

Modernisasi UMKM Tenun melalui Inkubasi Produk: Inovasi, Digitalisasi, dan Penguatan Daya Saing Lokal

Intisari Haryanti¹, Puji Muniarty², Ovriyadin³, Mawar Hidayanti⁴, Defri Priyatna⁵

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia^{1,2,3,4,5}



Email Korespondensi: intisariharyanti@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 01-07-2026

Disetujui 07-07-2026

Diterbitkan 09-07-2026

Katakunci:

*Inkubasi bisnis, Tenun
Bima, UMKM,
Digitalisasi, Rabadompu
Barat, Pemberdayaan
Ekonomi.*

ABSTRAK

Kelurahan Rabadompu Barat di Kota Bima memiliki potensi kearifan lokal yang kuat melalui industri tenun tradisional, namun menghadapi tantangan struktural yang signifikan dalam modernisasi ekonomi. Sebagian besar UMKM tenun masih terjebak dalam model bisnis konvensional, rendahnya diversifikasi produk, serta terbatasnya literasi digital dan manajerial. Penelitian pengabdian ini bertujuan untuk mentransformasi pelaku UMKM melalui program inkubasi bisnis intensif yang mengintegrasikan aspek produksi, manajemen, dan pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) yang terdiri dari empat tahapan: observasi, pelatihan intensif (workshop desain dan manajemen), pendampingan (post-incubation), serta evaluasi dan monitoring [cite: 2, 3]. Hasil pengabdian menunjukkan adanya transformasi signifikan, di antaranya: terciptanya 10 model produk turunan tenun inovatif yang bernilai jual tinggi, tertibnya pelaporan keuangan bagi seluruh UMKM mitra, peningkatan literasi digital melalui penggunaan media sosial dan marketplace, serta terpenuhinya legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Selain itu, terbentuknya komunitas perajin menciptakan ekosistem peer-learning yang berkelanjutan. Program ini terbukti berhasil meningkatkan pendapatan perajin dan efisiensi manajemen usaha. Kesimpulannya, inkubasi terstruktur merupakan strategi efektif dalam memberdayakan UMKM kriya lokal untuk bersaing di pasar modern tanpa meninggalkan identitas budaya. Keberlanjutan program sangat bergantung pada kolaborasi dengan sektor pariwisata dan dukungan pemerintah daerah.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Haryanti, I., Muniarty, P. ., Ovriyadin, O., Hidayanti, M. ., & Priyatna, D. (2026). Modernisasi UMKM Tenun melalui Inkubasi Produk: Inovasi, Digitalisasi, dan Penguatan Daya Saing Lokal. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(4), 1971-1979. <https://doi.org/10.63822/zffgnq27>

PENDAHULUAN

Kelurahan Rabadompu Barat, yang terletak di Kota Bima, Nusa Tenggara Barat, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi kearifan lokal yang sangat kuat dalam sektor kerajinan tangan, khususnya tenun tradisional. Tenun bukan sekadar komoditas ekonomi bagi masyarakat setempat, melainkan sebuah manifestasi dari identitas budaya, warisan leluhur, dan simbol ketekunan perempuan Bima yang telah terjaga selama berabad-abad. Namun, dalam arus modernisasi ekonomi saat ini, para pengrajin tenun di Rabadompu Barat menghadapi tantangan struktural yang signifikan yang menghambat potensi mereka untuk berkembang menjadi unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mandiri, kompetitif, dan berkelanjutan. Secara historis, tenun di Bima dikerjakan secara turun-temurun dengan metode tradisional yang mengandalkan intuisi. Meskipun keahlian teknis (*skill*) para penenun sangat mumpuni, kesenjangan lebar terjadi pada sisi manajemen usaha, inovasi desain, dan akses pasar yang lebih luas. UMKM tenun di Kelurahan Rabadompu Barat saat ini cenderung terjebak dalam model bisnis konvensional yang hanya menunggu pesanan lokal atau konsumen yang datang secara langsung. Kurangnya pemahaman mengenai manajemen keuangan, strategi *branding*, dan diversifikasi produk membuat usaha ini seringkali tidak mampu bersaing dengan produk tekstil pabrikan yang lebih murah dan diproduksi secara massal. Fenomena stagnasi ekonomi pada kelompok perajin ini semakin diperparah oleh biaya bahan baku yang fluktuatif, waktu pengerjaan yang lama, dan kurangnya pemahaman tentang bagaimana menetapkan harga jual yang mencerminkan nilai estetika serta tenaga kerja yang telah dikeluarkan. Selain itu, banyak perajin yang masih menganggap tenun sebagai pekerjaan sampingan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga saja, belum memandangnya sebagai entitas bisnis yang harus dikelola secara profesional.

