



Pemberdayaan Pengrajin Purun Melalui Pelatihan Inovasi, Keuangan, dan Pemasaran Digital UMKM Beujroh

Khairul Hasni ¹⁾, Sri Wahyuni ²⁾*, Rambang Muharramsyah ³⁾, Putri Natasya ²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Almuslim. Bireuen, Indonesia.

²⁾Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Almuslim. Bireuen, Indonesia.

³⁾Program Studi Magister Ilmu Pendidikan Sosial, Universitas Almuslim. Bireuen, Indonesia.

Abstrak

Kawasan lahan basah Paya Nie di Kabupaten Bireuen memiliki potensi ekologis dan ekonomi melalui pemanfaatan tanaman purun sebagai bahan baku kriya. Namun, keterbatasan inovasi desain, manajemen usaha, serta strategi pemasaran membuat produk anyaman purun UMKM Beujroh kurang memiliki daya saing. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan pengrajin purun melalui pelatihan inovasi produk, manajemen keuangan, agroforestri lahan basah, dan pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan kombinasi ceramah, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan intensif. Sebanyak 40 pengrajin purun mengikuti kegiatan, yang dievaluasi menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* berbasis skala Likert serta observasi lapangan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan, dengan rata-rata skor *pre-test* sebesar 50,35 meningkat menjadi 79,75 pada *post-test* (kenaikan 29,4 poin). Aspek inovasi desain mendorong lahirnya produk baru yang lebih sesuai tren pasar, manajemen keuangan memperkuat literasi pencatatan usaha, agroforestri meningkatkan kesadaran pelestarian bahan baku, dan pemasaran digital membuka peluang akses pasar lebih luas. Temuan ini membuktikan bahwa pelatihan terpadu efektif dalam meningkatkan kapasitas pengrajin purun, memperkuat ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, sekaligus mendukung keberlanjutan lingkungan lahan basah. Model pelatihan terpadu ini berhasil menciptakan sinergi untuk UMKM berbasis serat alam.

Kata kunci: inovasi produk; manajemen keuangan; pemasaran digital; pengrajin purun.

Empowering Purun Artisans Through Training in Innovation, Finance, and Digital Marketing for Beujroh MSMEs

Abstract

The Paya Nie wetland area in Bireuen Regency holds both ecological and economic potential through the utilization of purun plants as raw materials for handicrafts. However, limited design innovation, business management, and marketing strategies have constrained the competitiveness of purun woven products produced by UMKM Beujroh. This community service program aimed to empower purun artisans through integrated training in product innovation, financial management, wetland agroforestry, and digital marketing. A participatory approach was employed, combining lectures, group discussions, hands-on practice, and intensive mentoring. Forty purun artisans participated, and the program was evaluated using a Likert-scale pre-test and post-test instrument complemented by field observations. The results indicated a significant improvement, with the average pre-test score of 50.35 increasing to 79.75 in the post-test (a gain of 29.4 points). Training in design innovation encouraged the development of market-oriented products, financial management enhanced literacy in business record-keeping, agroforestry increased awareness of sustainable raw material management, and digital marketing expanded potential market access. These findings demonstrate that integrated training is effective in enhancing the capacity of purun artisans, strengthening the creative economy based on local wisdom, and supporting the sustainability of wetland ecosystems. The integrated training model created synergy for fiber-based MSMEs.

Keywords: product innovation; financial management; digital marketing; purun artisans.

