

## PENGEMBANGAN TENUN LIDI NIPAH MOTIF ACEH GUNA MENDUKUNG PRODUK EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN ACEH TIMUR

Baihaqi<sup>1</sup>, Adi Bejo Suwardi<sup>2</sup>, Zidni Ilman Navia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Samudra, Indonesia

[baihaqi10@unam.ac.id](mailto:baihaqi10@unam.ac.id)<sup>1</sup>, [adi.bsw@gmail.com](mailto:adi.bsw@gmail.com)<sup>2</sup>, [navia1529@gmail.com](mailto:navia1529@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan tenun lidi nipah motif aceh sebagai produk ekonomi kreatif sehingga mampu bersaing dengan produk-produk kreatif lainnya sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa matang gleum kecamatan peureulak kabupaten aceh timur. Metode yang digunakan adalah melalui participatory technology development berupa teknologi mesin tenun lidi nipah kepada 23 anggota kelompok bungong chirih melalui beberapa tahapan yakni koordinasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa kelompok bungong chirih telah mampu memproduksi aneka produk kerajinan tenun dari lidi nipah. Pada tahun 2019 jumlah produk tenun lidi nipah yang dihasilkan oleh kelompok adalah 10 jenis produk, namun pada tahun 2020 jumlah aneka produk tenun lidi nipah yang mampu diproduksi oleh kelompok bungong chirih sebanyak 34 jenis dan juga meningkatnya varian produk tenun lidi nipah motif khas aceh sebanyak 24 jenis varian. Hasil pendampingan memperlihatkan bahwa anggota kelompok telah mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk termasuk jenis produk dan varian produk. Peserta pelatihan telah memahami secara baik penggunaan alat tenun mesin, mesin peraut, pengoperasian sistim komputer microsoft word dan excel, pencatatan produk melalui website kelompok, manajemen keuangan dan pemasaran produk baik offline dan online serta pembuatan bordir motif khas aceh sebagai produk ekonomi kreatif di kabupaten aceh timur.

**Kata Kunci:** Tenun Lidi Nipah; Ekonomi Kreatif; Bungong Chirih; Kabupaten Aceh Timur.

**Abstract:** *The implementation of this regional superior product development program aims to develop Acehnese motif nipah stick weaving as a creative economic product so that it was be able to compete with other creative products in order to improve the welfare of matang gleum village peureulak sub-district Aceh Timur district. The method used is through participatory technology development in the form of nipah stick weaving technology to 23 members of Bungong Chirih group through several stages, namely coordination, socialization, training, mentoring, monitoring and evaluation. The results of the community service activities show that bungong chirih group has been able to produce various kinds of woven handicraft products. In 2019 the number of nipah stick woven products produced by the group was 10 types of products, but in 2020 the number of various nipah stick weaving products that can be produced by Bungong Chirih group were 34 types and also increaseing in product variants of nipah stick weaving with typical Acehnese motifs of 24 variant types. The result shown the member of group have been able to increase quality and quantity of the product including kinds and variants of products. The participants have been understood correctly the usage of woven machine, the operational of microsoft word and excel, taking note of product through website, financial and marketing management offline and online and producing of acehenese embroidery as creative product in aceh timur district.*

