



## Penguatan Literasi Keuangan Digital dan Pemasaran Online pada Usaha Tenun Batak Melayu

Linda Lores<sup>1</sup>, Eka Dewi Setia Tarigan<sup>2</sup>, Mas'ut<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area<sup>1,2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara<sup>3</sup>

e-mail: [linda@staff.uma.ac.id](mailto:linda@staff.uma.ac.id), [ekadewi@staff.uma.ac.id](mailto:ekadewi@staff.uma.ac.id), [masut@fe.uisu.ac.id](mailto:masut@fe.uisu.ac.id)

### Abstrak

Salah satu faktor krusial dalam kesuksesan sebuah usaha adalah kemampuan mengelola keuangan melalui platform digital. Pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi keuangan digital sekaligus kemampuan pemasaran online para pelaku usaha Rehani. Kegiatan meliputi pelatihan penggunaan platform digital untuk pemasaran dan transaksi, pendampingan pengelolaan keuangan digital, serta edukasi keamanan transaksi online. Pelaksanaan kegiatan mencakup studi awal, pelatihan dan diskusi, pendampingan teknis, serta proses evaluasi. Hasil pelaksanaan pengabdian menunjukkan peningkatan akan pemahaman dan kemampuan di karyawan dan pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi keuangan digital, dan menunjukkan peningkatan pemahaman dalam pemasaran online. Peningkatan literasi ini diharapkan dapat memperkuat daya saing dan pengembangan usaha ke depannya.

**Kata Kunci:** *Literasi Keuangan, Keberlanjutan, Pemasaran Online.*

### Abstract

One of the crucial factors in the success of a business is the ability to manage finances through a digital platform. This community service aims to improve digital financial literacy as well as online marketing skills of Rehani business actors. Activities include training in the use of digital platforms for marketing and transactions, assistance in digital financial management, and education on online transaction security. The implementation of activities includes initial studies, training and discussions, technical assistance, and the evaluation process. The results of the implementation of the community service show an increase in understanding and ability in employees and business actors in using digital financial applications, and show an increase in understanding in online marketing. This increase in literacy is expected to strengthen competitiveness and business development in the future.

**Kata Kunci:** *Financial Literacy, Sustainability, Online Marketing.*

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tenun Batak Melayu fokus pada kerajinan tangan, khususnya pembuatan kain tradisional Tenun Batak Melayu yang sarat dengan nilai budaya dan seni khas suku Batak Melayu. Tenun memiliki karakteristik dan motif yang khas, mencerminkan identitas budaya (Berybe et al., 2024; Nadia Imelda et al., 2023).

Usaha Tradisional, tenun Batak Melayu, telah menjadi bagian dari ekonomi kreatif Indonesia (Siregar et al., 2017). Salah satu usaha tenun yang telah berkembang adalah Rehani Tenun, yang telah beroperasi sejak 28 Maret 2014 dan berlokasi di Jalan Tangkul 1 No 10B Medan. Usaha ini menawarkan berbagai produk seperti Ulos, Tenun Melayu, dan batik, yang menunjukkan adanya upaya untuk melestarikan dan mengembangkan kerajinan tenun tradisional.

Namun, banyak pelaku usaha ini masih menemui berbagai kendala, terutama terkait dan dalam penggunaan teknologi digital untuk transaksi keuangan dan pemasaran akan produk yang dihasilkan (Fauziah et al., 2025; Purnamasari et al., 2024). Selain itu, minimnya pengetahuannya ini juga berisiko menimbulkan kesalahan dalam pengelolaan keuangan, yang dapat berdampak negatif pada keberlangsungan usaha. Tak kalah pentingnya, pemasaran online bagi usaha, termasuk usaha tenun tradisional. memanfaatkan platform digital, pelaku usaha tenun dapat terus meningkatnya jangkauan pemasaran produk mereka secara lebih efisien dan efektif (Supandi & Johan, 2022; Yansahrita et al., 2023).

Pengabdian masyarakat ini diarahkan untuk memperkuat kemampuan pengrajin tenun dalam mengelola keuangan melalui peningkatan literasi keuangan digital. Upaya ini bertujuan agar pelaku usaha, khususnya usaha Rehani, dapat memanfaatkan teknologi keuangan digital secara optimal. Peningkatan literasi keuangan digital diyakini dapat mendukung pengelolaan keuangan yang lebih efektif (Cahyono & Suarantalla, 2024; Hermawan et al., 2024; Rahman Berutu & Aslami, 2023) dan sekaligus memanfaatkan platform pemasaran online secara efektif untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk tenun dan perkembangan usahanya.