* Korespondensi Penulis. E-mail: sriwahyuni@umuslim.ac.id

PENDAHULUAN

Kawasan lahan basah Paya Nie di Kabupaten Bireuen memiliki potensi ekologis dan ekonomi yang unik, salah satunya melalui pemanfaatan tanaman purun sebagai bahan baku kerajinan tangan. Anyaman purun telah lama menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, terutama perempuan di bawah naungan UMKM Beujroh memproduksi tikar, tas, dan peralatan rumah tangga sederhana. Namun, potensi tersebut belum tergarap secara optimal karena keterbatasan keterampilan inovasi desain, manajemen usaha, dan strategi pemasaran. Produk yang dihasilkan cenderung masih tradisional dengan nilai tambah rendah, sehingga daya saingnya terbatas di pasar modern (Sari et al., 2024). Di sisi lain, keberadaan purun yang melimpah seharusnya menjadi sumber daya strategis untuk mendorong ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal (Mardiana et al., 2021; Yudistira & Rahmini, 2021). Namun, pengelolaan sumber daya tanaman purun belum dilakukan secara berkelanjutan terutama pada saat musim kering. Eksploitasi yang dilakukan secara terus menerus akan berisiko kurangnya bahan baku purun di masa yang akan datang. Kondisi ini mengidentifikasi pentingnya upaya perbaikan dalam pengelolaan sumber daya purun yang berkelanjutan. Hal ini menuntut adanya intervensi berupa pemberdayaan yang terarah agar pengrajin, khususnya perempuan, mampu meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi.

Pemberdayaan perempuan dalam bidang kriya anyaman purun di bawah UMKM Beujroh tidak hanya berimplikasi pada peningkatan pendapatan keluarga, tetapi juga pada pelestarian lingkungan lahan basah. Ketersediaan tanaman purun merupakan faktor fundamental dalam menjamin keberlanjutan pengrajin UMKM Beujroh. Pasokan purun yang tidak stabil akan menghambat proses produksi, menurunkan produktivitas dan pendapatan pengrajin perempuan dimasa yang akan datang. Selain itu, pengelolaan tanaman purun yang tidak berkelanjutan akan menimbulkan degradasi lingkungan. Konsep agroforestri lahan basah (paludikultur) dapat menjadi landasan penting dalam menjaga keberlanjutan sumber daya purun sekaligus memastikan ketersediaan bahan baku secara berkelanjutan.

Lebih jauh, keterlibatan perempuan dalam kegiatan ekonomi kreatif membuka ruang bagi mereka untuk mengambil peran strategis dalam pembangunan desa. Hal ini sejalan dengan agenda nasional mengenai pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam sektor ekonomi kreatif yang menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi daerah (Adiwijaya & Yovita, 2023; Mere et al., 2023; Wahyuni et al., 2023). Dengan demikian, penguatan kapasitas perempuan melalui pelatihan terpadu yang mencakup pelatihan agroforestri serta didukung pelatihan inovasi, manajemen keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital di UMKM Beujroh menjadi sebuah kebutuhan mendesak.

Transformasi digital yang semakin masif juga membuka peluang baru bagi pengembangan kriya anyaman purun. Pemanfaatan media sosial, platform *e-commerce*, dan teknik pemasaran digital dapat memperluas akses pasar hingga ke tingkat nasional bahkan internasional. Namun, rendahnya literasi digital di kalangan pengrajin purun UMKM Beujroh menjadi kendala utama yang perlu diatasi. Pelatihan dan pendampingan yang terstruktur akan membantu pengrajin memahami cara memanfaatkan teknologi untuk promosi dan penjualan produk. Di sisi lain, beberapa program pelatihan sebelumnya cenderung menitikberatkan pada penguatan inovasi produk dan keterampilan teknis produksi kerajinan purun secara digital. Program pelatihan sebelumnya antara lain pelatihan inovasi produk anyaman purun dan pemanfaatan platform *e-commerce* di Palangkaraya dan Sumatera Utara, pelatihan *digital marketing* pada produk kerajinan purun di Banjarmasin dan Burai (Adiwijaya & Yovita, 2023; Maiyanti et al., 2022; Sari et al., 2024; Widaryandhi et al., 2023).