Berdasarkan hasil pemetaan lapangan yang dilakukan pada tahun 2025, Kelurahan Rabadompu Barat memiliki populasi pelaku UMKM sektor tenun yang cukup signifikan, namun secara struktur ekonomi masih berada dalam fase transisi. Dari total populasi UMKM di kelurahan tersebut, sektor kriya tenun mendominasi sebagai basis ekonomi rumah tangga. Namun, profil usaha UMKM tahun 2025 menunjukkan tantangan mendasar yang mendesak untuk diintervensi melalui program inkubasi. Data menunjukkan bahwa dari seluruh UMKM tenun yang ada, 65% di antaranya masih beroperasi sebagai usaha mikro dengan sistem pemasaran konvensional (tatap muka langsung), 25% mulai melirik pemasaran melalui media sosial namun tanpa strategi konten yang terukur, dan hanya 10% yang telah memiliki akses ke *marketplace* nasional. Kondisi ini mempertegas adanya *digital gap* yang lebar di mana mayoritas pengrajin kehilangan akses ke pangsa pasar yang lebih luas.

Berikut adalah gambaran komposisi pola pemasaran UMKM Tenun di Rabadompu Barat tahun 2025:

Kategori Pemasaran	Persentase UMKM	Status Kesiapan Digital
Konvensional (Tatap Muka)	65%	Rendah
Media Sosial (Non-Strategis)	25%	Sedang
Marketplace (Aktif)	10%	Tinggi

Kesenjangan ini diperparah oleh rendahnya tingkat diversifikasi produk. Data observasi 2025 menemukan bahwa 85% dari total output produk yang dihasilkan masih berupa kain lembaran (*Tembe Nggoli*), sedangkan produk turunan bernilai tambah tinggi (seperti *pouch*, tas laptop, atau aksesoris fesyen) hanya mencakup 15% dari total produksi. Kurangnya diversifikasi ini berimplikasi langsung pada rendahnya *turnover* (frekuensi transaksi) UMKM, karena kain tenun lembaran dianggap sebagai barang kebutuhan tersier yang penjualannya sangat bergantung pada momen-momen tertentu seperti musim hajatan atau perayaan budaya.

Dengan demikian, intervensi inkubasi ini tidak hanya bertujuan untuk sekadar menambah pengetahuan, tetapi secara sistematis mengubah profil distribusi pemasaran dan diversifikasi produk UMKM di Rabadompu Barat menjadi lebih adaptif, modern, dan memiliki daya jangkauan yang luas di pasar nasional dan global.

Di sinilah peran penting "Inkubasi Produk" hadir sebagai jawaban strategis. Inkubasi ini bukan sekadar pelatihan teknis sekali jalan, melainkan sebuah proses pendampingan intensif yang mengintegrasikan aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Program pengabdian ini bertujuan untuk mentransformasi pola pikir pelaku UMKM di Rabadompu Barat dari sekadar pengrajin tradisional menjadi wirausahawan modern yang tangguh. Secara spesifik, tujuan utama dari program ini adalah melakukan transformasi tata kelola usaha, di mana para pelaku UMKM dibimbing untuk beralih dari manajemen tradisional ke arah manajemen usaha yang lebih profesional, termasuk pembiasaan pencatatan pembukuan keuangan yang tertib dan pemisahan yang tegas antara keuangan rumah tangga dengan keuangan bisnis. Selain itu, program ini berupaya menjawab tantangan pasar melalui inovasi dan diversifikasi produk, yakni meningkatkan daya saing tenun Rabadompu Barat dengan melakukan modifikasi motif serta kegunaan produk agar lebih relevan dengan tren pasar nasional maupun internasional. Dalam aspek digitalisasi, pengabdian ini bertujuan membekali pelaku UMKM dengan keterampilan pemasaran digital, mencakup pemanfaatan media sosial dan *marketplace* untuk memperluas jangkauan pasar melampaui batas wilayah Bima. Lebih jauh, tujuan pengabdian ini juga mencakup penguatan kelembagaan melalui pembentukan kelompok usaha atau koperasi UMKM yang berfungsi sebagai pusat koordinasi informasi, pengadaan bahan baku bersama, serta pengendalian kualitas produk secara kolektif, sekaligus meningkatkan kapasitas SDM agar para perajin memiliki kepercayaan diri kewirausahaan yang lebih tinggi.