## **METODE**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu observasi langsung, wawancara, serta tindakan pelatihan dan diskusi. Selain itu, pendampingan dan evaluasi juga dilakukan secara berkala untuk memastikan efektivitas kegiatan. Dokumentasi lengkap turut mendukung proses ini. Kegiatan diikuti oleh 8 (delapan) peserta yang merupakan para karyawan serta pemilik usaha tenun Batak Melayu.

Pelatihan disampaikan melalui penyampaian materi secara sistematis, disertai sesi tanya jawab untuk meningkatkan pemahaman peserta kegiatan. Kegiatan ini dijalankan dalam beberapa tahapan dimulai dari pengumpulan data dan identifikasi kebutuhan hingga pelaksanaan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi hasil. Pendekatan ini bertujuan agar edukasi mengenai literasi keuangan digital dan pemasaran online dapat diterima dengan baik dan diaplikasikan oleh peserta dalam aktivitas usaha mereka. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelatihan dan sebagai bahan perbaikan ke depan. Dokumentasi kegiatan mencakup rekaman materi, foto, dan catatan evaluasi sebagai bukti pelaksanaan. Tahapan pelaksanaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Pelaksanaan Pengabdian

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Output/Keluaran
1	Pelatihan	Penyampaian materi literasi keuangan digital dan Digital Marketing, dengan penggunaan aplikasinya	Hari ke 1	Peserta memahami konsep dan aplikasi platform digital
2	Pendampingan dan Bimbingan	Pendampingan langsung dalam praktik penggunaan aplikasi dan pengelolaan digital	Hari ke 2	Pelaku usaha mampu menggunakan aplikasi keuangan dan marketing digital dengan baik
3	Evaluasi	Evaluasi pemahaman peserta dalam penerapan literasi keuangan dan marketing digital	Hari ke 2	Laporan hasil evaluasi
4	Dokumentasi dan Pelaporan	Mendokumentasikan kegiatan dan menyusun laporan pengabdian	selanjutnya	Dokumentasi lengkap dan laporan kegiatan

Metode pelaksanaan yang mencakup tahap pelatihan dan pendampingan disusun sedemikian rupa agar dapat berjalan secara optimal dan memberikan pengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha. Harapannya, peserta dapat menguasai teknologi digital dengan baik sehingga pengelolaan usaha mereka mengalami peningkatan secara signifikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM yang dilaksanakan dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan operasional usaha yang dijalankan untuk keberlangsungan usahanya, baik karyawan maupun pemilik, dengan berbasis digital. Program ini mencakup beberapa kegiatan pokok, mulai dari sosialisasi kepada peserta untuk memperkenalkan tujuan dan manfaat program, dilanjutkan dengan pelatihan intensif yang dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, terdapat pendampingan teknis yang berfokus pada membantu peserta dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh ke dalam praktik usaha sehari-hari mereka. Melalui rangkaian kegiatan ini, peserta diharapkan dapat menguasai teknologi digital dengan baik dan mengintegrasikannya secara efektif dalam pengelolaan usaha mereka, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Selain itu, dilakukan juga evaluasi dan monitoring secara berkala untuk mengukur sejauh mana peserta mampu menerapkan pengetahuan tersebut dan melihat dampak nyata dalam pengelolaan usaha mereka. Seluruh rangkaian kegiatan ini melibatkan delapan peserta yang merupakan pelaku usaha terkait. Dengan desain program yang terstruktur, pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kemampuan digital para pelaku usaha, sehingga operasional usaha mereka menjadi lebih efisien dan efektif. Proses pendampingan secara langsung juga

bertujuan untuk memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan bantuan yang dibutuhkan sesuai dengan tantangan yang mereka hadapi dalam penerapan teknologi digital.

Pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan tahapan pelaksanaan dan hanya terdapat perbedaan waktu yang digunakan dalam pelatihan dan pendampingan para peserta pelatihan yang melewati batas waktu.



Gambar 1. Foto Bersama Peserta Pelatihan



Gambar 2. Foto saat Pelatihan



Gambar 3. Tim PKM dan Pemilik Usaha

Tabel : Tahapan dan Hasil yang dicapai PKM

No	Tahapan Metode Pelaksanaan	Hasil yang Dicapai	Pembahasan
1	Pendahuluan	Teridentifikasi tingkat literasi keuangan digital dan kebutuhan para karyawan dan pelaku terkait pemasaran online	Pelaku usaha masih memiliki keterbatasan dalam manajemen keuangan digital serta perlunya pengembangan digital marketing produk
2	Pelatihan dan Diskusi	Peserta pelatihan dapat memahami konsep literasi keuangan digital dan teknik pemasaran online	Pelatihan dilakukan secara efektif dengan meningkatkan pemahaman peserta tentang penggunaan aplikasi keuangan digital dan platform pemasaran seperti marketplace dan media sosial lain
3	Pendampingan	Peserta Pelatihan dapat mengaplikasikan teknologi	Membantu peserta pelatihan dalam praktik langsung, dan