Kegiatan pengabdian ini menghadirkan pendekatan baru melalui konsep pelatihan terpadu “UMKM Beujroh” yang mengintegrasikan pelatihan agroforestri sebagai upaya pelestarian dan keberlanjutan tanaman purun dengan pemasaran digital. Model pelatihan terpadu merupakan intervensi terbaru yang masih belum banyak diterapkan dalam program pemberdayaan UMKM yang mengintegrasikan kedua aspek ini. Dalam implementasinya, pelatihan ini didukung oleh penguatan inovasi desain produk dan manajemen keuangan sebagai aspek pendukung yang berperan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha anyaman purun. Pendekatan kriya anyaman purun bukan hanya diposisikan sebagai produk kerajinan tradisional, tetapi juga sebagai bagian dari rantai ekonomi kreatif yang inovatif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, pengabdian ini berfokus pada upaya peningkatan kapasitas perempuan melalui pelatihan terintegrasi di UMKM Beujroh, meliputi aspek desain produk, manajemen usaha, agroforestri, dan pemasaran digital, sebagai strategi pemberdayaan yang berdampak ganda: peningkatan kesejahteraan dan pelestarian lingkungan (Danendra et al., 2025; Zuliawati et al., 2024; Imani et al., 2022; Maiyanti et al., 2022; Novita et al., 2025; Suprihatin et al., 2024; Wahyuni et al., 2022; Widyarendhi et al., 2023). Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pengrajin dalam pengembangan produk nilai tambah, pengelolaan keuangan usaha, penerapan agroforestri lahan basah untuk keberlanjutan bahan baku, serta pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai ekonomi produk.

METODE

Kegiatan pemberdayaan ini menggunakan pendekatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dengan metode partisipatif. Tahap awal diawali dengan identifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok sasaran di UMKM Beujroh, kemudian dilanjutkan dengan rekrutmen peserta yang memiliki keterlibatan dalam usaha anyaman purun. Pelatihan ini diikuti oleh 40 peserta dari anggota kelompok pengrajin anyaman purun UMKM Beujroh dan dilaksanakan di Desa Blang Mee, Kecamatan Kuta Blang, Kabupaten Bireuen. Selanjutnya, disusun materi pelatihan yang mencakup empat aspek utama, yaitu inovasi desain produk, manajemen keuangan usaha kecil, teknik agroforestri lahan basah (paludikultur), serta penerapan pemasaran digital. Setiap materi dikembangkan berdasarkan kebutuhan riil pengrajin UMKM Beujroh sekaligus merujuk pada praktik terbaik dalam pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal (Nurulyana, 2024; Zahara et al., 2024).

Pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi ceramah interaktif, diskusi kelompok, praktik langsung, dan pendampingan intensif di UMKM Beujroh. Untuk menilai efektivitas kegiatan, digunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* berbasis skala Likert (1–5) yang merepresentasikan empat aspek yaitu: 1) inovasi desain produk kriya anyaman purun; 2) manajemen keuangan; 3) agroforestri lahan basah (paludikultur tanaman purun); dan 4) penerapan pemasaran digital. Untuk memperjelas pengukuran masing-masing aspek, indikator yang digunakan disajikan pada Tabel 1:

Tabel 1. Aspek dan Indikator *Pre Test* dan *Post Test*

Aspek	Indikator
Inovasi desain produk kriya anyaman purun	Tingkat kemampuan desain produk kriya anyaman purun berbasis kreativitas dan kebutuhan pasar (Butir 1-5)
Manajemen keuangan	Tingkat kemampuan pengelolaan dan pencatatan keuangan secara efektif (Butir 6-10)

Aspek	Indikator
Agroforestri lahan basah (paludikultur tanaman purun)	Tingkat kemampuan memahami dan menerapkan budidaya purun secara ramah lingkungan untuk keberlanjutan (Butir 11-15)
Penerapan pemasaran digital	Tingkat kemampuan memanfaatkan media digital untuk promosi dan penjualan produk kriya anyaman purun (Butir 16-20)