**Keywords:** *Nipah Stick Woven; Creative Economy; Bungong Chirih; Aceh Timur District.*



#### Article History:

Received: 20-01-2021

Revised : 23-03-2021

Accepted: 23-03-2021

Online : 22-04-2021



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

## A. LATAR BELAKANG

Rencana induk pengembangan ekonomi kreatif tahun 2018-2025 yang tertuang dalam peraturan presiden nomor 14 tahun 2018 menyebutkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif harus dilakukan secara terintegrasi dan kolaboratif melalui dukungan kreatifitas sumber daya manusia dan inovasi dalam penumbuhan usaha kreatif yang selaras dengan perencanaan pembangunan nasional. Sedangkan (Syarif et al., 2015) menggambarkan bahwa salah satu industri yang memiliki potensi untuk dapat berkembang dan dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian di Indonesia adalah sektor industri kreatif. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki kombinasi yang baik antara talenta yang dimiliki oleh penduduknya dan banyaknya budaya lokal yang mengakar kuat dalam masyarakat Indonesia. Pada penjelasan lainnya, (Purnomo, 2016) menyebutkan bahwa istilah ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreatifitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreatifitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau system produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Disisi lain (Hasan, 2018) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreatifitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. (Rochani, 2017) secara khusus menyebutkan bahwa pengembangan industri kreatif di Indonesia dituangkan dalam bentuk Instruksi Presiden Republik Indonesia nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Kebijakan ini ditujukan untuk mengembangkan perekonomian rakyat yang bertumpu pada kreatifitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh padakesejahteraan masyarakat Indonesia. Sementara itu (Oktaviani et al, 2020) menjabarkan bahwa ada 3 hal pokok yang menjadi dasar dalam perumusan ekonomi kreatif yakni: kreatifitas, inovasi dan penemuan. Pada bagian lain (Fitriana, 2014) menjabarkan bahwa sejak tahun 2012 hingga sekarang geliat industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Bahkan sekarang ini sebagian orang mulai memprediksikan pertumbuhan industri kreatif bisa melonjak cukup tinggi yakni hingga mencapai tiga kali lipat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi ini dapat kita lihat dari pertumbuhan industri kreatif yang semakin hari semakin aktif, sehingga penyerapan tenaga kerja serta kapasitas daya cipta di negara kita mulai merangkak naik dan memberikan dampak yang cukup positif bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Sedangkan (Darwanto. & Tri U Danuar, 2013) menyebutkan bahwa sektor usaha mikro kecil dan

menengah memegang peran penting dalam mengimplementasikan ekonomi kreatif di masyarakat sehingga mampu meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi sekaligus menyerap tenaga kerja pada banyak sektor yang berdampak kepada terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat. Disisi lain, (Baihaqi et al., 2020) menjelaskan kemandirian ekonomi dapat terwujud melalui pola pemberdayaan kelompok produktif dimana anggota kelompok sendiri memiliki kreatifitas dan inovasi dalam mengembangkan usahanya sesuai dengan perkembangan zaman.

Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) telah menetapkan 16 subsektor dari industri kreatif yang menjadi fokus utama untuk dikelola dan dikembangkan, yaitu: Seni Rupa, Desain Produk, Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, Arsitektur, Seni Pertunjukan, Kuliner, Fotografi, Kriya (Kerajinan), Fashion, Film, Animasi dan Video, Musik, Periklanan, Aplikasi dan Game Developer, Penerbitan, Televisi dan Radio.

(Pradana, 2020) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif diyakini akan mampu menjadi poros ekonomi baru Indonesia di masa mendatang. Hal ini dikarenakan konsep model ekonomi kreatif yang cenderung tidak membutuhkan subsidi maupun investasi masif dari pemerintah, tetapi memiliki dampak besar bagi perekonomian. Sementara itu, (Suwardi et al., 2020) menyatakan bahwa sektor kerajinan termasuk kedalam fokus utama industri kreatif yang mampu menggerakkan potensi ekonomi kreatif terutama pada kelompok –kelompok usaha handycraft di desa.

Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) industri ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Namun, demikian, UMKM industri ekonomi kreatif masih memiliki kendala, baik untuk mendapatkan pembiayaan maupun untuk mengembangkan usahanya. Darisisi pembiayaan, ada beberapa UMKM industri ekonomi kreatif yang sudah memiliki sumber dana atau investor tetap namun ada juga beberapa yang masih memiliki keterbatasan pembiayaan dan juga kendala-kendala lain seperti sumber daya manusia maupun kendala lainnya.

Data dari dinas koperasi dan UMKM provinsi aceh tahun 2020 menyebutkan bahwa pelaku UMKM di kabupaten aceh timur sebanyak 5.891 yang tersebar pada 23 kecamatan dengan aneka jenis usaha diantaranya anyaman tikar pandan, jual beli hasil pertanian, perbengkelan, usaha kelontong dan lain-lain. Dari keseluruhan pelaku umkm itu salah satunya adalah kelompok bungong chirih desa matang gleum kecamatan peureulak kabupaten aceh timur yang merupakan satu-satunya kelompok pengrajin tenun lidi nipah di kabupten itu.

