

**PEMBERDAYAAN EKONOMI BERBASIS KOMUNITAS MELALUI
PROGRAM KKN TEMATIK UKIM BERDAMPAK SMART DI JEMAAT GPM
TAWIRI KOTA AMBON**

Moses Tomasila¹, Godprit Haris Touwely², Robbi Dj Lakatua³, Reinhard Jekrora⁴,
Rindi F. Kotngoran⁵

^{1,2,3,4,5}**Universitas Kristen Indonesia Maluku**

E-mail: ocestoms@gmail.com, haristouwely@gmail.com, robbylakatua@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini melaporkan pelaksanaan dan hasil Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik UKIM Berdampak SMART di Jemaat GPM Tawiri, Kota Ambon. Program ini dirancang berbasis tiga pilar utama: Pemetaan Potensi Ekonomi Jemaat, Literasi dan Pengelolaan Keuangan, serta Pemasaran Digital. Melalui survei terstruktur terhadap 44 pelaku usaha mikro aktif, ditemukan bahwa 82% tidak memiliki pencatatan keuangan, 75% masih mengandalkan pemasaran konvensional, dan 68% memiliki literasi digital yang rendah. Pelaksanaan program mencapai capaian 100% pada pilar pemetaan, 85% pada literasi keuangan, dan 78% pada pemasaran digital. Temuan lapangan menunjukkan bahwa kelompok usaha yang mengadopsi pemasaran digital mencatatkan omzet hingga 26,7 kali lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha non-digital dalam komunitas yang sama. Program KKN ini membuktikan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas yang berpijak pada data survei lokal mampu menghasilkan intervensi yang tepat sasaran dan berdampak signifikan terhadap kapasitas ekonomi masyarakat jemaat.

Kata kunci: KKN Tematik, Pemberdayaan Ekonomi, Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, GPM Tawiri

ABSTRACT

This article reports the implementation and outcomes of the KKN Tematik UKIM Berdampak SMART community service program at GPM Tawiri Congregation, Ambon City. The program was designed around three main pillars: Mapping of Congregational Economic Potential, Financial Literacy and Management, and Digital Marketing. Through structured surveys of 44 active micro-enterprise operators, it was found that 82% lacked financial records, 75% relied solely on conventional marketing, and 68% had low digital literacy. Program achievement reached 100% for the mapping pillar, 85% for financial literacy, and 78% for digital marketing. Field findings revealed that business groups adopting digital marketing recorded revenue up to 26.7 times higher than non-digital operators within the same community. This KKN program demonstrates that community-based empowerment grounded in local survey data can generate targeted interventions with significant impact on the economic capacity of congregational communities.

Keywords: Thematic KKN, Economic Empowerment, Financial Literacy, Digital Marketing, GPM Tawiri

PENDAHULUAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu instrumen utama dalam penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada dimensi pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diterjunkan ke lapangan untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam konteks kehidupan masyarakat yang nyata (Undang-Undang No. 12 Tahun 2012). Namun lebih dari sekadar kewajiban akademik, KKN yang dirancang dengan baik mampu berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan yang menghasilkan dampak terukur bagi komunitas penerima manfaat.

Jemaat GPM Tawiri yang berlokasi di Kecamatan Teluk Ambon, Kota Ambon, Provinsi Maluku, merupakan komunitas yang menyimpan potensi ekonomi signifikan, terutama pada sektor tenun tradisional, perdagangan, dan usaha rumah tangga. Namun potensi tersebut belum berkembang optimal akibat lemahnya kapasitas manajerial pelaku usaha, rendahnya literasi keuangan, dan terbatasnya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Kondisi ini mencerminkan fenomena yang lazim dijumpai pada komunitas berbasis jemaat di Indonesia timur, yaitu kekayaan sumber daya lokal yang tidak beriringan dengan kapasitas untuk mengelola dan memasarkannya secara efektif (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas keagamaan terbukti efektif ketika nilai dan jaringan sosial komunitas diintegrasikan ke dalam penguatan manajemen usaha mikro anggotanya (Pati et al., 2026; Rifia, 2025).