Data kuantitatif dari hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara deskriptif untuk mengukur peningkatan skor rata-rata pada setiap aspek (Taluke et al., 2019; Yaqin et al., 2023). Program dinyatakan berhasil apabila terjadi peningkatan kemampuan peserta pengrajin anyaman purun pada seluruh aspek tersebut, dengan target capaian minimal 65%. Selain itu, observasi lapangan dan wawancara singkat turut dilakukan guna memperkuat pemahaman terhadap perubahan perilaku peserta. Kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif ini memungkinkan evaluasi menyeluruh atas efektivitas program pemberdayaan yang dilaksanakan di UMKM Bejroh (Danendra et al., 2025; Ernawati et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta kegiatan berjumlah 40 pengrajin dari UMKM Beujroh. Peserta 40 pengrajin terbagi dalam berbagai kelompok bagian dari anyaman purun yaitu: bagian pengambil purun sebanyak 10 orang; bagian penganyaman purun sebanyak 15 orang; bagian penjahit purun sebanyak 7 orang; dan bagian pemasaran sebanyak 4 orang, di mana ada beberapa pengrajin berada lebih dari satu bagian. Berdasarkan jenis kelamin, 36 orang merupakan perempuan dan 4 orang laki-laki. Dari segi usia, 4 orang berada pada kelompok 20–24 tahun, 10 orang pada kelompok 25–29 tahun, 18 orang pada kelompok 30–34 tahun, dan 8 orang berusia 35 tahun ke atas. Tingkat pendidikan didominasi oleh lulusan SMP (16 orang) dan SMA (18 orang), sedangkan 6 orang berpendidikan S1. Dari sisi pengalaman, 5 orang baru menjadi pengrajin kurang dari 1 tahun, 24 orang memiliki pengalaman 1–3 tahun, 7 orang berpengalaman 4–6 tahun, dan 4 orang telah lebih dari 7 tahun.



Gambar 1. Pelatihan Pemasaran Digital, Keuangan dan Agroforestri Lahan Basah.

Pada hari pertama, kegiatan berfokus pada tiga aspek utama: manajemen keuangan, pemasaran digital, dan agroforestri lahan basah. Sesi manajemen keuangan dimulai dengan penjelasan dasar tentang pentingnya pencatatan keuangan usaha, diikuti praktik sederhana membuat tabel pemasukan dan pengeluaran harian pada aplikasi *online* buku kas. Pengrajin UMKM Beujroh diajak mengidentifikasi transaksi penerimaan dan pengeluaran yang sering terjadi dalam usaha purun, seperti pembelian bahan, ongkos transportasi, dan hasil penjualan.

Melalui simulasi kasus, mereka dilatih membedakan antara uang usaha dan uang pribadi, sekaligus menghitung laba rugi secara sederhana. Materi ini membuka wawasan baru bagi sebagian besar peserta yang sebelumnya belum terbiasa melakukan pencatatan sistematis.

Masih pada hari yang sama, sesi pemasaran digital menghadirkan praktik langsung memanfaatkan media sosial. Pelatihan ini memperkenalkan cara membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, dan TikTok, kemudian mendemonstrasikan pembuatan konten kreatif berupa foto produk, video pendek, serta penggunaan tagar populer agar produk mudah ditemukan calon pembeli. Pengrajin UMKM Beujroh dibagi dalam kelompok untuk mencoba langsung membuat konten promosi tas purun menggunakan ponsel masing-masing. Kegiatan ini berlangsung interaktif, karena banyak peserta antusias mencoba fitur baru, seperti efek video TikTok dan desain postingan di Instagram. Diskusi juga menyoroti strategi membangun citra merek, pentingnya konsistensi unggahan, serta interaksi dengan pelanggan melalui komentar dan pesan langsung.

Selain itu, materi agroforestri lahan basah (paludikultur) juga diberikan pada hari pertama. Pengrajin UMKM Beujroh diperkenalkan pada konsep keterkaitan antara usaha anyaman purun dengan keberlanjutan ekosistem rawa di sekitar mereka. Melalui materi teknik sederhana menanam dan merawat purun secara ramah lingkungan, serta bagaimana menjaga kualitas lahan basah agar tetap produktif. Diskusi dilanjutkan dengan berbagi pengalaman peserta yang sehari-hari menjadi pengambil purun di lapangan. Mereka menyampaikan kendala seperti menurunnya kualitas bahan baku akibat perubahan musim dan konversi lahan. Dari sesi ini, peserta memperoleh pemahaman bahwa keberlanjutan bahan baku purun tidak hanya bergantung pada alam, tetapi juga pada upaya manusia menjaga dan mengelola lingkungan secara bijak.

