan Prioritas	Tahapan Pelaksanaan	Hasil kegiatan
1.	Aspek Manajemen: <ul style="list-style-type: none"> Pelatihan Pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi <i>Longlife Business Basic</i> dan Stroberi Kasir Pelatihan Penggunaan aplikasi transaksi pembayaran QRIS 	<ul style="list-style-type: none"> Pelatihan literasi keuangan dan pendampingan. Mengoperasikan aplikasi keuangan <i>Longlife Business Basic</i> Memiliki akun aplikasi keuangan Stroberi Kasir Memiliki akun QRIS Pelatihan Pemasaran Digital melalui IG Bisnis, Tiktok Shop, dan Shopee. Mengoptimalkan <i>website</i> toko online www.tatahmesjid.com Kampanye Pemasaran Produk. Memiliki akun IG Bisnis, Tiktok Shop dan akun toko Shopee. 	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki aplikasi keuangan <i>Longlife Business Basic</i> Memiliki akun Stroberi Kasir Memiliki akun QRIS Memiliki akun IG Bisnis Memiliki akun Tiktok Shop Memiliki akun <i>marketplace</i> toko Shopee Memiliki <i>website</i> toko online www.tatahmesjid.com
2.	Aspek Pemasaran: <ul style="list-style-type: none"> Pemanfaatan <i>digital marketing</i> dengan menggunakan <i>platform</i> digital (media sosial IG Bisnis dan Tiktok Shop serta <i>Marketplace</i> Shopee) dan <i>website</i> toko online www.tatahmesjid.com Kampanye Pemasaran Produk dalam merancang kampanye pemasaran yang efektif dan kreatif 		

Lima tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut.

1. Sosialisasi

Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim ke mitra sasaran Kelompok Usaha Tatah Mesjid dan mitra pemerintah: Pemerintah Desa Tatah Mesjid pada tanggal 3 November 2025 di Balai Kantor Desa Tatah Mesjid.

2. Pelatihan

Kegiatan pelatihan diadakan sebanyak 2 kali pada tanggal 12-13 November 2025 di halaman Balai Desa Tatah Mesjid dengan jumlah peserta 20 orang dengan menghadirkan narasumber dari Pimpinan Bank BRI Unit Handil Bakti, Tim PT Netgen Inovasi Digital (M. Nazar Gunawan), dan Konten Kreator (Wardah). Materi yang disampaikan tentang kebijakan Pemerintah Desa Tatah Mesjid dalam mengembangkan Produk Unggulan Daerah, Literasi Keuangan dalam memanfaatkan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, Stroberi Kasir dan aplikasi transaksi pembayaran QRIS, dan membangun strategi pemasaran yang kuat serta merancang kampanye pemasaran yang efektif menggunakan *platform* media sosial IG Bisnis, Tiktok Shop, dan *marketplace* Shopee serta pembuatan *website* toko online www.tatahmesjid.com.

Selain itu, tim telah menyerahkan bantuan berupa stiker produk, standing roll banner, kartu nama, dan meja/box foto produk yang digunakan untuk meningkatkan kualitas produk dan konten pemasaran. Di akhir kegiatan pelatihan dilakukan sesi foto bersama.

3. Penerapan teknologi

Dalam kegiatan PKM ini telah menerapkan teknologi dalam mendukung kegiatan dari mitra sasaran dalam mengembangkan usahanya melalui 2 aspek yaitu manajemen usaha berupa teknologi digital menggunakan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, Stroberi Kasir dan QRIS. Kemudian aspek 2 yaitu pemasaran berupa pembuatan *website* toko online www.tatahmesjid.com, *platform* media sosial IG Bisnis, Tiktok Shop, dan *marketplace* Shopee.

