

**CREATIVEPRENEURSHIP UMKM BATIK LASEM REMBANG,  
PENINGKATAN KAPASITAS USAHA MELALUI KUALITAS PRODUKSI  
DAN PEMASARAN DIGITAL**

**Rahmawati, Edi Kurniadi, Rikah, Siti Nurlaela, Rudianto, Sarah Rum Handayani, Siti Arifah**  
Universitas Sebelas Maret Surakarta  
Email : rahmawati@gmail.com

**Abstrak**

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan alternatif solusi atas permasalahan yang terdapat di UMKM Batik Lasem Rembang berupa pelatihan dalam rangka peningkatan kualitas produksi serta pelatihan pemasaran digital sebagai upaya memberi pengetahuan dan keterampilan *creativepreneurship*. UMKM ini membutuhkan peningkatan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk mengembangkan usaha serta menciptakan saluran penjualan secara digital. Program ini terdiri dari tiga tahap yakni: tahap persiapan, tahap edukasi dan pelatihan karyawan mengenai *creativepreneurship*, dan tahap keberlanjutan program. Target yang dicapai meliputi: terlaksananya pelatihan kepada karyawan Batik Hastadana mengenai pemasaran digital dan *creativepreneurship*; terlaksananya praktek perancangan desain motif batik berdasarkan *trend* yang diminati pasar digital; dan regenerasi tenaga kerja muda untuk meningkatkan kualitas produk yang memiliki daya saing untuk meningkatkan penjualan. Luaran yang dicapai yakni: peningkatan level keberdayaan mitra, peningkatan kualitas produksi dengan penciptaan inovasi 5 desain motif batik, dan regenerasi usia muda yang terlibat dalam pengelolaan, produksi, dan pemasaran batik.

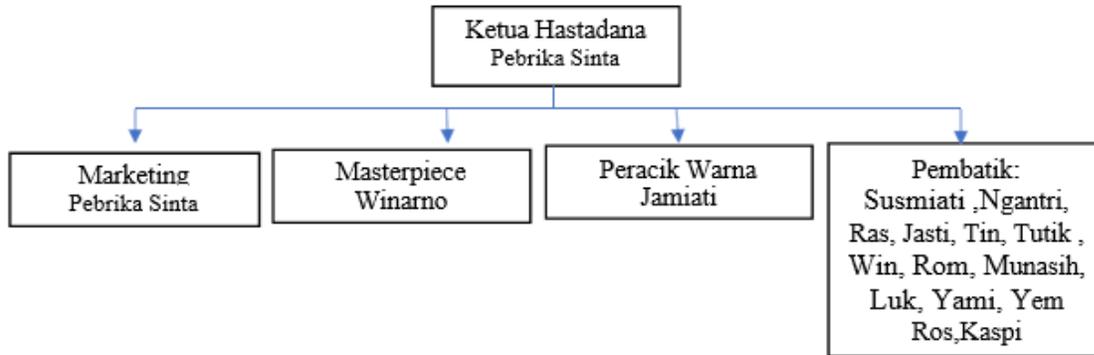
Kata Kunci: *Creativepreneurship*, UMKM Batik Lasem Rembang, kualitas produksi, pemasaran digital.

## **1. PENDAHULUAN**

Batik Hastadana merupakan usaha produksi batik di Kecamatan Lasem. Lasem dikenal masyarakat umum sebagai daerah penghasil batik dan menjadi sebutan untuk kain batik yang berasal dari daerah tersebut. Hastadana merupakan nama usaha rumah batik yang terletak di Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah. Batik Hastadana memproduksi batik tulis yang tumbuh secara turun-temurun dan sangat potensial untuk dikembangkan. Di Kabupaten Rembang terdapat tiga kecamatan yang masyarakatnya aktif memproduksi batik, yaitu: Lasem, Pancur, dan Pamotan. Batik Hastadana terus bertahan di tengah persaingan usaha batik di daerah tersebut. Kain batik Lasem sudah terkenal secara luas, karena tumbuh sejak dahulu dan berkembang dalam sejarah perkembangan batik di Indonesia.