Pada hari kedua, pelatihan diarahkan sepenuhnya pada praktik inovasi desain produk. Sesi pertama dengan memperlihatkan contoh produk tas anyaman purun dari berbagai daerah dan pasar modern, termasuk tren desain yang diminati konsumen muda, seperti *tote bag*, *sling bag*, dan dompet multifungsi. Pengrajin UMKM Beujroh diajak mendiskusikan perbedaan antara desain tradisional dan desain modern, terutama dalam hal fungsi, warna, serta *finishing*. Setelah itu, peserta dibekali dengan teknik menggambar pola dasar tas, memotong bahan tambahan seperti kain pelapis dan resleting, serta mengkombinasikan anyaman purun dengan aksesoris sederhana agar terlihat lebih menarik.



Gambar 2. Pelatihan Inovasi Produk.

Kegiatan inti hari kedua adalah latihan menjahit tas purun. Setiap pengrajin UMKM Beujroh dibimbing untuk mengaplikasikan pola yang telah dibuat ke dalam bentuk nyata. Peserta yang sudah terbiasa menganyam purun merasa tertantang ketika harus

mengubahnya menjadi produk jadi dengan detail modern, sementara peserta pemula lebih banyak belajar dari praktik langsung. Instruktur memberikan pendampingan intensif, memastikan bahwa setiap peserta memahami teknik menyatukan anyaman dengan benang kuat, cara merapikan ujung anyaman, dan teknik *finishing* agar produk terlihat profesional. Suasana pelatihan berlangsung aktif, dengan banyak tanya jawab serta percobaan desain unik yang lahir dari ide kreatif peserta.

Pada hari ketiga, pelatihan melanjutkan sesi penyempurnaan desain produk dan uji kualitas hasil karya peserta. Di awal sesi, setiap kelompok pengrajin UMKM Beujroh diminta mempresentasikan tas purun hasil karya mereka, menjelaskan proses pembuatan, kendala yang dihadapi, serta inovasi yang diterapkan. Beberapa kelompok menambahkan kombinasi warna pada anyaman, sementara yang lain mencoba menciptakan bentuk tas dengan fungsi ganda, misalnya tas belanja yang bisa dilipat menjadi dompet. Instruktur memberikan masukan terkait kerapian jahitan, kesesuaian desain dengan tren pasar, dan potensi harga jual.

Tabel 2. Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta

Butir	<i>Pre-Test</i> (%)					<i>Post-Test</i> (%)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Aspek inovasi desain produk kriya anyaman purun										
Butir 1	0	45	55	0	0	5	10	45	40	
Butir 2	0	40	60	0	0	5	15	40	40	
Butir 3	0	50	50	0	0	5	10	45	40	
Butir 4	0	30	50	20	0	10	20	40	30	
Butir 5	0	30	40	30	0	5	15	40	40	
Rata-rata										
Aspek manajemen keuangan										
Butir 6	0	50	50	0	0	5	10	45	40	
Butir 7	0	45	55	0	0	5	10	45	40	
Butir 8	0	50	50	0	0	10	20	40	30	
Butir 9	0	40	40	20	0	5	15	40	40	
Butir 10	0	30	50	20	0	5	10	45	40	
Aspek agroforestri lahan basah (paludikultur tanaman purun)										
Butir 11	0	30	50	20	0	5	10	45	40	
Butir 12	0	35	45	20	0	5	15	40	40	
Butir 13	0	40	40	20	0	10	15	40	35	
Butir 14	0	30	50	20	0	5	15	40	40	
Butir 15	0	30	40	30	0	5	10	45	40	
Aspek penerapan pemasaran digital										
Butir 16	0	16	24	16	44	0	15	10	70	
Butir 17	0	20	20	20	40	0	10	20	70	
Butir 18	0	10	25	25	40	0	15	15	60	
Butir 19	0	15	25	25	35	0	10	10	80	
Butir 20	0	10	25	25	40	0	10	25	65	