No	Tahapan Metode Pelaksanaan	Hasil yang Dicapai	Pembahasan
		digital untuk transaksi dan pemasaran produk	menguatkan rasa kepercayaan diri serta keterampilan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran online
4	Evaluasi	Terdapat peningkatan peserta dalam kemampuannya mengelola keuangan digital dan pemasaran online	Evaluasi menemukan peserta pelatihan semakin mahir dalam penggunaan aplikasi digital dan memahami pentingnya keamanan transaksi
5	Dokumentasi dan Pelaporan	Persiapan laporan lengkap dan dokumentasi kegiatan pengabdian kepada Masyarakat	Dokumentasi menjadi bahan referensi untuk pengembangan program selanjutnya

## SIMPULAN

Kegiatan PKM dijalankan oleh Tim pelaksana berdampak pada meningkatkan literasi keuangan digital dan kemampuan digital marketing para peserta pelatihan yang terdiri atas karyawan dan pemilik usaha Rehani (Tenun Batak Melayu). Dengan selesainya setiap tahapan diantaranya pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, peserta diharapkan lebih memahami dan mengaplikasikan teknologi digital baik dalam pengelolaan keuangan serta tetap terus memperluas jangkauan pasar produk melalui platform digital. Meningkatnya kesadaran akan keamanan transaksi digital menjadi salah satu capaian penting. Sehingga, dapat memperkuat keberlanjutan dan pengembangan usaha Rehani di tengah persaingan ekonomi digital saat ini.

Kegiatan ini juga mendapat dukungan penuh dari pihak sekolah dan guru Pendidikan Agama Islam, karena terbukti membantu menyempurnakan proses pembelajaran keagamaan yang selama ini kurang optimal dalam hal praktik bacaan. Oleh karena itu, program pelatihan tahsin ini dapat direkomendasikan untuk dilanjutkan secara berkala, baik dalam bentuk ekstrakurikuler maupun program pembinaan khusus, agar manfaatnya dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh seluruh siswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berybe, A., Etheldreda, Y., Dae, I., Umul, D. S., Bessie, P. A., Berybe, G. A., & Commodus, P. (2024). *Komodifikasi Tenun Songke Pada Pengrajin Tenun Di Desa Batu Cermin , Kabupaten Manggarai Barat Sebagai Produk Pelengkap Pariwisata*. 2(7), 2210–2228.
- Cahyono, T. D., & Suarantalla, R. (2024). *Dampak Literasi Keuangan , Literasi digital dan Finansial Teknologi Terhadap Keberlanjutan Bisnis*. 10, 804–813.
- Fauziah, Z. Z., Rahmawati, C., Salsabila, N., & Zahra, R. (2025). *Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah UMKM di*. 4.

- Hermawan, A., Septiawan, B., Hadiyat, Y. R., & Noch, R. M. (2024). *Mendorong literasi dan inklusi keuangan terhadap pengelolaan keuangan masyarakat*. 8(3), 2735-2746.
- Nadia Imelda, Putri, N. A., Salahuddin Al Asadullah, & Daulay, I. (2023). Eksplorasi Identitas Budaya Dan Nilai Tradisional Melayu Melalui Kain Tenun Songket. *Kaisa: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(2), 69-79. <https://doi.org/10.56633/kaisa.v3i2.617>
- Purnamasari, E. D., Desitama, L., & Asharie, A. (2024). *Edukasi dan Pelatihan Keuangan Digital Sebagai Upaya Pengembangan Pertanian dan UMKM di Desa Kemang*. 8(3), 228-234.
- Rahman Berutu, F., & Aslami, N. (2023). Strategi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Kain Tenun Ulos Silalahi Dengan Tantangan Berinovasi Pada Era Modern Guna Meningkatkan Daya Saing (Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Dairi). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 12(12), 12-18. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10419138>
- Siregar, M., Artikel, I., Kunci, K., Budaya, I., & Ulos Batak, K. (2017). Mangihut Siregar Jurnal Studi Kultural Industri Kreatif Ulos pada Masyarakat Pulau Samosir. *Jurnal Studi Kultural*, II(1), 1-5. <http://journals.an1image.net/index.php/ajsk>
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 15. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i1.13701>
- Yansahrita, Y., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Digital Marketing: Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industry di Wilayah Oku Timur. *ECo-Buss*, 6(1), 410-417. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.887>