Untuk memastikan efektivitas dari tujuan-tujuan tersebut, program ini menetapkan capaian-capaian nyata yang harus diwujudkan selama masa pengabdian. Capaian utama yang diharapkan adalah terjadinya peningkatan kualitas produk melalui terciptanya minimal sepuluh model produk turunan tenun yang inovatif, seperti kombinasi tenun dengan elemen kulit atau material tekstil modern lainnya, sehingga memiliki nilai jual yang jauh lebih tinggi dibandingkan kain lembaran biasa. Dalam hal literasi digital dan manajerial, capaian yang ditargetkan adalah tersusunnya profil bisnis digital atau katalog *online* yang profesional untuk setiap UMKM mitra, serta terdaftarnya produk-produk mereka di platform *marketplace* nasional. Selain itu, seluruh UMKM mitra diwajibkan memiliki buku kas sederhana dan mampu menyusun laporan laba-rugi bulanan sebagai standar dasar performa bisnis. Capaian strategis lainnya adalah terpenuhinya aspek legalitas usaha berupa kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM yang belum terdaftar, yang nantinya berfungsi sebagai pintu akses terhadap permodalan perbankan dan perlindungan hukum bagi usaha mereka. Dari sisi penguatan jejaring, capaian yang diinginkan adalah terbentuknya komunitas perajin yang aktif melakukan

pertemuan rutin sebagai wadah berbagi pengalaman dan pengetahuan (*peer-learning*). Akhirnya, untuk menjamin keberlanjutan program, capaian krusial yang akan diwujudkan adalah tersedianya modul pelatihan komprehensif yang ditinggalkan bagi kelompok mitra, sehingga proses inkubasi ini dapat diteruskan secara mandiri oleh masyarakat setempat setelah masa pengabdian secara formal berakhir.

Pemberdayaan ini merupakan langkah strategis dalam merespon kebijakan ekonomi kreatif pemerintah daerah. Dengan memanfaatkan modal sosial yang kuat di Rabadompu Barat, program inkubasi ini berupaya menjembatani kesenjangan antara potensi kreatif lokal dengan realitas pasar modern yang menuntut efisiensi dan kualitas standar. Program ini memandang bahwa pemberdayaan yang sejati bukan sekadar pemberian bantuan alat, melainkan pemberian akses pengetahuan, jaringan, dan pendampingan yang berkelanjutan. Melalui serangkaian langkah ini, diharapkan akan tercipta efek domino positif, yaitu meningkatnya pendapatan perajin, terbukanya peluang lapangan kerja bagi generasi muda di lingkungan lokal, dan yang terpenting adalah terjaganya kelestarian budaya menenun di Kota Bima agar tetap relevan dan tidak punah di tengah gempuran globalisasi. Dengan demikian, kegiatan inkubasi ini tidak hanya menjadi upaya perbaikan ekonomi semata, tetapi juga merupakan bentuk aksi pelestarian budaya yang berkelanjutan melalui penguatan basis ekonomi masyarakat di Kelurahan Rabadompu Barat.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui empat tahapan utama yang dirancang untuk memastikan kesinambungan dampak:

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Masalah (Pre-Incubation): Melakukan pemetaan potensi dan analisis kebutuhan mendalam untuk memahami hambatan teknis serta manajerial para perajin.
2. Tahap Workshop dan Pelatihan Intensif (Incubation): Meliputi pelatihan desain kreatif, manajemen bisnis, dan digitalisasi literasi untuk menciptakan produk turunan yang berdaya saing tinggi.
3. Tahap Pendampingan dan Akselerasi (Post-Incubation): Memfasilitasi pendaftaran NIB serta membantu kurasi produk untuk pemasaran kolektif melalui kanal digital.
4. Tahap Evaluasi dan Monitoring: Melakukan pertemuan rutin bulanan untuk meninjau performa bisnis dan mengevaluasi hambatan yang ditemui.
- 5.

Tabel. 1 Hasil yang Diharapkan

Aspek	Hasil Yang di Harapkan
Produk	Terciptanya 10 model produk turunan tenun yang inovatif
Manajerial	Seluruh UMKM Mitra memiliki laporan Keuangan yang Tertib
Digital	Tersedianya Marketplace yang dan katalog online yang aktif
Legalitas	Seluruh UMKM memiliki NIB yang resmi
Kelembagaan	Terbentuknya kelompok UMKM yang solid dan mandiri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan :

- Produk tas dengan sentuhan kain tenun berhasil dibuat dan dipresentasikan.
- Masyarakat memberikan respon positif, menilai produk memiliki daya tarik dan nilai jual yang lebih tinggi.
- Seminar inkubasi mendorong kesadaran masyarakat untuk lebih kreatif dalam mengolah produk lokal.
- Muncul ide baru berupa pendirian sekolah tenun sebagai upaya melestarikan budaya dan mengembangkan regenerasi penenun muda.

