MANHAJ
Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

ORIGINAL ARTICLE
E-ISSN 2620-6463 P-ISSN 1639-2196

Scale Up Pengrajin Jawet di Kota Palangka Raya melalui Pelatihan Literasi Keuangan dan Digital Marketing

Scale Up Jawet Artisans in Palangka Raya City through Financial Literacy and Digital Marketing Training

Rahmiati[1]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Christina Fransiska[2]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Synthia Ferisca[3]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Septa Soraida[4]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Okta Malinda[5]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Lamria Simamora[6]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Muhammad Rezki Ridwan[7]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Izzy Alliesky Ivanka[8]
Universitas Palangka Raya, Indonesia
Satius Agustino[9]
Universitas Palangka Raya, Indonesia

Corresponding author:
Rahmiati
rahmiati@feb.upr.ac.id

Submited: 14-11-2025
Revised 1: 29-11-2026
Revised 2: 02-01-2026
Accepted: 11-03-2026
Published: 22-04-2026

How to cite:
Rahmiati, Christina Fransiska, Synthia Ferisca, Septa Soraida, Okta Malinda, Lamria Simamora, Muhammad Rezki Ridwan, Izzy Alliesky Ivanka & Satius Agustino. "Peningkatan Keterampilan Promosi Digital Produk Wisata dan Kuliner Umkm di Desa Citaman, Kabupaten Bandung." *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 15, no. 01 (2026): 151-157. https://doi.org/10.29300/mjppm.v%vi%i.9414

Copyright © Rahmiati, Christina Fransiska, Synthia Ferisca, Septa Soraida, Okta Malinda, Lamria Simamora, Muhammad Rezki Ridwan, Izzy Alliesky Ivanka, Satius Agustino
Publisher UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
Printed Indonesia

ABSTRACT

Jawet craftsmen are craftsmen who weave using rattan or other materials such as plastic rope or billion rope. The products they produce are very diverse. However, there are various obstacles they face. This community service aims to provide insight and knowledge about financial literacy and digital marketing, following current trends such as delivery applications or social media, reaching a wider market share in a sustainable manner. The target of this community service activity is Jawet craftsmen in the city of Palangka Raya. The implementation of activities is carried out in various types of activities, namely financial literacy training with mentoring skills in analyzing competitive pricing and how to manage finances, good product packaging so that products look attractive to buyers to increase profitability. Training and mentoring on the use of digital marketing, management of service strategies and appropriate marketing. The methods used are lectures, interactive dialogues and live demonstrations of the use of digital marketing applications. This service has succeeded in increasing the knowledge and skills of Jawet craftsmen by 79.5% for understanding financial literacy and 71.75% for understanding digital marketing materials. This activity has been successfully implemented in accordance with the initial objective of the community service activity, namely to improve the knowledge and skills of Jawet craftsmen in the city of Palangka Raya.

Keywords: *Scale Up, Jawet Craftsman, Financial Literacy, Digital Marketing.*

ABSTRAK

Pengrajin Jawet merupakan pengrajin anyaman berbasis rotan atau bahan lain seperti tali plastik maupun tali miliar. Produk yang dihasilkan sangat beragam. Namun, terdapat berbagai kendala yang dihadapi. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan tentang literasi keuangan dan digital marketing, mengikuti tren sekarang seperti aplikasi pesan antar atau sosial media, menjangkau pangsa pasar yang lebih luas secara berkelanjutan. Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pengrajin Jawet di kota palangka raya. Adapun pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dalam berbagai jenis kegiatan yaitu pelatihan literasi keuangan dengan pendampingan keterampilan menganalisa penentuan harga yang kompetitif dan bagaimana cara pengelolaan keuangan, pengemasan produk yang baik sehingga produk terlihat menarik minat pembeli untuk meningkatkan profitabilitas. pelatihan dan pendampingan penggunaan digital marketing, manajemen strategi pelayanan dan pemasaran yang tepat guna. Metode yang digunakan yaitu dengan metode ceramah, dialog interaktif dan demo praktik langsung penggunaan aplikasi digital marketing. Pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin Jawet sebesar 79,5% untuk pemahaman literasi keuangan dan 71,75% untuk pemahaman materi digital marketingnya. kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan tujuan awal kegiatan pengabdian masyarakat yaitu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pengrajin Jawet di Kota Palangka Raya.