Batik Hastadana beralamatkan di Desa Sendangasri RT 01 RW 01 Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang Jawa Tengah. Usaha batik ini tergolong sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan pemilik sekaligus sebagai pengelola bernama Pebrika Sinta. Dalam menjalankan usaha, Batik Hastadana melibatkan anggota keluarga dan tetangga sekitar. Proses produksi batik yang dilakukan masih secara tradisional, dengan produk unggulannya berupa batik

tulis. Usaha tersebut sejauh ini dapat menggerakkan ibu-ibu rumah tangga sebagai tenaga penyanting, pewarna, dan pelorodan. Pemilik secara mandiri melakukan penjualan secara langsung pada rumah produksi serta dengan pemanfaatan sosial media. Batik Hastadana dalam menjalankan usaha produksi dan penjualan membutuhkan pembinaan dan pendampingan untuk dapat memproduksi secara berkelanjutan dan meningkatkan aktivitas produksi serta penjualan batik. Batik Hastadana belum mempunyai struktur organisasi secara lengkap seperti layaknya sebuah organisasi atau perusahaan yang sudah besar. Batik Hastadana mempunyai struktur organisasi sederhana yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Struktur Organisasi Batik Hastadana  
Sumber: Hastadana, 2022

Secara umum permasalahan dari Batik Hastadana berkaitan dengan tenaga kerja atau sumber daya manusia (SDM) dan produk yang dihasilkan. Permasalahan SDM adalah rendahnya regenerasi keterlibatan usia muda, serta ketidakmampuan SDM dalam pengembangan usaha batik. Permasalahan produk, berupa lemahnya daya saing dan sistem penjualan. Permasalahan berkaitan dengan produk diakibatkan belum optimalnya kualitas batik yang dihasilkan serta penciptaan divesifikasi produk batik. Permasalahan dalam hal penjualan nampak pada sistem penjualan baik secara langsung maupun *online*. Berikut disajikan data penjualan yang terjadi selama masa pandemi dan pasca pandemi yang kurang menunjukkan peningkatan penjualan secara signifikan.

Tabel 1. Penjualan Batik Tulis Hastadana periode 2019-2022

Penjualan	2019	2020	2021	2022
Batik satu warna	20 pcs	22 pcs	25 pcs	25 pcs
Batik dua warna	30 pcs	38 pcs	45 pcs	60 pcs
Batik tiga negeri (klasikan)	3 pcs	4 pcs	5 pcs	7 pcs
Batik panca warna	80 pcs	110 pcs	150 pcs	200 pcs
Batik Sarung	25 pcs	38 pcs	50 pcs	70 pcs

Sumber: Batik Hastadana, 2022

Produk batik yang dihasilkan oleh Batik Hastadana adalah batik tulis yang sangat potensial untuk dikembangkan. Se jauh ini proses pembuatan batik Hastadana masih menggunakan cara manual dan sederhana dengan alat canting, masih menggunakan tungku dan drum untuk proses

pewarnaan dan pelorodan. Proses pengeringan batik masih mengandalkan 100% bantuan sinar matahari. Pemilik Batik Hastadana memiliki gagasan pengembangan usaha batik dengan melibatkan generasi muda. Hal ini didasarkan pada alasan bahwa sulit memperoleh tenaga kerja yang mumpuni dalam menjalankan usaha batik, dan harapan adanya kesempatan anak muda untuk mengembangkan keterampilan dalam bidang produksi dan penjualan batik di daerah tersebut.

Untuk mewujudkan harapan di atas, diperlukan diversifikasi produk untuk meningkatkan kualitas dan nilai atas produk batik yang dihasilkan. Usaha batik di daerah lain sudah mengalami perubahan gaya, dengan melihat *trend* dan pangsa pasar batik di era sekarang yang semakin luas dengan pemanfaatan pemasaran digital. Batik Hastadana memerlukan peningkatan kualitas produk batik yang dihasilkan baik dari segi desain motif maupun desain produk batik, untuk dapat bersaing dalam penjualan.