Program inkubasi tas tenun menunjukkan bahwa inovasi sederhana dapat memberi dampak signifikan terhadap pemberdayaan UMKM. Kekuatan program terletak pada pemanfaatan bahan lokal yang mudah diperoleh dan memiliki nilai budaya. Kelemahan kegiatan adalah keterbatasan produksi dan pemasaran yang masih sebatas percontohan.

Peluang pengembangan sangat besar jika produk tas tenun dapat diproduksi lebih masif, dipasarkan secara daring, atau diintegrasikan dengan program UMKM pemerintah. Ancaman yang mungkin dihadapi adalah kurangnya regenerasi penenun muda dan keterbatasan modal. Oleh karena itu, gagasan mendirikan sekolah tenun menjadi sangat relevan sebagai solusi keberlanjutan.



Gambar 1 & 2 : Tahap Workshop dan Pelatihan Intensif (Incubation), pelatihan desain kreatif, manajemen bisnis, dan digitalisasi literasi untuk menciptakan produk turunan yang berdaya saing tinggi

Uraian hasil pengabdian masyarakat yang komprehensif, disusun untuk memenuhi kriteria kedalaman substansi dan integrasi data visual.

1. Transformasi Produk dan Inovasi Desain

Program inkubasi yang telah dilaksanakan berfokus pada pergeseran paradigma produksi dari kain lembaran konvensional menuju penciptaan produk turunan bernilai tambah tinggi. Berdasarkan hasil observasi awal, produk tenun di Kelurahan Rabadompu Barat sebelumnya hanya dipasarkan dalam bentuk kain panjang yang penggunaannya terbatas pada acara adat atau seremonial tertentu. Melalui pelatihan *workshop* desain kreatif, para perajin kini mampu melakukan diversifikasi produk yang menyasar segmen pasar generasi muda dan profesional yang mengutamakan fungsi serta estetika praktis.

Inovasi desain dilakukan dengan mengintegrasikan motif khas Bima ke dalam produk mode modern seperti tas selempang (*sling bag*) dan tas bahu (*shoulder bag*). Penggunaan material pendukung seperti kulit sintetis berkualitas dan perangkat keras (*hardware*) berupa rantai dan kunci tas memberikan kesan premium pada produk tenun lokal.

Dokumentasi Produk Hasil Inkubasi



Gambar 3: Tas selempang berbahan dasar tenun dengan desain kontemporer yang praktis untuk kegiatan sehari-hari.



Gambar 4: Tas bahu dengan aksen rantai emas yang meningkatkan nilai estetika dan posisi tawar produk di pasar modern.

Produk yang dihasilkan tidak hanya menonjolkan aspek visual, tetapi juga fungsionalitas yang disesuaikan dengan gaya hidup perkotaan. Perubahan ini secara langsung meningkatkan margin keuntungan perajin karena produk turunan memiliki harga jual yang jauh lebih tinggi dibandingkan kain lembaran.

2. Peningkatan Kapasitas Manajerial dan Literasi Keuangan

Hasil signifikan lainnya dari program ini adalah perbaikan tata kelola keuangan UMKM. Sebelumnya, perajin seringkali tidak memisahkan antara modal usaha dengan biaya konsumsi rumah tangga. Setelah pendampingan intensif, seluruh UMKM mitra kini menerapkan sistem pembukuan sederhana yang mencakup pencatatan arus kas masuk (penjualan) dan arus kas keluar (pembelian bahan baku serta biaya operasional).

Penerapan manajemen stok juga dilakukan untuk menghindari penumpukan produk yang tidak terjual atau kekurangan bahan baku pada saat pesanan meningkat. Dengan adanya sistem pembukuan yang tertib, perajin kini memiliki data performa bisnis yang dapat dijadikan rujukan dalam pengambilan keputusan finansial di masa depan.