4. Pendampingan dan evaluasi

Kegiatan pendampingan pascapelatihan telah dilaksanakan oleh tim pada 14 November 2025 dengan mengoptimalkan kemampuan tim operator/admin Kelompok Usaha Tatah Mesjid dalam menggunakan fitur-fitur *platform* IG Bisnis, Tiktok Shop, Shopee dan *website* www.tatahmesjid.com. Selain itu, untuk bendahara/bagian keuangan didampingi dalam menggunakan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, Stroberi Kasir dan pembuatan QRIS.

Evaluasi pada saat pelatihan dilakukan dengan *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur pemahaman pengetahuan peserta terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, evaluasi menyeluruh akan dilakukan pascapelatihan untuk melihat peningkatan capaian target pelatihan.

5. Keberlanjutan program

Kegiatan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini akan diperkuat oleh Pemerintah Desa untuk memfasilitasi tempat sekretariatan dari Kelompok Usaha Tatah Mesjid dan menyediakan anggaran dalam memperkuat pemberdayaan kelompok usaha. Selain itu, Kelompok Usaha Tatah Mesjid

berkolaborasi dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) "Kada Baunduran" menjadi salah satu produk unggulan desa yang dapat diproduksi dan dipasarkan dalam skala lebih besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil pelaksanaan kegiatan

No.	Permasalahan Prioritas	Tahapan Pelaksanaan	Hasil kegiatan
1.	Aspek Manajemen: <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi <i>Longlife Business Basic</i> dan Stroberi Kasir • Pelatihan Penggunaan aplikasi transaksi pembayaran QRIS 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan literasi keuangan dan pendampingan. • Mengoperasikan aplikasi keuangan <i>Longlife Business Basic</i> • Memiliki akun aplikasi keuangan Stroberi Kasir • Memiliki akun QRIS 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki aplikasi keuangan <i>Longlife Business Basic</i> • Memiliki akun Stroberi Kasir • Memiliki akun QRIS
2.	Aspek Pemasaran: <ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan <i>digital marketing</i> dengan menggunakan <i>platform digital</i> (media sosial IG Bisnis dan Tiktok Shop serta <i>Marketplace</i> Shopee) dan <i>website</i> toko online www.tatahmesjid.com • Kampanye Pemasaran Produk dalam merancang kampanye pemasaran yang efektif dan kreatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Pemasaran Digital melalui IG Bisnis, Tiktok Shop, dan Shopee. • Mengoptimalkan <i>website</i> toko online www.tatahmesjid.com • Kampanye Pemasaran Produk. • Memiliki akun IG Bisnis, Tiktok Shop dan akun toko Shopee. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki akun IG Bisnis • Memiliki akun Tiktok Shop • Memiliki akun <i>marketplace</i> toko Shopee • Memiliki <i>website</i> toko onlie www.tatahmesjid.com

Penyelesaian setiap aspek kegiatan yang ditangani diuraikan sebagai berikut.

1. Pelatihan

Kegiatan pelatihan diadakan sebanyak 2 kali pada tanggal 12-13 November 2025 di halaman Balai Desa Tatah Mesjid dengan jumlah peserta 20 orang dengan menghadirkan narasumber dari Pimpinan Bank BRI Unit Handil Bakti, Tim PT Netgen Inovasi Digital (M. Nazar Gunawan), dan Konten Kreator (Wardah). Materi yang disampaikan tentang kebijakan Pemerintah Desa Tatah Mesjid dalam mengembangkan Produk Unggulan Daerah dan Literasi Keuangan dalam memanfaatkan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, Stroberi Kasir dan aplikasi transaksi pembayaran QRIS (Gambar 1) pada hari pertama. Sedangkan pada hari kedua, materi membangun strategi pemasaran yang kuat serta merancang kampanye pemasaran yang efektif menggunakan *platform* media sosial IG Bisnis, Tiktok Shop, dan *marketplace* Shopee serta pembuatan *website* toko online www.tatahmesjid.com (Gambar 2).