Program KKN Tematik UKIM Berdampak SMART hadir sebagai respons terhadap kondisi tersebut. Program ini dirancang dengan tiga pilar yang saling terintegrasi: Pemetaan Potensi Ekonomi Jemaat, Literasi dan Pengelolaan Keuangan, serta Pemasaran Digital. Ketiga pilar ini dipilih secara purposif berdasarkan hasil survei pendahuluan yang mengidentifikasi permasalahan nyata di lapangan, sehingga intervensi yang diberikan bersifat kontekstual dan berbasis data, bukan asumtif.

Artikel ini bertujuan melaporkan proses pelaksanaan, temuan lapangan, dan capaian program KKN Tematik UKIM Berdampak SMART di Jemaat GPM Tawiri, sekaligus menganalisis implikasi temuan tersebut bagi keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas jemaat.

PERMASALAHAN MITRA

Identifikasi permasalahan dilakukan melalui survei lapangan terstruktur, observasi langsung, dan wawancara mendalam terhadap 44 pelaku usaha mikro aktif di lingkungan Jemaat GPM Tawiri. Survei mencakup aspek pengelolaan keuangan, kapasitas pemasaran, tingkat literasi digital, kondisi legalitas usaha, dan keterbatasan modal. Hasil identifikasi mengungkap lima masalah utama dengan tingkat prevalensi yang bervariasi sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Permasalahan Utama Pelaku Usaha Mikro Jemaat GPM Tawiri (n = 44)

No.	Permasalahan	Prevalensi	Dampak
1	Tidak Ada Pencatatan Keuangan	82%	Pelaku usaha tidak mengetahui posisi keuangan secara akurat
2	Pemasaran Masih Konvensional	75%	Jangkauan pasar terbatas pada lingkungan jemaat

No.	Permasalahan	Prevalensi	Dampak
3	Literasi Digital Rendah	68%	Tidak mampu memanfaatkan platform digital yang tersedia
4	Inovasi Produk Belum Berkembang	61%	Produk tidak kompetitif dibanding produk luar daerah
5	Keterbatasan Modal Usaha	55%	Usaha tidak berkembang meski permintaan pasar ada

Sumber: Hasil Survei Tim KKN Tematik UKIM Berdampak SMART, 2026.

Masalah yang paling dominan adalah tidak adanya pencatatan keuangan usaha, yang dialami oleh 82% responden. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha tidak dapat memantau arus kas, mengukur profitabilitas, maupun merencanakan pengembangan usaha secara terstruktur. Temuan ini sejalan dengan berbagai studi yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan pelaku usaha mikro berkontribusi langsung terhadap lemahnya pengelolaan arus kas dan keberlanjutan usaha (Handayani et al., 2022; Safitri et al., 2022). Masalah kedua adalah ketergantungan pada pemasaran konvensional (75%), yang membatasi jangkauan pasar pada lingkungan sosial terdekat saja. Ketiga masalah berikutnya, yaitu rendahnya literasi digital (68%), lemahnya inovasi produk (61%), dan keterbatasan modal (55%), saling memperkuat dalam membentuk siklus stagnansi usaha yang sulit ditembus tanpa intervensi eksternal yang terstruktur.

SOLUSI

Solusi yang ditawarkan melalui Program KKN Tematik UKIM Berdampak SMART bertumpu pada tiga pilar yang dirancang secara sinergis. Pertama, Pemetaan Potensi Ekonomi Jemaat, yang bertujuan menghasilkan basis data ekonomi jemaat sebagai landasan perencanaan program pemberdayaan yang akurat. Kedua, Literasi dan Pengelolaan Keuangan, yang bertujuan meningkatkan kapasitas manajerial pelaku usaha melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, serta perencanaan anggaran usaha. Pelatihan pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga terbukti menjadi langkah dasar yang efektif dalam membangun disiplin pengelolaan keuangan pelaku UMKM (Dwiastanti et al., 2024; Herlambang & Rusdiyanto, 2022). Ketiga, Pemasaran Digital, yang bertujuan membuka akses pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai media promosi produk.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari empat tahap, mengacu pada pola pelaksanaan KKN tematik berbasis kebutuhan lokal yang diawali dengan pemetaan masalah sebelum intervensi dirancang (Naila et al., 2025). Tahap pertama adalah observasi dan analisis kebutuhan, dilakukan melalui survei terstruktur dan wawancara mendalam dengan 44 pelaku usaha mikro aktif, didahului dengan koordinasi bersama Majelis Jemaat GPM Tawiri.