Topographi desa Matang Gleum yang terletak di daerah pesisir dengan sebagian besar didominasi oleh tumbuhan nipah memiliki potensi untuk dijadikan sebagai sumber bahan baku kerajinan dimana tanaman itu banyak ditemukan tumbuh di kebun milik anggota kelompok dengan luas

sekitar 5.000 m<sup>2</sup>. (Taib & Roswita, 2018) berpendapat bahwa kontinuitas ketersediaan bahan baku menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dalam pengembangan produk industri lidi nipah berpotensi dikembangkan menjadi berbagai produk kerajinan, salah satunya produk kerajinan tenun lidi nipah

Kelompok Bungong Chirih merupakan satu-satunya kelompok usaha kerajinan tenun lidi nipah di desa Matang Gleum kecamatan peurelak kabupaten aceh timur yang didirikan sejak tahun 2006 dengan jumlah anggota sebanyak 23 orang. Kelompok ini telah memiliki keterampilan dasar menenun lidi nipah dan menghasilkan berbagai produk, seperti sajadah, kotak tisu, kotak alat tulis, tas sandang, vas bunga, kopiah, sandal dan lain-lain

Terbatasnya pengetahuan, teknologi produksi dan pemasaran menjadi permasalahan utama yang dialami oleh kelompok. Hingga saat ini kelompok masih memproduksi kerajinan secara manual dengan jumlah produk terbatas. Disamping itu sistem pemasaran bersifat manual dengan memasarkannya pada pasar tradisional menyebabkan kelompok belum mampu memenuhi ketersediaan produk kerajinan di masyarakat.

Mencermati permasalahan diatas, maka tim pengabdian bersama mitra menyepakati adanya produk kerajinan tenun lidi nipah yang lebih inovatif serta diminati pasar melalui penjualan produk berbasis E-marketing sehingga mampu mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi bagi kelompok.

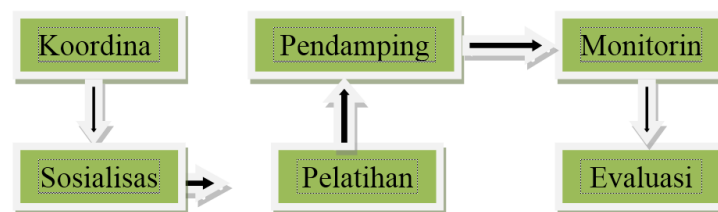
Hasil penelitian (Febriadi & Saeni, 2018) didapatkan bahwa pemanfaatan pohon nipah memiliki aspek kegunaan yang sangat baik seperti daunnya untuk atap, sapulidi, kertas rokok dan anyaman, lalu batang daun untuk menghasilkan garam, batang nira sebagai minuman tradisional dan buahnya berupa kolang-kaling. Sementara itu (Sribudiani, 2007) menyimpulkan bahwa nipah mempunyai potensi baik sebagai sumber pemanis, produksi alkohol dan cuka. Gula yang dihasilkan biasanya dalam bentuk sukrosa dengan kadar antara 15 – 20 %. Disisi lain, (Subiandono et al., 2016) berpendapat bahwa dalam 1 ha tegakan nipah dapat menghasilkan 1,89 ton buah muda semacam kolangkaling dan 3,27 ton tepung nipah. Sedangkan (Nurhadini et al., 2019) menjelaskan bahwa pemanfaatan buah nipah menjadi produk sirup mampu meningkatkan pendapatan masyarakat serta menjadi produk unggulan desa. Dari hasil penelitian dan pengabdian yang dilakukan diperlukan adanya kegiatan pendampingan yang bertujuan untuk mendorong terwujudnya sentra kerajinan tenun lidi nipah sebagai produk ekonomi kreatif di kabupaten aceh timur.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah melalui participatory technology development yaitu metode yang digunakan dalam