Gambar 1. Materi kebijakan Pemdes Tatah Mesjid literasi keuangan oleh Pimpinan BRI Unit Handil Bakti



Gambar 2. Materi *digital marketing* oleh Wardah dan Materi pemanfaatan *website toko online* oleh Tim PT Netgen Inovasi Digital

Selain itu, tim telah menyerahkan bantuan berupa stiker produk, *standing roll banner*, kartu nama, dan meja/box foto produk yang digunakan untuk meningkatkan kualitas produk dan konten pemasaran. Di akhir kegiatan pelatihan dilakukan sesi foto bersama (Gambar 3).



Gambar 3. Penyerahan alat bantuan pelatihan dan Foto bersama pada kegiatan pelatihan

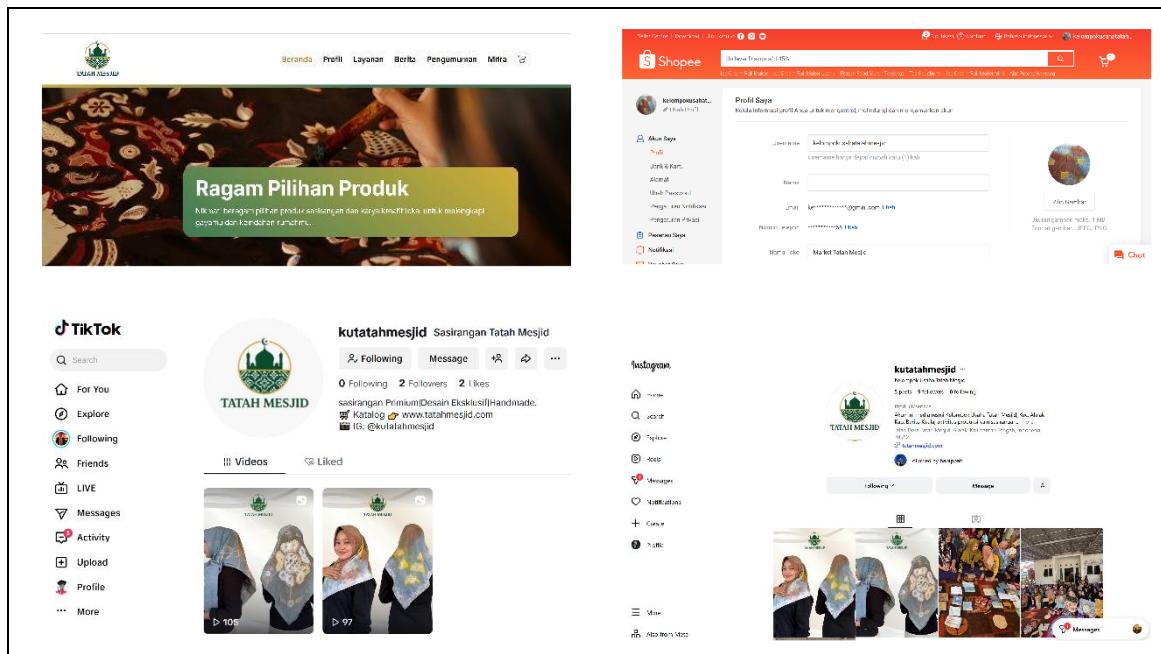
2. Penerapan teknologi

Dalam kegiatan PKM ini telah menerapkan teknologi dalam mendukung kegiatan dari mitra sasaran dalam mengembangkan usahanya melalui 2 aspek yaitu manajemen usaha berupa teknologi digital menggunakan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, Stroberi Kasir, dan QRIS (Gambar 4).



Gambar 4. Tampilan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, *Stroberi Kasir*, *QRIS*

Kemudian aspek 2 yaitu pemasaran berupa pembuatan website toko online www.tatahmesjid.com, platform media sosial IG Bisnis, Tiktok Shop, dan Shopee (Gambar 5).