Keterampilan membatik merupakan kemampuan masyarakat setempat dalam memproduksi batik, baik dalam merancang desain motif, proses menyanting, pewarnaan, serta proses penyelesaiannya. Keterampilan ini dipelajari secara otodidak seiring adanya aktivitas membatik masyarakat di Lasem. Mayoritas pembatik pada Batik Hastadana merupakan ibu rumah tangga usia lanjut, yang mengerjakan sembari menanti masa tanam dan panen karena mayoritas adalah petani. Keberadaan generasi muda yang terlibat dalam usaha batik sangat kurang, terlihat dari setiap tahapan batik dikerjakan oleh tenaga kerja usia lanjut. Keterlibatan usia muda sangat dibutuhkan untuk membuka peluang pengembangan usaha dan mempersiapkan regenerasi pelaku batik di Lasem. Ketertarikan anak muda terlibat dalam aktivitas batik dirasa sangat kurang, diakibatkan kurangnya pemahaman atas potensi usaha dan cara pengelolaan yang bisa mereka lakukan untuk dapat mengembangkan keterampilan dalam bidang batik.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: 1) peningkatan kualitas manajemen dan peningkatan pemasaran, dengan memberikan pelatihan pengembangan keterampilan dan pengelolaan usaha yang sesuai; pembuatan *brand image* dan saluran pemasaran digital. 2) menjaga regenerasi pembatik, dengan peningkatan keterlibatan usia muda, dan daya tarik untuk mendalami proses batik khas Lasem. 3) peningkatan kualitas produksi dengan penambahan peralatan-peralatan produksi dan melakukan inovasi terhadap produk monoton yang berdampak kalah bersaing dengan produk batik lain.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam rangka peningkatan kualitas produk dan kemampuan pemasaran digital dalam upaya regenerasi usia muda dan menciptakan diversifikasi produk Batik Lasem, untuk meningkatkan daya saing penjualan dengan pemahaman *Creativepreneurship*. Metode untuk mencapai tujuan tersebut terdiri dari tahapan-tahapan program kegiatan yang ditujukan kepada mitra sebagai berikut:

1. Observasi, yang pada tahap ini dilakukan pencarian, pengumpulan, dan pencatatan data valid yang dibutuhkan untuk mengembangkan program kemitraan masyarakat (PKM) pada UMKM batik tulis Lasem Hastadana.
2. Persiapan kegiatan, dimana seluruh tim mempersiapkan semua kebutuhan dan keperluan yang digunakan pada pelaksanaan program, mengurus izin-izin terkait agar program berjalan sesuai dengan rencana, serta mengajak pihak-pihak terkait agar bersedia untuk bekerjasama melaksanakan pengabdian pada UMKM batik tulis Hastadana.