kegiatan pengembangan teknologi tepat guna (TTG) yang berbasiskan pada ilmu pengetahuan dan kearifan budaya lokal. Oleh karena itu, pengembangan teknologi lokal harus dilakukan bersama masyarakat, karena masyarakat mempunyai ilmu pengetahuan yang sudah digunakan dalam kehidupan mereka sebelumnya. (Schuler & Namioka, 2017). Pada bagian lain (Aminah, 2016) merincikan bahwa metode participatory technology development dibangun melalui dialog untuk mencapai saling pengertian dalam transfer pengetahuan dan teknologi. Untuk memperkuat temuan lapangan juga dilakukan penilaian melalui melalui angket untuk melihat sejauhmana produk tenun lidi nipah motif aceh mampu meningkatkan ekonomi kreatif desa sekaligus menjadi produk unggulan di kabupaten aceh timur.

Prosedur pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan meliputi 1) koordinasi, 2) sosialisasi, 3) pelatihan, 4) pendampingan dan 5) monitoring dan evaluasi dimana setiap tahapan dilakukan secara sistematis dan terukur sehingga pengembangan produk tenun lidi nipah motif aceh guna mendukung ekonomi kreatif desa di kabupaten aceh timur dapat berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari gambar 1 di bawah ini.



**Gambar 1.** Alur Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahapan koordinasi tim pengabdian menjelaskan secara detail rincian dan jadwal pelaksanaan kegiatan kepada kelompok perempuan bungong chirih, pemerintahan desa dan kecamatan serta dinas terkait. Pada tahap sosialisasi, tim pelaksana menghuraikan secara terperinci tahapan kegiatan, jadwal pelaksanaan kegiatan serta luaran yang dicapai kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan ini. Pada tahap pelatihan, tim pengabdian menjelaskan perbedaan alat tenun bukan mesin (ATBM) dan alat tenun mesin, mekanisme penggunaan alat tenun mesin, penggunaan mesin peraut lidi nipah, penentuan jenis-jenis motif khas aceh serta desain motif khas aceh. Pada tahap pendampingan, tim pengabdian mendampingi pembuatan katalog produk bilingual, pendaftaran hak kekayaan intelektual berupa merk dagang, pembuatan website toko online, pendaftaran izin usaha mikro kecil (IUMK) berupa nomor induk berusaha dan izin usaha. Pada tahap monitoring memperlihatkan bahwa kuantitas produk tenun yang dihasilkan oleh kelompok meningkat hingga 34 produk dengan menggunakan alat tenun mesin. Pengembangan produk tenun lidi nipah motif aceh akan berjalan dengan baik melalui sinergisitas dengan

stakeholder terkait. Hal ini ditunjukkan dengan diikutsertakannya produk tenun lidi nipah motif aceh pada beberapa event seperti bursa inovasi kabupaten oleh DPMG kabupaten aceh timur serta pameran produk kreatif tingkat provinsi oleh dekranasda kabupaten aceh timur. Keseluruhan kegiatan yang dilakukan memperlihatkan komitmen dari pemerintahan kabupaten aceh timur dinas untuk menjadikan produk tenun lidi nipah sebagai salah satu produk unggulan daerah pada tahun 2021.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan produk tenun lidi nipah motif aceh guna mendukung ekonomi kreatif desa di kabupaten aceh timur mendapatkan dukungan penuh dari pemerintahan desa dan dinas terkait. Hal ini dibuktikan dari aktifnya anggota kelompok mengikuti seluruh tahapan kegiatan mulai dari koordinasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monev hingga penyusunan rencana kegiatan lanjutan bagi memastikan produk tenun lidi nipah menjadi produk unggulan daerah.

Pada tahapan koordinasi, tim pengabdian menjelaskan secara terperinci tahapan kegiatan yang sudah dirancang bersama dengan mitra sasaran kepada dinas terkait seperti DPMG, DP3AKB, DisperindagKop, Bappeda serta pemerintahan desa. Sedangkan pada tahapan sosialisasi kegiatan, tim pengabdian menjabarkan secara lengkap tahapan kegiatan, jadwal pelaksanaan, metode pendampingan, bentuk pendampingan, jenis-jenis pelatihan yang disepakati bersama mitra, luaran kegiatan hingga mekanisme monitoring dan evaluasi kegiatan kepada stakeholder terkait.