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang jelas. Pada butir 1, sebelum pelatihan mayoritas peserta memilih skor 2 (45% peserta) dan skor 3 (55% peserta). Setelah pelatihan,

mayoritas jawaban bergeser ke skor 4 (45% peserta) dan skor 5 (40% peserta). Tren serupa terlihat pada butir 2–5, di mana jawaban yang semula netral meningkat menjadi setuju dan sangat setuju. Hal ini menandakan meningkatnya kesadaran peserta akan pentingnya desain inovatif. Pemahaman pengrajin tentang manajemen keuangan juga mengalami peningkatan. Pada butir 6, misalnya, 50% peserta memilih skor 2 dan 50% peserta memilih skor 3 pada *pre-test*. Setelah pelatihan, 40% peserta memilih skor 5 yang menandakan pemahaman semakin baik. Peningkatan konsisten terjadi pada butir 7–10, menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pemisahan keuangan usaha dengan pribadi, pentingnya pencatatan, hingga perhitungan laba rugi.

Aspek agroforestri memperlihatkan peningkatan pengetahuan dan minat. Pada butir 13, sebelum pelatihan sebanyak 40% peserta memilih skor 2 dan skor 3. Setelah pelatihan, 40% peserta memilih skor 4 dan 35% peserta memilih skor 5. Peningkatan serupa terlihat pada butir lainnya, menandakan bertambahnya kesadaran peserta terhadap pelestarian lahan basah dan potensi purun sebagai sumber penghasilan tambahan. Aspek pemasaran digital yang sebelumnya relatif rendah juga mengalami peningkatan. Pada butir 16, sebelum pelatihan sebanyak 16% peserta memilih skor 2 dan 24% peserta memilih skor 3. Setelah pelatihan, 10% peserta memilih skor 4 dan 70% peserta memilih skor 5. Perubahan ini menunjukkan bahwa pengrajin UMKM Beujroh mulai memahami pentingnya pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Butir 17–20 memperkuat hasil ini, di mana semakin banyak peserta bersedia menggunakan media sosial untuk promosi usaha.

Rata-rata skor total *pre-test* sebesar 50,35 meningkat menjadi 79,75 pada *post-test*, dengan rata-rata kenaikan 29,4 poin. Pergeseran distribusi jawaban dari kategori rendah (skor 2–3) ke kategori tinggi (skor 4–5) menunjukkan bahwa pelatihan yang dilaksanakan pada 21–23 Agustus 2025 di UMKM Beujroh efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi pengrajin pada pelatihan inovasi produk, manajemen keuangan, agroforestri lahan basah, dan pemasaran digital dalam mengembangkan kriya anyaman purun secara profesional dan berkelanjutan.

Tabel 3. Rekapitulasi Skor *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta (N=40)

Statistik	<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>	Peningkatan
Rata-rata	50.35	79.75	29.4
Minimum	46	73	-
Maksimum	54	88	-

Analisis hasil menunjukkan peningkatan signifikan di seluruh aspek pelatihan. Pada aspek inovasi desain, peserta mulai berani mengeksplorasi model dan fungsi produk baru, tidak lagi terpaku pada bentuk tradisional. Inovasi produk purun yang beragam dapat meningkatkan nilai jual yang memberikan dampak positif bagi pengrajin purun (Adiwijaya & Yovita, 2023). Peningkatan juga terlihat pada pemahaman tentang agroforestri lahan basah, di mana peserta menyadari keterkaitan antara keberlanjutan bahan baku purun dengan kelestarian ekosistem rawa. Kombinasi agroforestri dan paludikultur dapat memberikan keberlangsungan tanaman purun dalam jangka panjang yang memiliki fungsi produktif (Widayati et al., 2020). Kedua aspek ini menjadi penanda adanya pergeseran pola pikir dari sekadar menganyam menjadi menciptakan produk bernilai tambah dengan landasan ekologi yang lebih kuat.