Gambar 1. Koordinasi Awal Tim KKN bersama Majelis Jemaat dan Kegiatan Survei/Wawancara dengan Pelaku Usaha Mikro



Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan, mencakup sosialisasi kewirausahaan, literasi keuangan, dan pendampingan pemasaran digital dengan metode ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Kegiatan Sosialisasi Kewirausahaan dan Pemasaran Digital dilaksanakan pada hari Kamis, 28 Mei 2026, bertempat di Gedung Kunci Stori Lantai II, Gereja Ebenhaezer Jemaat GPM Tawiri, dan diikuti secara antusias oleh para pelaku usaha mikro jemaat.

Gambar 2. Pelaksanaan Sosialisasi Kewirausahaan dan Pemasaran Digital



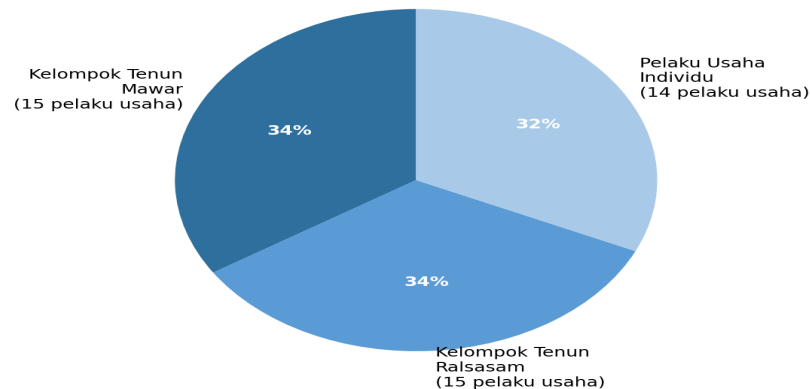
Gambar 3. Foto Bersama Peserta Kegiatan Sosialisasi Kewirausahaan dan Pemasaran Digital



Tahap ketiga adalah pendampingan intensif kepada dua kelompok usaha tenun (Kelompok Tenun Mawar dan Kelompok Tenun Ralsasam) yang telah lebih dahulu mengadopsi pemasaran digital, guna mengoptimalkan strategi promosi mereka.

Grafik 2. Komposisi Kelompok Usaha Peserta Program (n = 44)

Komposisi Kelompok Usaha Peserta Program (n=44)

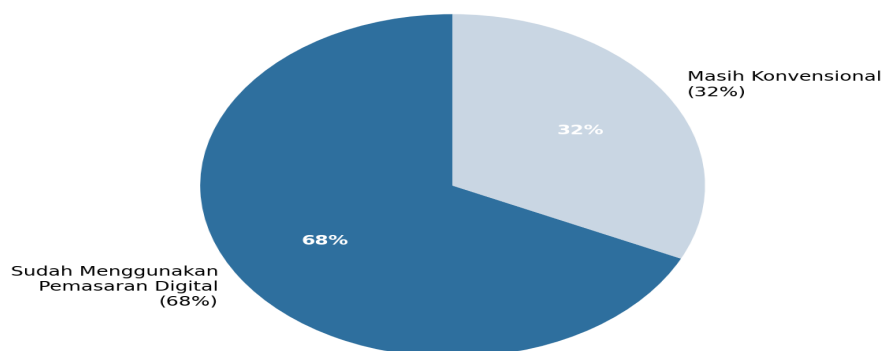


Catatan: Komposisi kelompok pada Grafik 2 merupakan estimasi proporsional dari Tim KKN berdasarkan sebaran 44 peserta program; rincian pasti per kelompok dapat disesuaikan lebih lanjut oleh penulis.