Pada pelatihan penguatan kapasitas manajemen kelembagaan kelompok yang diikuti oleh 23 anggota kelompok untuk materi pengoperasian sistem komputer microsoft word dan microsoft excel sebanyak 12 anggota kelompok (52,17%) mampu mengoperasikan microsoft word dan microsoft excel dengan baik, sedangkan 11 anggota kelompok (47,83%) masih kesulitan dalam mengoperasikan Ms. Word dan Ms. Excel. Pada materi penataan administrasi kelompok hasil lembar evaluasi melalui angket menunjukkan bahwa 6 orang anggota kelompok bungong chirih (24,5%) sangat memahami materi pelatihan yang diberikan oleh instruktur, 15 orang peserta (62,8%) memahami materi pelatihan dengan baik dan 2 orang anggota kelompok (12,7%) cukup memahami materi pelatihan. Secara umum anggota kelompok memahami bahwa untuk mencapai suatu tujuan diperlukan sebuah wadah berupa organisasi kelompok yang memiliki legalitas dan didukung oleh semua anggota kelompok, sehingga terbentuk kelompok produktif.

Pada bagian materi manajemen keuangan pada anggota kelompok bungong chirih, hasil angket memperlihatkan sebanyak 4 orang peserta (18,2%) sangat memahami materi pelatihan, 6 orang anggota kelompok (27,3%) memahami materi pelatihan dan 8 orang peserta (54,5%) cukup memahami materi pelatihan dengan baik. Salah satu penyebab beberapa

anggota kelompok masih mengalami kendala dalam penguasaan materi adalah tingkat pendidikan dan usia dari masing-masing anggota kelompok, namun demikian ketua dan bendahara kelompok telah memahami dengan baik terkait pembukuan dan pengelolaan keuangan kelompok seperti gambar 2 berikut.



**Gambar 2.** Pelatihan Manajemen Pemasaran

Untuk pendampingan penguatan manajemen pemasaran terhadap anggota kelompok terutama untuk materi strategi pemasaran dan perhitungan nilai jual produk, hasil penilaian melalui lembar angket memperlihatkan 8 anggota kelompok ( 30,5%) sangat memahami materi pelatihan, 12 anggota kelompok ( 54,6%) memahami isi materi pelatihan dan 3 orang ( 14,9%) cukup memahami materi tersebut. Sedangkan pada materi pengenalan sistim pemasaran online hasil angket menunjukkan bahwa 12 anggota kelompok ( 54,6%) sangat memahami materi pelatihan, 8 orang peserta (30,5% ) dan 3 orang anggota kelompok (14,9%) cukup memahami isi materi pelatihan itu. Pada materi pengelolaan website pemasaran yang dilakukan terhadap anggota kelompok bungong chirih, 4 orang anggota kelompok ( 15,25%) sangat memahami teknik pengelolaan website pemasaran produk, 8 anggota kelompok ( 30,5%) memahami materi itu dan 11 anggota kelompok ( 54,25%) cukup memahami materi pelatihan tersebut.