Gambar 5. Tampilan website toko online www.tatahmesjid.com, IG Bisnis, Tiktok Shop, & Shopee

3. Pendampingan dan evaluasi

Kegiatan pendampingan pascapelatihan telah dilaksanakan oleh tim pada 14 November 2025 dengan mengoptimalkan kemampuan tim admin dan keuangan Kelompok Usaha Tatah Mesjid menggunakan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, *Stroberi Kasir* dan pembuatan QRIS dan dalam menggunakan fitur-fitur *platform* IG Bisnis, Tiktok Shop, Shopee dan *website* www.tatahmesjid.com (Gambar 6).

**Gambar 6.** Pendampingan pascapelatihan

4. Keberlanjutan program

Kegiatan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini akan diperkuat oleh Pemerintah Desa untuk memfasilitasi tempat sekretariatan dari Kelompok Usaha Tatah Mesjid dan menyediakan anggaran dalam memperkuat pemberdayaan kelompok usaha. Selain itu, Kelompok Usaha Tatah Mesjid berkolaborasi dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) "Kada Baunduran" menjadi salah satu produk unggulan desa yang dapat diproduksi dan dipasarkan dalam skala lebih besar.

Dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pengukuran tingkat level keberdayaan peserta melalui *pretest* dan *posttest* dengan hasil analisis pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Peningkatan Level Keberdayaan

No	Nama	Pre-test	Post-test	Selisih
1	Aisyah	100	100	0
2	Ardaniah	90	100	10
3	Aris Mupida	100	100	0
4	Aslam	100	100	0
5	Fitri Sawdiyah	90	100	10
6	Halisah	80	100	20
7	Hayatunnisa	70	90	20
8	Lailatussa'diah	100	100	0
9	Mardinah	90	100	10
10	Nida Nurrizki	100	100	0
11	Noorhilalih	50	70	20
12	Nor Ainah	80	100	20
13	Rifatul Mahmudah	60	80	20
14	Siti Rahmaniah	70	100	30
15	St. Fatimah	80	100	20
16	Wahdah	90	100	10
17	Yuliana	90	100	10
18	Zakiah	80	90	10
19	Mastuah	70	90	20
20	Benah	60	90	30
Jumlah		1650	1910	260
Rata-Rata		82,50	95,50	13,0

Sumber: Diolah peneliti, 2025

Hasil analisis peningkatan level keberdayaan aspek manajemen dan aspek pemasaran mengalami peningkatan yang baik dengan skor 13,00 dari nilai hasil *pre-test* dan *post-test* seluruh peserta kegiatan. Selain itu, dari peningkatan keterampilan mengalami peningkatan yang signifikan berdasarkan kemampuan peserta yang sebelumnya lemah pada literasi keuangan dalam pembuatan laporan keuangan usaha dan menggunakan aplikasi keuangan digital seperti Stroberi Kasir dan *Longlife Business Basic* serta sistem pembayaran digital melalui QRIS. Pada aspek pemasaran, seluruh peserta belum pernah memanfaatkan Instagram Bisnis, Tiktok Shop dan toko Shopee serta *website* toko online seperti www.tatahmesjid.com.

SIMPULAN

Kegiatan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi telah dilaksanakan dengan baik melalui Tim Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah Kelompok Usaha Tatah Mesjid sebanyak 20 orang peserta yang sebelumnya telah terlatih memiliki keterampilan pembuatan kain sasirangan pewarna alam. Permasalahan prioritas dari mitra sasaran tersebut terdiri dari 2 bidang/aspek kegiatan yaitu manajemen dan pemasaran. Kedua aspek kegiatan telah dilakukan intervensi kegiatan dengan (1) membantu kelompok usaha dalam mengelola usaha dengan memberikan literasi keuangan dalam memanfaatkan aplikasi keuangan *Longlife Business Basic*, Stroberi Kasir dan aplikasi transaksi pembayaran QRIS, dan (2) membantu kelompok usaha dalam membangun strategi pemasaran yang kuat serta merancang kampanye pemasaran yang efektif menggunakan *platform* media sosial IG Bisnis, Tiktok Shop, dan *marketplace* Shopee serta pembuatan *website* toko online www.tatahmesjid.com. Selain itu, bantuan yang telah diberikan berupa stiker produk, standing roll banner, kartu nama, dan meja/box foto produk yang digunakan untuk meningkatkan kualitas produk dan konten pemasaran.