Kata Kunci: Scale Up, Pengrajin Jawet, Literasi Keuangan, Digital Marketing

A. PENDAHULUAN

Hampir seluruh masyarakat di Indonesia sudah tidak asing lagi dengan tanaman rotan, terutama karena tanaman ini mudah dijumpai di sepanjang aliran sungai di Kalimantan. Sebagian masyarakat yang tinggal di sekitar hutan memanfaatkan rotan sebagai sumber penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.[1] Indonesia sesungguhnya mewarisi kekayaan alam yang melimpah, baik berupa sumber daya hayati maupun keragaman sosial dan budaya. Namun, saat ini tanaman rotan semakin langka dan sulit ditemukan di hutan Indonesia akibat maraknya penebangan hutan untuk pembangunan infrastruktur serta pembukaan lahan pertanian dan perkebunan. Kondisi tersebut menyebabkan keberadaan rotan semakin berkurang. Padahal, rotan merupakan salah satu tumbuhan hutan yang memiliki nilai komersial cukup tinggi sekaligus menjadi sumber devisa negara, karena pemanfaatannya melibatkan banyak petani. Kehadiran kerajinan anyaman rotan sangat erat kaitannya dengan ketersediaan sumber daya alam setempat yang tersebar di seluruh wilayah Nusantara sebagai bahan baku utama. Kerajinan ini juga merupakan warisan budaya leluhur yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam proses produksinya, pengrajin rotan biasanya menggunakan rotan alami sebagai bahan anyaman. Namun, karena keterbatasan bahan baku, banyak pengrajin beralih memanfaatkan bahan lain seperti tali plastik atau tali miliar sebagai pengganti. Meskipun demikian, berkurangnya ketersediaan hutan dan tanaman rambat membuat pengrajin kesulitan memperoleh serat rotan dengan kualitas tinggi.[2]

Dunia bisnis telah berkembang pesat dari tahun ke tahun daya saing semakin tinggi, hal ini dipicu oleh semakin berkembangnya kebutuhan akan barang dan jasa. Setiap pelaku bisnis bersaing untuk menghasilkan produk bagus dan terbaik bagi konsumen, oleh karena itu pelaku bisnis haruslah mampu berfikir agar bisnisnya berkembang.[3] Perkembangan teknologi informasi akhir-akhir ini pun terus mengalami kemajuan. Ditandai dengan bertambahnya pengguna internet di kalangan masyarakat hal ini tentu menjadi peluang besar bagi pelaku bisnis. Semakin maraknya kehadiran aplikasi *online* semakin banyak pula produk-produk yang dipasarkan *online* salah satunya adalah produk Jawet. Kehadiran sistem jual beli *online* pada produk Jawet guna untuk mempermudah masyarakat. Masyarakat Palangka Raya pun sudah mengikuti tren jual beli *online* untuk produk-produk tertentu. Maka dari itu, inilah peluang buat mereka untuk mulai beralih ke penjualan *online* dengan tidak meninggalkan penjualan secara *offline*.

Pemasaran secara *online* merupakan upaya terbaru dalam peningkatan penjualan. Bauran pemasaran merupakan keterpaduan perencanaan kegiatan pemasaran melalui empat komponen, yaitu produk, harga, promosi, dan distributor yang digabungkan bersama-sama.[4] Pemasaran elektronik (*e-marketing*) dapat dianggap sebagai sebuah pandangan baru dan praktik bisnis yang modern berkaitan

---

[1] Awanda, Balqis. *"Kreativitas Masyarakat Pengrajin Anyaman Rotan dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar."* Disertasi, UIN Ar-Raniry, 2022.