**Gambar 3.** Pelatihan Pengenalan Sistim Pemasaran Online

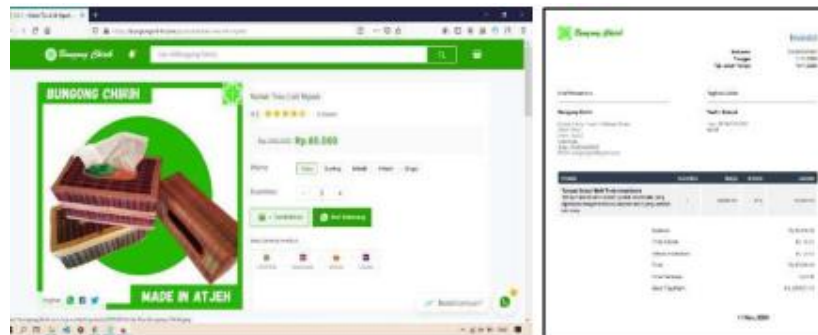
Selain mendapatkan pelatihan penguatan kapasitas manajemen, anggota kelompok bungong chirih juga dilatih dalam penguatan manajemen produksi melalui pelatihan bordir motif khas aceh, pembuatan desain motif dan penataan stok produksi seperti pada gambar 3. Pada bagian pelatihan bordir motif khas aceh yang dipandu oleh ibu ratna dari desa seuneubok pidie, hasil lembar angket menunjukkan bahwa 5 anggota kelompok ( 22,3%) sangat memahami teknik pembuatan bordir motif aceh, 3 orang peserta pelatihan ( 14,9%) memahami tatacara pembuatan bordir itu dan 15 anggota kelompok ( 62,8%) cukup memahami proses pembuatan bordir motif aceh tersebut. Untuk materi pembuatan desain motif khas aceh, penilaian melalui lembar angket memperlihatkan bahwa 3 orang anggota kelompok ( 14,9%) sangat memahami dengan baik proses pembuatan desain motif itu, 3 orang anggota kelompok ( 14,9%) memahami cara mendesain motif tenun dan 17 orang peserta pelatihan ( 70,2%) cukup memahami pembuatan desain tenun motif aceh itu. Pada materi penataan stok produksi, hasil penilaian mencatat 8 anggota kelompok ( 29,2%) sangat memahami materi itu, 10 orang peserta (48,5% ) memahami dengan baik materi serta 5 peserta (22.3% ) cukup memahami substansi materi pelatihan itu.

Hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan sebelum kegiatan pendampingan dilakukan, kelompok bungong chirih hanya memproduksi anyaman tikar secara manual dengan jumlah produk sebanyak 3 lembar ukuran 100 cm x 220 cm setiap bulannya dengan model pemasaran door to door atau di pasar tradisional. Namun setelah pendampingan terhadap kelompok produk anyaman tikar menjadi lebih bervariasi. Sedangkan untuk produk tenun lidi nipah yang dihasilkan dengan menggunakan ATBM jumlah produk yang dihasilkan sebanyak 10 produk yaitu kotak tissue kecil, kotak tissue persegi, kotak tissue melengkung, kotak tissue persegi panjang, sajadah, tas wanita, kotak air kemasan, sandal hotel, kotak file, dan kopiah. Pada tahun 2020 yang lalu kelompok ini telah mampu memproduksi sebanyak 34 produk kerajinan tenun lidi nipah atau mengalami penambahan varian produk sebanyak 24 varian produk, jika dibandingkan pada tahun 2019. Pada bagian lain, produk yang dihasilkan telah diinovasikan melalui penambahan motif aceh pada produk nya. Saat ini terdapat 6 (enam) motif aceh yang berhasil dibuat oleh kelompok bungong chirih dan diinovasikan pada produk tenun lidi nipah yang dihasilkan dengan menggunakan mesin tenun dan mesin peraut lidi nipah

Untuk sistim pemasaran produk, saat ini menggunakan 2 (dua) cara yakni pemasaran langsung (offline) dan sistem pemasaran online. Sistem pemasaran offline dilakukan dengan memasarkan produk secara langsung dari rumah ke rumah dan di pasar tradisional. Jangkauan pemasaran secara offline telah sampai pada 2 (dua) provinsi, yaitu provinsi Aceh dan provinsi Sumatera Utara. Disamping itu, melalui Dinas Perindustrian, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi kabupaten AcehTimur, DPMG Aceh Timur,