Grafik 3 memperlihatkan bahwa 68% peserta telah menggunakan pemasaran digital, terutama dari dua kelompok tenun yang aktif di media sosial, sementara 32% pelaku usaha individual masih sepenuhnya mengandalkan saluran konvensional. Kesenjangan ini menjadi salah satu fokus utama intervensi program, mengingat penggunaan media sosial dan pemasaran digital telah terbukti secara empiris meningkatkan kinerja UMKM melalui perluasan jangkauan pasar dan penguatan hubungan pelanggan (Sapthiarsyah & Junita, 2024).

Grafik 3. Status Adopsi Pemasaran Digital Pelaku Usaha (n = 44)

Status Adopsi Pemasaran Digital Pelaku Usaha (n=44)



HASIL YANG DICAPAI

Pelaksanaan Program KKN Tematik UKIM Berdampak SMART menghasilkan capaian yang terukur pada ketiga pilar program. Secara keseluruhan, rata-rata capaian program adalah 87,7%, dengan rincian sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Capaian Program KKN per Pilar SMART

Pilar Program	Capaian	Keterangan
Pemetaan Potensi Ekonomi Jemaat	100%	44 pelaku usaha terdata; database jemaat tersusun
Literasi dan Pengelolaan Keuangan	85%	44 peserta terlatih; sebagian menerapkan pencatatan harian
Pemasaran Digital	78%	Beberapa pelaku aktif di Instagram, Facebook, WhatsApp Business

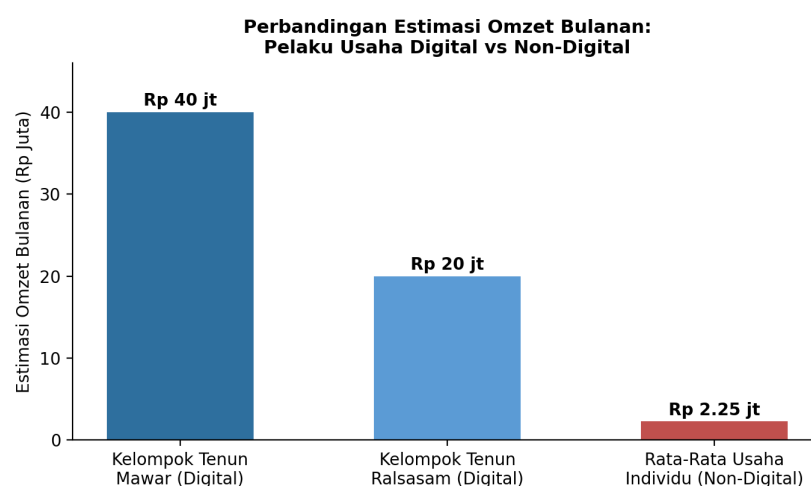
Sumber: Evaluasi Tim KKN, 2026.

Pilar Pemetaan Potensi Ekonomi mencapai target 100%, menghasilkan database komprehensif 44 pelaku usaha mikro yang sebelumnya tidak tersedia. Database ini mencakup profil usaha, jenis produk, tingkat pendapatan, kondisi pengelolaan keuangan, status legalitas, dan tingkat adopsi digital, yaitu sebuah aset informasi yang menjadi dasar bagi Majelis Jemaat dalam merancang program pemberdayaan berkelanjutan.

Pilar Literasi dan Pengelolaan Keuangan mencapai 85% realisasi. Evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan pada sebagian besar peserta, khususnya terkait pentingnya pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, serta pencatatan arus kas harian. Kendala utama dijumpai pada kelompok peserta berusia lanjut yang memerlukan pendampingan lebih intensif.

Pilar Pemasaran Digital mencapai 78% realisasi. Temuan lapangan paling menonjol pada pilar ini adalah kesenjangan kinerja omzet yang signifikan antara pelaku usaha yang mengadopsi pemasaran digital dengan yang belum, sebagaimana disajikan pada Grafik 5.