Saran bagi mitra sasaran dapat mengoptimalkan pemanfaatan prasarana yang telah dibantu. Bagi mitra Pemerintah Desa Tatah Mesjid dapat memberikan fasilitas tempat dan program kegiatan serta membina kelompok usaha agar lebih maju dan banyak pesanan. Bagi akademisi dapat melakukan penelitian dan kajian-kajian dari dampak pascapelatihan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan ini terlaksana dengan baik atas dukungan dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi. Terima kasih kepada Rektor Universitas Lambung Mangkurat dan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ULM. Tidak lupa terima kasih kepada Kepala Desa Tatah Mesjid dan Ketua Kelompok Usaha Tatah Mesjid yang telah berpartisipasi pada program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahammi, I. S., Rolianah, W. S., Albar, K., Istifadholi, N., & Arifiansyah, F. (2025). Optimalisasi Literasi Keuangan Penjual Shopee melalui Program Pengabdian di Desa Ketapanglor untuk Peningkatan Kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 393–402. <https://ejurnal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/4931>
- Fadhilah, F., Saputra, G. G., & Lusianingrum, F. P. W. (2023). Scale Up UMKM melalui Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa Puser, Banten. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.56303/jppmi.v2i1.111>
- Faidah, A. N., Bachri, A. A., Huda, N., Suyatno, S., Hadi, A., Bushairi, S. A. A., Sudirwo, S., Rohima, A., Syifa, N., & Rahmadayanti, N. (2025). Kain Sasirangan: Pemanfaatan Potensi Lokal Unggulan Tanaman Lahan Basah sebagai Pewarna Alami. *Pro Sejahtera (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat)*, 7(1). <https://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-abdimas/article/view/1319>
- Hakim, M. R. D., Baihaqi, A., Mubasir, A., Putra, A. Z., Azkiya, R., Sudirwo, S., & Faidah, A. N. (2024). Mengenalkan Digital marketing melalui E-Commerce dan QRIS pada Panti Asuhan Puteri Aisyiyah. *Journal of Rural Community Development*, 1(2), 108–116. <https://jrcd.unja.ac.id/jrcd/article/view/16>
- Haryono, D., Situmorang, S., Rahmalia, D., Rani, I., & Sari, M. (2024). Scale-Up Womanpreneur melalui Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana pada KWT dan UMKM di Kecamatan Ambarawa. *Jurnal Pengabdian Faperta UNILA*, 3(2), 11–19. <http://dx.doi.org/10.23960/jpfp.v3i2.9629>
- Indrasari, M., Pamuji, E., Prasnowo, M. A., Aziz, M. S., Nurcahyo, M. S. (2022). Akselerasi Pemanfaatan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Digital Sektor UKM di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat. *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 2(2), 141–148. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i2.404>
- Jogianto, S. E., Modjo, C. A., Tumewa, S., Arief, Z. Z., & Mustikarini, C. N. (2024). Pemanfaatan Digital marketing Tools dalam Usaha Scale-Up UMKM N'Cenga Cake di Makassar. *Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community (LeECOM)*, 6(1), 41–48. <https://doi.org/10.37715/leecom.v6i1.4539>
- Kushariyadi, K., Judijanto, L., Khotijah, N., Yuliasih, M., Apriyanto, A., Hermawan, A., Munawar, A., Yusran, H. L., Supriyanto, A., Sudirwo, S., & Setiadi, B. (2025). *Kewirausahaan: Kiat Sukses Membangun dan Membesarkan Usaha*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lestari, E., Fatonah, U., Syifa, N., Rahmadayanti, N., Azizah, N., Faidah, A. N., & Sudirwo, S. (2024). Sosialisasi Dampak Perkembangan Teknologi dan Internet pada Generasi Z di Banjarmasin. *Damhil: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 82–93. <https://doi.org/10.37905/damhil.v3i2.28409>
- Mahmud, M. D., Ridwan, M., Hajar, H., Rahayu, R., Sudirman, Muh. S., & Musir, M. (2024). Penguatan Literasi Keuangan UMKM melalui Pelatihan Pencatatan Keuangan Bisnis Berbasis Aplikasi. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 172–81. <http://dx.doi.org/10.30998/jurnalpkm.v7i2.17167>
- Meilan, R., Kinanti, K. A., & Ekmarinda, E. Y. (2024). Scale Up Komersialisasi UKM Abon melalui Teknologi dan Digital marketing. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3249–3257. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/27432>
- Rifani, A., Kartika, K., Amelia, F., Faidah, A. N., Syairi, A., Supriyanto, A., Tong, C. V., Anisah, H. U., Ameliani, A., Widyaefendi, W., Rahmawati, Y., Swandari, F., Yulianti, A., Sadikin, A., Handayani, P. M., Stiadi, D., Fauzi, M., Yusniar, M. W., Adawiyah, N., Redawati, R., Sudirwo, S., & Padjrianor, P. (2025). *Inovasi, Keuangan, Dan Teknologi Perspektif Empiris Dalam Membangun Keberhasilan Dan Keunggulan Bersaing Umkm Pada Lingkungan Lahan Basah*. Bandung: CV Widina Media Utama.
- Risman, A., & Mustaffa, M. (2023). Literasi Keuangan Bagi UMKM: Laporan Keuangan Untuk Pengembangan Usaha UMKM. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2(1), 20–7. <https://doi.org/10.56174/jap.v4i1.521>