[2] Indahsari, Lilin Ika Nur, Raudatul Muawwanah, Nur Hafifah, Siti Sholekhatun, Nurhaliza, Rizkyah, Reinaldi Akbar, dan Zulva Sahrul Amin. "Optimalisasi Branding dan Marketing Kerajinan MenJawet Rotan Khas Dayak di Desa Sepang Simin, Gunung Mas, Kalimantan Tengah." *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2024.

[3] Maryati. *Modul Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan.* Cirebon: Syntax Computama, 2020.

[4] Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global.* Bandung: CV Alfabeta, 2017.

dengan pemasaran barang, jasa, information, dan ide melalui internet serta perangkat elektronik lainnya.[5] Periklanan yang merupakan salah satu penentu keberhasilan program pemasaran yang mendorong hadirnya suatu produk yang dipromosikan.[6] Strategi pemasaran merupakan alat dasar yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan yang mengembangkan keunggulan kompetitif melalui pasar yang dimasukinya dengan melalui program pemasaran yang digunakan untuk target pasar tersebut.[7]

Pengabdian ini bertujuan memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan ke mitra di antaranya yaitu pelatihan literasi keuangan, penentuan harga yang kompetitif, manajemen keuangan yang baik, pelatihan tentang bagaimana memilih strategi pelayanan dan pemasaran yang tepat dan membuat inovasi teknologi dengan mengikuti tren sekarang seperti aplikasi pesan antar atau sosial media dengan memberikan pelatihan digital marketing, untuk meningkatkan profitabilitas dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan berkelanjutan.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini dilakukan disalah satu rumah pengrajin Jawet di jalan G.Obos 24 kota Palangka Raya, dengan jumlah khalayak sasaran 20 orang pengrajin Jawet di kota Palangka Raya. Metode penyampaian penyuluhan pelatihan yang digunakan yaitu dengan metode Ceramah, Dialog interaktif dan demo praktik langsung penggunaan aplikasi digital marketing. Kegiatan Pengabdian ini dilakukan beberapa tahapan, pertama yaitu tahap persiapan, dimana tim berkoordinasi dengan mitra sasaran sebelum melaksanakan kegiatan untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan. Setelah itu tim melaksanakan kegiatan pelatihan yang dimulai dengan memaparkan tentang materi literasi keuangan yaitu dengan memberikan pengetahun bagaimana membedakan antara arus kas masuk dan arus kas keluar yang ada dalam perusahaan, menghitung harga pokok penjualan, biaya-biaya dan tenaga kerja serta menghitung laba usaha. Dengan harapan setelah mereka dapat pengetahuan tentang literasi keuangan mereka dapat menentukan harga produk secara akurat sehingga bisa bersaing dengan competitor. selain itu tim PKM juga memberikan pengetahuan bagaimana cara mendapatkan modal selain menggunakan modal sendiri hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemudahan dalam mengakses sehingga dapat meningkatkan kerajinan Jawet yang diproduksi dengan harapan berdampak pada pendapatan yang dihasilkan.

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh tim PKM adalah membantu para pengrajin untuk memasarkan produk mereka melalui digital marketing menggunakan media sosial yaitu Facebook dan whatsapp dengan tujuan agar produk Jawet yang dihasilkan oleh pengrajin itu bisa dipasarkan tidak hanya diwilayah Palangka Raya tetapi juga bisa di jangkau oleh para pelanggan diluar Kota Palangka Raya hal ini tentu akan berdampak pada pendapatan para pengrajin Jawet semakin tinggi permintaan kerajinan Jawet maka akan semakin tinggi pula pendapatan yang akan dihasilkan sehingga diharapkan dapat meningkatkan lapangan pekerjaan.

---

[5] El-Gohary, Hatem. "E-Marketing: A Literature Review from a Small Businesses Perspective." *International Journal of Business and Social Science*, 2010.

[6] Tjiptono, Fandy. *Strategi Bisnis Pemasaran.* 2015.

[7] Tambajong, G. "Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT Sarana Niaga Megah Kerta Manado." *Jurnal EMBA*, 2013.