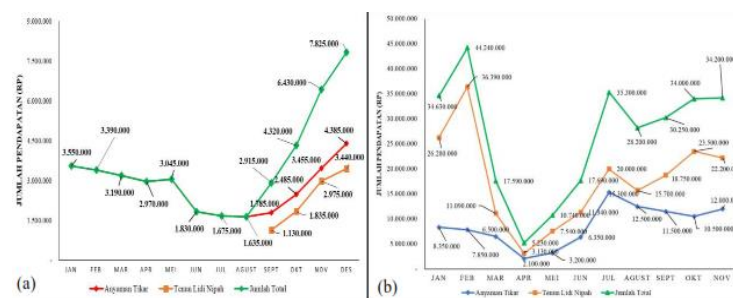


DP3AKB dan Dekranasda Aceh Timur, produk kelompok bungong chirih dipasarkan melalui kegiatan pameran produk lokal. Sistem pemasaran secara online dilakukan dengan pembuatan website toko online (<https://bungongchirih.com/>) seperti pada gambar 4 dimana website ini telah dilengkapi dengan fitur pembayaran yang lengkap untuk memudahkan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran.



Gambar 4. Fitur website toko online

Selama pendampingan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kelompok bungong chirih, kondisi keuangan kelompok mengalami peningkatan, namun demikian, akibat pandemi Covid-19 jumlah pendapatan kelompok mengalami penurunan. Adanya pembatasan aktivitas di luar rumah serta adanya kekhawatiran anggota kelompok terhadap kondisi kesehatan menyebabkan proses pemasaran produk kurang berjalan optimal. Meskipun demikian, seiring perkembangannya pendapatan kelompok berangsur-angsur kembali normal seperti terlihat pada gambar 5 dibawah ini.



Gambar 5. Kondisi Pendapatan Kelompok Bungong Chirih Tahun 2019 dan 2020

Pelaksanaan kegiatan pada kelompok sasaran telah memberikan dampak positif terhadap terhadap kondisi ekonomi dan sosial anggota kelompok Bungong Chirih dimana keberadaan usaha Bungong Chirih dapat membantu perekonomian kelompok terutama pada saat pandemi Covid-19. Disamping itu, ada beberapa pedagang di desa Matang Gleum dan sekitarnya yang memesan dan membeli produk untuk dipasarkan kembali sehingga mendukung mendukung pengembangan ekonomi masyarakat sekitar. Hal ini ditunjukkan pada gambar 6 dibawah ini.

Variabel	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Jenis produk	Anyaman tikar pandan	- Anyaman tikar pandan - Tenun lidi nipah	- Anyaman tikar pandan - Tenun lidi nipah motif Aceh
Jumlah produk	3 produk	13 produk	37 produk
Teknologi	Manual	Alat Tenun Bukan Mesin	Mesin Tenun Lidi Nipah
Sistem pemasaran	<i>offline</i>	<i>offline</i>	<i>offline</i> dan <i>online</i>
Total pendapatan	Rp. 24.242.000	Rp. 42.775.000	Rp. 292.072.000
Jumlah anggota	21 orang	22 orang	23 orang
Jumlah yang bisa mengoperasikan komputer	1 orang	3 orang	6 orang

**Gambar 6.** Dampak sosial ekonomi pendampingan pada mitra sasaran

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengukuran melalui lembar angket menunjukkan bahwa sebagian besar memahami dengan baik setiap materi pelatihan yang diberikan. Hal ini memperlihatkan bahwa anggota kelompok bungong chirih telah mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk termasuk jenis produk dan varian produk yang dihasilkan. Peserta pelatihan telah memahami secara baik penggunaan alat tenun mesin dan mesin peraut, pengoperasian sistim komputer microsoft word dan excel, pencatatan produk melalui website kelompok, manajemen keuangan dan pemasaran produk baik offline dan online serta pembuatan bordir motif khas aceh,

Saran yang dapat dilakukan terhadap pelaksanaan kegiatan pendampingan ini adalah pendampingan organisasi kelompok secara berkelanjutan sehingga terbentuk kelompok produktif dan mandiri serta sinergisitas antar pelaku UKM, pemerintahan desa, pemerintahan kecamatan, pemerintahan kabupaten dan perguruan tinggi bagi memastikan produk tenun lidi nipah motif aceh menjadi produk unggulan kabupaten aceh timur.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, Kementerian Riset, Badan Riset dan Inovasi Nasional yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah tahun 2020 dengan nomor kontrak 084/SP2H/PPM/DRPM/2020 tanggal 06 April 2020. Tim penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Samudra, Dinas Perindustrian, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi kabupaten AcehTimur, DPMG Kabupaten Aceh Timur, DP3AKB Kabupaten Aceh Timur, Pemerintahan Kecamatan Peureulak, Pemerintahan Desa Matang Gleum, Kelompok Perempuan Bungong Chirih yang terlibat dalam kegiatan ini.