Grafik 5. Perbandingan Estimasi Omzet Bulanan: Pelaku Usaha Digital vs Non-Digital



Grafik 5 menunjukkan bahwa Kelompok Tenun Mawar yang aktif menggunakan Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business mencatatkan estimasi omzet Rp 40.000.000 per bulan, sementara Kelompok Tenun Ralsasam mencatatkan Rp 20.000.000 per bulan. Keduanya jauh melampaui rata-rata pelaku usaha individual non-digital yang hanya berkisar Rp 1.500.000 hingga Rp 3.000.000 per bulan, menghasilkan rasio perbandingan hingga 26,7 kali

lipat. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang membuktikan pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM (Wibowo & Pangesti, 2025). Yang penting dicatat adalah bahwa perbedaan ini terjadi dalam satu komunitas dengan aksesibilitas infrastruktur digital yang relatif sama, sehingga variabel penentunya bukan keterbatasan teknologi, melainkan orientasi dan kesiapan kewirausahaan digital (OECD, 2020; Kotler et al., 2022). Temuan ini memiliki implikasi penting bagi program pemberdayaan selanjutnya: Kelompok Tenun Mawar dan Kelompok Tenun Ralsasam dapat difungsikan sebagai model percontohan yang konkret dan relevan secara lokal, jauh lebih persuasif dibandingkan materi pelatihan berbasis teori semata.

Program KKN Tematik UKIM Berdampak SMART memperlihatkan bahwa efektivitas program pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas sangat ditentukan oleh kualitas diagnosis awal. Dengan berpijak pada data survei 44 pelaku usaha, bukan asumsi umum, tim KKN mampu merancang intervensi yang spesifik, terukur, dan relevan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip participatory rural appraisal (PRA) yang menekankan pentingnya memahami kondisi lokal sebelum merancang solusi (Kotler et al., 2022), serta selaras dengan model pemberdayaan berbasis komunitas keagamaan yang mengintegrasikan nilai lokal dengan penguatan manajemen ekonomi (Rifia, 2025).

Perbedaan omzet yang dramatis antara kelompok usaha digital dan non-digital, dalam satu komunitas dengan infrastruktur digital yang sama, mengkonfirmasi bahwa hambatan adopsi teknologi pada pelaku UMKM di lingkungan jemaat GPM lebih bersifat behavioral daripada struktural. Implikasi kebijakan yang muncul adalah bahwa intervensi yang paling efektif bukan pada penyediaan infrastruktur, melainkan pada perubahan orientasi dan peningkatan self-efficacy digital (OECD, 2020). Kondisi ini juga konsisten dengan temuan bahwa keberlanjutan bisnis UMKM lebih banyak ditentukan oleh tingkat literasi keuangan dan kesiapan perilaku pelaku usaha dibandingkan ketersediaan sarana semata (Chaidir et al., 2025). Dalam konteks ini, program KKN telah menempatkan dirinya pada titik intervensi yang tepat.

Tingkat partisipasi yang mencapai 100% (seluruh 44 pelaku usaha hadir dalam kegiatan pemetaan dan pelatihan) mengindikasikan tingginya relevansi program bagi masyarakat. Hal ini penting karena salah satu hambatan klasik program pemberdayaan adalah rendahnya partisipasi akibat mismatch antara agenda program dan kebutuhan nyata sasaran. Dalam kasus KKN Jemaat GPM Tawiri, survei pendahuluan yang diikuti oleh desain program partisipatif berhasil mengatasi hambatan tersebut.

Tiga rekomendasi strategis diajukan berdasarkan temuan penelitian ini. Pertama, Majelis Jemaat GPM Tawiri perlu membentuk kelompok pendamping usaha jemaat yang berfungsi meneruskan program pemberdayaan pasca-KKN. Kedua, Kelompok Tenun Mawar dan Ralsasam perlu dijadikan model percontohan formal dalam program pelatihan usaha jemaat. Ketiga, program literasi keuangan perlu diintegrasikan ke dalam agenda rutin komisi-komisi jemaat agar pembinaan bersifat berkelanjutan, bukan hanya sekali waktu.