Gambar 1. Pemaparan materi Pelatihan tentang literasi keuangan

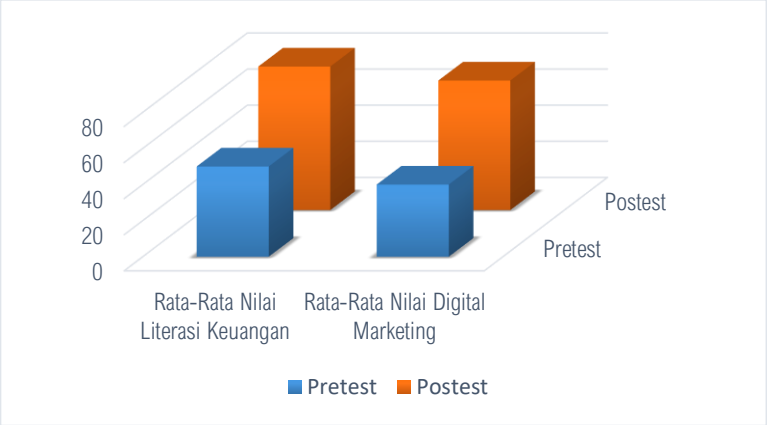
Dalam memasarkan produk melalui Facebook ada beberapa tahapan yang harus dilakukan yaitu pertama para pengrajin harus membuat akun Facebook terlebih dahulu tahap selanjutnya yaitu mengisi data informasi mengenai profil penjual kemudian melakukan pendaftaran. Setelah selesai melakukan pendaftaran akun di Facebook para pengrajin Jawet memasukkan produk yang mereka ingin mereka pasarkan diFacebook menggunakan icon marketplace dan mengupload video/foto produk yang akan mereka jual yang harus disertai dengan deskripsi mengenai nama produk, kondisi produk, harga dan deskripsi yang berkaitan dengan produk yang akan ditawarkan.

Selain menggunakan Facebook para pengrajin Jawet juga diberikan pelatihan bagaimana cara memasarkan produk lewat whatsapp yang dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu pertama para pengrajin diarahkan untuk mendownload Whatsapp bisnis kemudian memasukkan nomor yang akan digunakan untuk bisnis serta cara membuat profil bisnis setelah itu para pengrajin Jawet membuat kalatog yang dimulai dengan mengupload produk yang akan dijual disertai dengan harga masing-masing produk yang akan dijual.

Gambar 2. Praktek Pemasaran melalui Digital Marketing

Selesai pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan, tahap selanjutnya yaitu melakukan pelatihan dan pendampingan. Waktu yang dibutuhkan dalam pendampingan dan pelatihan kurang lebih 1 hari, dengan tujuan meningkatkan pengetahuan pengrajin mengenai manajemen bisnis dan keterampilan usaha dengan digital marketing. Adanya pelatihan ini dapat meningkatkan keterampilan para pengrajin Jawet dalam mengelola setiap usahannya sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Terakhir tim melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan secara keseluruhan. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi terkait dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat di peroleh hasil yang menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan sesudah pelaksanaan pengabdian. sebelum memaparakan materi terkait dengan literasi keuangan dan digital marketing tim PKM memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada seluruh pengrajin Jawet dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan mereka terakit dengan materi yang akan disampaikan, setelah pemaparan materi tim PKM memberikan pertanyaan Kembali dalam bentuk kuesioner dalam rangka untuk mengetahui apakah ada peningkatan pengetahuan yang didapatkan oleh pengrajin Jawet dibandingkan dengan sebelum pemaparan materi. Adapun hasilnya digambarkan pada grafik 1.