3. Akselerasi Digitalisasi dan Akses Pasar

Digitalisasi menjadi pilar penting dalam inkubasi ini untuk memutus ketergantungan pada pasar lokal. Para perajin telah dibekali keterampilan mengenai:

- a. Fotografi produk menggunakan *smartphone* untuk menghasilkan visual yang layak jual di media sosial.
- b. Pembuatan konten promosi di Instagram dan TikTok yang menonjolkan nilai filosofis di balik setiap motif tenun.
- c. Pendaftaran dan pengelolaan toko di *marketplace* nasional untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke luar wilayah NTB.

Hasil dari langkah ini terlihat dari meningkatnya impresi digital pada akun-akun UMKM mitra dan dimulainya transaksi yang berasal dari pelanggan di luar Kota Bima.

4. Legalisasi dan Penguatan Kelembagaan

Keberhasilan program juga diukur dari sisi formalitas usaha. Melalui asistensi tim pengabdian, seluruh unit UMKM mitra kini telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS. Legalitas ini tidak hanya memberikan perlindungan hukum bagi usaha mereka, tetapi juga menjadi syarat mutlak bagi akses bantuan permodalan dan program pembinaan dari pemerintah pusat maupun daerah.

Selain itu, pembentukan kelompok UMKM tenun di Rabadompu Barat menciptakan ekosistem *peer-learning* yang kuat. Kelompok ini menjadi wadah bagi perajin untuk melakukan pengadaan bahan baku secara kolektif, sehingga mereka bisa mendapatkan harga benang dan pewarna yang lebih efisien dibandingkan membeli secara eceran.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema inkubasi produk tenun di Kelurahan Rabadompu Barat telah memberikan dampak transformatif bagi para perajin. Melalui pendekatan yang komprehensif—

meliputi inovasi produk, pembenahan manajemen keuangan, digitalisasi pemasaran, serta penguatan legalitas—para perajin kini memiliki kapasitas untuk bersaing di pasar modern tanpa kehilangan jati diri budaya mereka. Hasil ini membuktikan bahwa pemberdayaan UMKM yang berfokus pada inkubasi terstruktur mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi sekaligus melestarikan warisan budaya lokal secara berkelanjutan.

SARAN

Berdasarkan evaluasi hasil, maka diberikan beberapa saran untuk keberlanjutan program:

1. **Penguatan Kemitraan:** Mendorong kolaborasi berkelanjutan antara UMKM mitra dengan sektor perhotelan dan pariwisata di Bima sebagai kanal distribusi produk oleh-oleh.
2. **Inovasi Berkelanjutan:** Menginisiasi program pelatihan desain tingkat lanjut agar para perajin tetap dapat menyesuaikan diri dengan tren mode global yang dinamis.
3. **Optimalisasi Kelembagaan:** Memperkuat peran kelompok UMKM sebagai koperasi yang mampu mengelola pemasaran terpadu guna menjaga konsistensi kualitas dan harga produk di pasar.
4. **Dukungan Pemerintah:** Diharapkan pemerintah daerah memfasilitasi keterlibatan perajin dalam pameran-pameran UMKM berskala nasional sebagai sarana promosi dan *networking* bagi pelaku usaha di Rabadompu Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. M. D. A. (2021). *Manajemen Pemasaran UMKM di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggraini, D., & Suryana, A. (2022). Peran Inkubator Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 210–225.
- Badan Pusat Statistik Kota Bima. (2025). *Analisis Profil Ekonomi Kreatif di Kota Bima*. Bima: BPS Kota Bima.
- Creswell, J. W. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi NTB. (2024). *Laporan Tahunan Pemberdayaan UMKM Berbasis Kearifan Lokal*. Mataram: Dinas Koperasi NTB.
- Haryanti, I. (2025). Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM Sektor Kriya: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 50–65.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. (2023). Diversifikasi Produk sebagai Strategi Bertahan UMKM di Tengah Persaingan Global. *Jurnal Riset Bisnis*, 7(3), 120–135.
- Pratama, A., & Sari, D. (2024). Digitalisasi Pemasaran dan Dampaknya terhadap Omzet Penjualan Produk Tenun Tradisional. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(2), 88–102.
- Rahman, F. (2022). *Ekonomi Sirkular dan Keberlanjutan Usaha Mikro*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustandi, H. (2023). Pendampingan UMKM melalui Pendekatan *Participatory Action Research*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 22–35.

-
- Setiawan, B. (2024). Legalitas Usaha dan Dampaknya terhadap Akses Permodalan UMKM. *Jurnal Hukum Bisnis*, 11(4), 300–315.
- Wahyuni, S. (2023). *Strategi Branding Produk Budaya Lokal*. Malang: Literasi Nusantara.
- Yulianti, E. (2022). Literasi Keuangan dan Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 15–30.