- Rohima, A., Hafizah, A. N., Khodijah, K., Liyanti, S. D., Jahrah, S., Faidah, A. N., & Sudirwo, S. (2024). Membangun Fondasi Keuangan yang Kuat: Hasil Sosialisasi Literasi Keuangan pada Pelajar dan Mahasiswa di Kota Banjarmasin. *Damhil: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 112–21. <https://doi.org/10.37905/damhil.v3i2.28316>
- Rusniati, R., Haq, A., & Priyogie, P. (2024). Online Customer Reviews and Price Discounts on Online Purchasing Decisions on The Shopee Marketplace. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(3), 433–442. <https://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/889>
- Sadikin, A., Hadi, A., & Widyarfhendy, W. (2018). Financial management literacy of swamp buffalo farmers (Phenomenology study of wetland communities in Hulu Sungai Utara district, South Kalimantan). *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET)*, 9(12), 553–559. <https://iaeme.com/Home/issue/IJCET?Volume=9&Issue=12>
- Sudirwo, S., Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 50–7. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v5i1.178>
- Sudirwo, S., Santoso, B., & Permana, A. T. A. (2024). Digital marketing dan Desain Kemasan bagi Petani Milenial Program YESS. *Journal of Rural Community Development Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 21–32. <https://doi.org/10.22437/jrcd.v1i1.4>
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pengaruh Aplikasi Stroberi Kasir terhadap Efisiensi Keuangan pada UMKM Kripik Pisang Lumer Chio Snack di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 122–127. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v2i2.62>
- Widayani, A., Normawati, R. A., & Waspada, H. P. (2023). Scale Up Komersialisai Produk Kampung Opak Gambir dengan Pemanfaatan Digital marketing melalui Pesan Visual, Copywriting dan SEO. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1916–21. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16948>
- Yanto, H., Prasetyo, B., Baroroh, N., Hajawiyah, A., Kardiyem, K. (2024). Optimalisasi Literasi Keuangan Digital melalui Peningkatan Penggunaan QRIS pada UMKM. *Jurnal Surya Abdimas*, 8(3), 386–94. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i3.4909>
- Zebua, A. J., Anas, A., Fitoni, A., & Malinda, I. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dan Aplikasi Keuangan Digital bagi Anggota Kelompok Pengrajin Batik Difabelpreneur Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi. *Sewagati: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 51–56. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i4.1103>