Grafik 1. Pre-test dan Post-test



Dapat dilihat pada grafik diatas, terdapat peningkatan yang semula persentase pemahaman untuk materi literasi digital baru mencapai 50% kemudian meningkat menjadi 79,5% setelah pelatihan dan untuk materi digital marketingnya sendiri semula hanya 40% meningkat menjadi 71,75%. Dengan adanya peningkatan pemahaman sebelum dan sesudah pemaparan materi ini tim sangat berharap dapat mengubah pola pikir pengrajin sehingga mereka bisa menetapkan harga produk mereka secara lebih efektif dan efisien selain itu mereka juga memiliki gambaran bagaimana menjangkau pelanggan dengan lebih banyak tanpa harus mengorbankan banyak waktu yaitu dengan cara memasarkan produk mereka melalui media social seperti Facebook dan Whatsapp.

C. PENUTUP

Pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin Jawet, dimana kegiatan ini telah berhasil diimplementasikan ke pengrajin Jawet di Kota Palangka Raya mulai dari persiapan, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi secara keseluruhan kegiatan ini.

Pengabdian ini dapat meningkatkan keterampilan para pelaku usaha pengrajin Jawet dalam meningkatkan profitabilitas bisnisnya dengan memasarkan produknya melalui digital platform seperti *Facebook & WhatsApp* sehingga jangkauan pasarnya dapat lebih luas lagi kedepannya. Diperlukan penguatan dan pendampingan lanjutan sehinga para peserta pelatihan khususnya pengrajin Jawet dapat berkembang dengan baik dan mendapatkan manfaat yang lebih banyak dari pelatihan ini. Kedepannya program ini terus di lanjutkan dengan objek dan metode yang lebih relevan dengan kondisi perkembangan dunia bisnis saat ini. Pelatihan digital marketing tidak hanya fokus ke Facebook dan WhatsApp, tetapi juga fokus ke pemasaran era sekarang seperti Shopee dan TikTok Shop yang lebih sesuai dengan perkembangan dunia bisnis.

REFERENSI

Awanda, Balqis. *"Kreativitas Masyarakat Pengrajin Anyaman Rotan dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar."* Disertasi, UIN Ar-Raniry, 2022.

Dharmawati, D. Hajjah Made. *Kewirausahaan.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.

El-Gohary, Hatem. "E-Marketing: A Literature Review from a Small Businesses Perspective." *International Journal of Business and Social Science*, 2010.

Indahsari, Lilin Ika Nur, Raudatul Muawwanah, Nur Hafifah, Siti Sholekhatun, Nurhaliza, Rizkyah, Reinaldi Akbar, dan Zulva Sahrul Amin. "Optimalisasi Branding dan Marketing Kerajinan MenJawet Rotan Khas Dayak di Desa Sepang Simin, Gunung Mas, Kalimantan Tengah." *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2024.

Kasim, M. *Petunjuk Menghitung Keuntungan dan Pendapatan Usahatani.* Banjarbaru: Universitas Lambung Mangkurat, 2004.

Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global.* Bandung: CV Alfabeta, 2017.

Maryati. *Modul Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan.* Cirebon: Syntax Computama, 2020.

Nurhayati, Risma Siti, Rosa S. D., S. L. Rohmah, S. N. Fadila, S. Z. Arlency, dan M. S. Mauludin. "Memajukan Bisnis Lokal: Pendampingan Pemasaran Online untuk Mendorong Kemandirian UMKM Krupuk Rambak Kulit Sapi Dua Putra Kediri." *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2024).

Rahmawati, S., A. Wahyuni, dan M. Mustofa. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran dalam Meningkatkan Perekonomian di Sektor Budidaya Ikan Desa Canggu." *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 4 (2023).

Roswiyanti, dan Andi Widiawati. "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Penjualan Usaha Rumahan Kerajinan Rotan di Kota Makassar." *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 2023.

Suyanti, E., E. W. Suciati, E. N. Sahna, E. Fitriani, dan Y. N. Sukma. "Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisant." *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 183–189.

Tambajong, G. "Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT Sarana

Niaga Megah Kerta Manado." *Jurnal EMBA*, 2013.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Bisnis Pemasaran.* 2015.

Zunaidi, A. *Metodologi Pengabdian kepada Masyarakat: Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas.* Yayasan Putra Adi Dharma, 2024.