Perubahan positif juga tampak pada manajemen keuangan. Sebelum pelatihan, sebagian besar pengrajin UMKM Beujroh belum memiliki kebiasaan pencatatan transaksi,

sehingga sulit membedakan antara keuangan rumah tangga dan usaha. Setelah diberikan simulasi pencatatan sederhana, mayoritas peserta memahami pentingnya laporan keuangan sebagai dasar perhitungan laba rugi dan pengambilan keputusan usaha. Peningkatan ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan menjadi fondasi penting dalam memperkuat daya tahan usaha mikro. Menurut (Hanafi & Ginting, 2024), pelatihan manajemen keuangan mendukung UMKM mandiri dan berkelanjutan secara finansial dan memiliki peran penting dalam perekonomian daerah maupun nasional.

Pada aspek pemasaran digital, meskipun peningkatan tidak setinggi aspek lain, dampaknya cukup berarti. Banyak pengrajin yang sebelumnya tidak terbiasa dengan media sosial, mulai mampu membuat konten promosi sederhana dan mengenal strategi penggunaan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Hal ini membuka peluang akses pasar lebih luas dan menjadi langkah awal untuk menjangkau konsumen modern. Dengan pendampingan lanjutan, keterampilan digital ini dapat dikembangkan menjadi strategi pemasaran yang lebih konsisten. Menurut (Widyafendhi et al., 2023) pemasaran digital melalui *marketplace* memiliki jangkauan pasar lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan konvensional. Secara keseluruhan, pelatihan berhasil mendorong transformasi kapasitas pengrajin UMKM Beujroh dari sisi keterampilan teknis, manajerial, hingga pemasaran. Hasil ini memperlihatkan bahwa pendekatan pelatihan terpadu mampu meningkatkan daya saing produk lokal sekaligus memperkuat posisi perempuan sebagai pelaku utama dalam ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

KESIMPULAN

Hasil pelatihan yang dilaksanakan di UMKM Beujroh menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada empat variabel yaitu: 1) inovasi desain produk kriya anyaman purun; 2) manajemen keuangan; 3) agroforestri lahan basah (paludikultur tanaman purun); dan 4) penerapan pemasaran digital. Transformasi ini secara langsung mengaktivasi potensi ekonomi kreatif dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan. Temuan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan partisipatif yang digunakan berhasil meningkatkan kapasitas perempuan sebagai pengrajin purun di UMKM Beujroh sekaligus mendorong lahirnya kesadaran baru akan pentingnya inovasi, pengelolaan usaha, dan pemanfaatan teknologi. Kegiatan ini tidak hanya memberi dampak pada peningkatan kompetensi individu, tetapi juga memiliki implikasi terhadap penguatan ekonomi kreatif lokal berbasis sumber daya alam berkelanjutan. Dengan adanya pemahaman baru tentang pentingnya desain inovatif, pencatatan keuangan, pelestarian lahan basah, serta strategi pemasaran digital, para pengrajin purun UMKM Beujroh berpeluang untuk meningkatkan daya saing produk dan memperluas akses pasar. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam aspek pemasaran digital dan pengembangan jejaring usaha, agar keterampilan yang diperoleh tidak hanya berhenti pada tahap pelatihan, tetapi benar-benar terimplementasi dalam praktik usaha sehari-hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMKM Beujroh serta Geuchiek Gampong Blang Mee atas kerja sama, dukungan, dan partisipasi aktif selama kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Bireuen, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Almuslim, dan LLDIKTI Wilayah XIII atas pendampingan, fasilitasi, serta dukungan yang diberikan. Kegiatan ini dapat