PENUTUP

Program KKN Tematik UKIM Berdampak SMART di Jemaat GPM Tawiri telah terlaksana dengan capaian rata-rata 87,7% dari keseluruhan target yang ditetapkan. Program ini berhasil menghasilkan database ekonomi jemaat yang komprehensif untuk 44 pelaku usaha mikro, meningkatkan pemahaman dan kapasitas pengelolaan keuangan peserta, serta membuka cakrawala baru bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan pemasaran digital. Temuan yang paling bermakna adalah bahwa adopsi pemasaran digital menghasilkan perbedaan kinerja omzet hingga 26,7 kali lipat dalam satu komunitas yang sama, yaitu sebuah bukti empiris yang menegaskan urgensi intervensi literasi digital pada pelaku UMKM berbasis komunitas jemaat.

Hasil program ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaksanaan KKN Tematik pada periode selanjutnya, khususnya dalam merancang program pemberdayaan ekonomi yang berbasis data lokal, berorientasi pada perubahan perilaku, dan berkomitmen pada keberlanjutan dampak pasca-program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat (LPM) Universitas Kristen Indonesia Maluku yang telah memfasilitasi pelaksanaan program KKN Tematik ini. Penghargaan setinggi-tingginya juga disampaikan kepada Majelis Jemaat GPM Tawiri atas kepercayaan dan dukungan penuh yang diberikan selama pelaksanaan program, serta kepada seluruh 44 pelaku usaha mikro yang menjadi mitra program atas partisipasi dan keterbukaan mereka dalam proses survei dan pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Badan Pusat Statistik Kota Ambon. (2024). Kota Ambon dalam Angka 2024. BPS Kota Ambon.
2. Chaidir, M., Yulianti, G., & Ruslaini, R. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Indonesia. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(1), 218–220. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i1.2079>
3. Dwiastanti, A., Wahyudi, A., Waluyo, S., Waluyo, S. A., & Wulandari, K. C. (2024). Sosialisasi pemisahan keuangan usaha dan keuangan rumah tangga bagi pelaku UMKM di Desa Sanankerto Kabupaten Malang. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 145–153. <https://doi.org/10.36636/eduabdimas.v3i2.4014>
4. Handayani, M. A., Amalia, C., & Sari, T. D. R. (2022). Pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan kepribadian terhadap perilaku manajemen keuangan (studi kasus pada pelaku UMKM Batik di Lampung). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 647–660. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2262>
5. Herlambang, T., & Rusdiyanto, R. (2022). Pelatihan literasi keuangan untuk peningkatan kapasitas usaha pada pelaku usaha mikro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 3(1), 47–58. <https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/manage/article/view/7379>
6. Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Roadmap UMKM Digital 2023–2024. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
7. Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th Edition). Pearson Education.
8. Naila, A. N., Khoirinnisa, S., Aisyifa, D. F., & Purwati, N. (2025). Pemberdayaan masyarakat dengan kreativitas, digitalisasi dan sosial melalui program KKN Tematik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(6), 2746–2753. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i6.2817>
9. OECD. (2020). OECD/INFE 2020 international survey of adult financial literacy. OECD Publishing.
10. Pati, D. U., Sudarma, I. M. A., Sitaniapessy, D. A., Djoh, D. A., & Nganji, M. U. (2026). Pemberdayaan masyarakat di jemaat Gereja Omba Leghu dalam peningkatan kapasitas usaha peternakan terpadu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(11), 6590–6597. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i11.3847>
11. Rifia, T. N. I. (2025). Integrasi nilai spiritual Isra Mi'raj dalam penguatan manajemen ekonomi komunitas: Studi kasus pemberdayaan UMKM di Tangerang Selatan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(1), 145–155. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i1.5000>

12. Safitri, N., Permadi, I., & Fathussyaadah, E. (2022). Literasi keuangan digital, keberlanjutan usaha industri kecil dan menengah serta dampaknya terhadap kesejahteraan keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1203–1214. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2478>
13. Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial dan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 330–337. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/23686>
14. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158.
15. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.
16. Wibowo, A. N., & Pangesti, I. (2025). Pengaruh pemanfaatan digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 2278–2286. <https://doi.org/10.63822/kjagsd53>