**DAFTAR RUJUKAN**

- Aminah, S. (2016). The Application of Participatory Communication in the Implementation of Small Farmers Empowerment Program. *Jurnal Bina Praja*. <https://doi.org/10.21787/jbp.08.2016.135-148>
- Baihaqi, Zulkarnen Mora, & Abdul Latief. (2020). An Impact of CSR Program in Enhancing Welfare (A Case Study of Catfish Cultivation Group Tanah Berongga-Sido Urep Kebun Tanjung Seumantoh Village, Karang Baru Sub District Aceh Tamiang District, Aceh Province). *Jurnal Ilmiah Samudra Akuatika*. <https://doi.org/10.33059/jisa.v4i1.2478>
- Darwanto., & Tri U Danuar, D. (2013). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang. *Ilmu Ekonomi*.
- Febriadi, I., & Saeni, F. (2018). Inventarisasi Dan Pemanfaatan Nipah (*Nypa fruticans* (Thunb.) Wurmb) Oleh Masyarakat Pada Hutan Mangrove Kampung Mariat Pantai Distrik Aimas Kabupaten Sorong. *Median: Jurnal Ilmu Ilmu Eksakta*. <https://doi.org/10.33506/md.v10i3.176>
- Fitriana, A. N. (2014). Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu (Studi Tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan Di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>
- Nurhadini, N., Fabiani, V. A., Asriza, R. O., & Puspita Sari, F. I. (2019). Pelatihan Pembuatan Sirup Buah Nipah Sebagai Produk Unggulan Desa Sempan Kabupaten Bangka. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.31604/jpm.v2i2.101-105>
- Oktaviani, V., Rahmayanti, H., & Putra, F. F. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Mengembangkan Kemandirian Pelaku Industri Kreatif melalui Desain Grafis pada Pendidikan Lingkungan di Bogor. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*. <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i1.5321>
- Pradana, H. (2020). Pengembangan Pariwisata Pasar Terapung Kota Banjarmasin. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.56>
- Purnomo, R. A. (2016). Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia. In *Nulisbuku.com*.
- Rochani, A. (2017). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mewujudkan Kota Cerdas. *Inovasi Dalam Pengembangan*.
- Schuler, D., & Namioka, A. (2017). Participatory design: Principles and practices. In *Participatory Design: Principles and Practices*. <https://doi.org/10.1201/9780203744338>
- Sribudiani, E. (2007). Potensi Pengembangan Nipah (*Nypa Spp*) di Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Ilmiah Pertanian*.
- Subiandono, E., Heriyanto, N. M., & Karlina, E. (2016). Potensi Nipah (*Nypa fruticans* (Thunb.) Wurmb.) sebagai Sumber Pangan dari Hutan Mangrove. *Buletin Plasma Nutfah*. <https://doi.org/10.21082/blpn.v17n1.2011.p54-60>
- Suardi, A. B., Baihaqi, B., Navia, Z. I., & Syardiansah, S. (2020).

- Pemberdayaan Kelompok Bungong Chirih melalui Produksi Tenun Lidi Nipah. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*.<https://doi.org/10.29244/agrokreatif.6.1.62-71>
- Syarif, M., Azizah, A., & Priyatna, A. (2015). Analisis Perkembangan Dan Peran Industri Kreatif Untuk Menghadapi Tantangan MEA 2015. *Seminar Nasional Inovasi Dan Tren (SNIT)*.
- Taib, G., & Roswita, R. (2018). Analisis Prospek Dan Kendala Pengembangan Produk Industri Pangan Lokal Di Sumatera Barat. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*.  
<https://doi.org/10.25077/jtpa.22.1.96-101.2018>