terlaksana dengan baik berkat dukungan pendanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025 dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan (Ditjen Risbang), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) Republik Indonesia. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kepercayaan dan dukungan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, S., & Yovita. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Produk (Studi pada Produk Anyaman Tanaman Purun di Kota Palangka Raya). *Nucl. Phys.*, 8(2), 104–116.
- Danendra, A. W, R., Purbawanti, S., & Aska, Z. F. (2025). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Peluang bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(1), 103–109.
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27–40. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5215>
- Zuliawati, E., Al Habsy, M. I., & Fatqi, A. A. (2024). Pemasaran Digital untuk Produk Kerajinan Anyaman, Rajut, Manik-Manik di Cikarang Baru. *Pemberdayaan Masyarakat: Jurnal Aksi Sosial*, 1(4), 145-152. <https://doi.org/10.62383/aksisosial.v1i4.952>
- Hanafi, A., & Ginting, N. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Manajemen dan Keuangan. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT MENTARI*, 1(3), 56–62.
- Imani, M. F., Fikri, M. K., & Filzah, A. (2022). Pengaruh kreatif, inovasi dan strategi pemasaran terhadap peningkatan daya beli konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(1), 117-138. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i1.160>
- Maiyanti, S. I., Desiani, A., Yahdin, S., Erwin, E., Rodiah, D., Rachmatullah, M. N., Geovanni, D., Shidqi, M. A., & Al-Filambany, M. G. (2022). Pemanfaatan aplikasi daring untuk peningkatan pemasaran songket dan purun perajin Burai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(2), 305–317. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i2.14356>
- Mardiana, M., Salma, A. J., Halimah, N., & Sarijannah, S. (2021). Eksistensi Anyaman Purun Sebagai Penopang Perekonomian Masyarakat Di Desa Haur Gading. *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 57. <https://doi.org/10.35931/ak.v1i1.700>
- Mere, K., Hery Santoso, M., Utami Rahmawati, H., & Ade Kurnia Harahap, M. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Communnity Development Journal*, 4(6), 12324–12329.
- Novita, D., Ali, M., & Da'im, S. (2025). Pengembangan Produk Lokal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Ekonomi Kelompok Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga. *Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 323–331.
- Nurulyana, N. (2024). UMKM Beujroh, Latih Warga Menganyam di Ekoduwisata Paya Nie. *KabarJW*. Retrieved from <https://www.kabarjw.com/2024/05/program-csr-pt-pim-latih-warga-mengayam.html>
- Sari, R., Putra Daulay, A., & Hardiani Has, D. (2024). Pengembangan Usaha Produk Kerajinan Purun Di Desa Mekar Jaya Kecamatan Wampu Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera

Utara. *Minda Baharu*, 8(1), 70–77.

- Suprihatin, H., Prमितasari, D. A., & Hasanah, A. (2024). Inovasi Packaging dan Pemasaran Digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 254–263. <https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v5i2.205>
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Wahyuni, S., Ernawita, Azizah, C., Maritalia, D., & Rizkina, A. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Endorsement Terhadap Pengrajin Tradisional Aceh Mom N Me. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 30–36. <https://doi.org/10.52622/mejuajuajabdimas.v2i1.45>
- Wahyuni, S., Zubaidah, S., Iriadi, R., Malik, A., & Abbas, R. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Paya Nie dalam Pemanfaatan Potensi Sumberdaya Alam Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(4), 1196–1202. <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i4.5390>
- Widayati, A., Tata, H. L., & Noordwijk, M. (2020). Agroforestri di lahan gambut: menggabungkan fungsi produktif dan protektif. *World Agroforestry Policy Brief No. 112*.
- Widyarendhi, W., Jikrillah, S., Supriyanto, A., & Munazir, M. I. (2023). Penerapan Digital Marketing Produk Kerajinan Purun di Lahan Basah pada Kelompok Usaha Sejahtera Bersama Banjarmasin. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 1006–1013. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i2.6724>
- Yaqin, R. I., Arkham, M. N., Demeianto, B., Hasibuan, N. E., & Sihombing, N. (2023). Edukasi Pengelolaan Sampah Plastik Sebagai Bentuk Upaya Mengurangi Sampah di Wilayah Pesisir Kota Dumai. *DEDIKASI PKM*, 4(2), 273–281.
- Yudistira, F., & Rahmini, N. (2021). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 12–24.
- Zahara, H., Choirunnisa, M. I., & Purnama, F. (2024). Implementasi Pemberdayaan Masyarakat PT Pupuk Iskandar Muda Dalam Program Paya Nie Lestari , Damai , Dan Berdaya Di Gampong. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(11), 2106–2111.