3. Sosialisasi kepada masyarakat, yang dilakukan di Desa Sendang Asri Kecamatan Lasem tentang materi yang dibutuhkan pada UMKM batik tulis Hastadana.
4. Pemaparan program oleh tim pengabdian kepada masyarakat mengenai *creativepreneurship*, dan pendampingan regenerasi dan diversifikasi produk batik Lasem.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu tugas dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pelaksanaan pengabdian ditujukan untuk dapat memberi dampak dan perubahan pada masyarakat, melalui PKM terbetuk tim untuk dapat melakukan pengembangan Batik Hastadana di Lasem dalam upaya menumbuhkan semangat *creativepreneurship* terhadap generasi muda untuk menciptakan regenerasi dan SDM mumpuni dalam menjalankan usaha batik di daerah tersebut. Terciptanya peningkatan kualitas dan divesifikasi produk batik diarahkan untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik pasar digital yang berdampak pada peningkatan penjualan. Tim terbentuk dari para Dosen Ahli dalam bidang sebagai berikut: Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak., CA. (Akuntansi dan kewirausahaan); Dr. Edi Kurniadi, M.Pd (Seni Rupa dalam hal proses produksi batik); Rikah, SE., M.Si; Siti Nurlaela; Istikomah (Akuntansi dan manajemen keuangan); M. Rudianto dan Dr. Sarah Rum (Desain batik inovatif ciri khas Batik Lasem).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan beragam corak batik pada UMKM Batik Hastadana Lasem batik telah dilakukan sejak berabad-abad hingga sekarang. Corak batik terdiri dari komposisi unsur rupa berupa garis yang membentuk ragam hias dan hiasan pola dasar *isen-isen* menjadi kesatuan motif yang harmonis (Adisasmito dkk., 2021). Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM ini adalah diperlukanya peningkatankualitas dan pengembangan diversifikasi produk Batik Hastadana melalui program pelatihan dan pendampingan perancangan desain motif batik serta desain produk batik. Kegiatan ini dilakukan dengan melibatkan generasi muda di Kecamatan Lasem dalam upaya menumbuhkan regenerasi pelaku batik. Terbukanya pemikiran generasi muda diharapkan dapat membuka peluang perluasan pasar secara digital untuk memunculkan gagasan baru yang dapat berdampak pada pengembangan Batik Hastadana. Berikut disajikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Batik Hastadana:

Tabel 2. Identifikasi Permasalahan Mitra

No	Tipe Kendala	Permasalahan	Penilaian Pemicu Masalah
1	Kendala manajemen SDM	Terkendala pengembangan keterampilan karyawan dalam proses inovasi produk, kurangnya pengeloan usaha, dan perluasan penjualan.	Kurangnya pelatihan pengembangan keterampilan dan pengelolaan usaha yang sesuai <i>brand image</i> serta pemasaran.
2	Kendala regenerasi	Terkendala sulitnya tenaga kerja dalam bidang produksidan penjualan batik.	Keterbatasan keterlibatanusia muda, dan daya tarik untuk mendalami proses batik khas lasem.
3	Kendala produksi & daya saing Produk	Terkendala kurangnya peralatan produksi dan produk monoton dan kalah bersaing dengan produk batik lain.	Kurangnya peralatan produksi dan desain masih mengacu pada motif khas Lasem, belum adanya sentuhan inovasi kebaruan.
4	Pemasaran digital	Belum mempunyai website.	Kurang pengalaman dalam pemasaran digital

Sumber: Batik Hastadana, 2023

Berdasarkan permasalahan yang ada pada mitra, selanjutnya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

1. Peningkatan keterampilan dalam manajemen pengelolaan usaha batik, *brand image* serta pemasaran digital.

Alternatif solusi permasalahan pengembangan usaha batik adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan tentang manajemen pengembangan usaha dengan materi tentang *Creativepreneurship*, yang berfokus dengan pendampingan regenerasi anak muda pada karyawan Batik Hastadana. Dalam hal ini dibutuhkan pemahaman dan keterampilan generasi muda di dalam pemanfaatan teknologi informasi. Pengembangan usaha diarahkan untuk menciptakan pengembangan usaha dan pemanfaatan saluran distribusi bahan dan penjualan secara digital dengan penciptaan *brand image* usaha. Sasaran pelatihan dan pendampingan dengan tujuan akhir dapat merespon potensi usaha dan keterampilan dalam bidang batik.

Pemasaran digital merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk menggunakan media digital atau internet (Rachmadi, 2020). Peserta diajarkan pemahaman mengenai potensi dan arah pengembangan produk batik serta aktivitas produksi dan penjualan batik. Kreativitas merupakan potensi yang dimiliki oleh setiap orang, hal tersebut dapat tumbuh dan berkembang seiring adanya pelatihan dan pendampingan. Unit usaha dengan pemahaman kreatif akan memunculkan ide-ide baru dalam proses pengembangan usaha baik dari segi produk maupun saluran penjualan digital.

Pelatihan manajemen usahan dengan konsep *Creativepreneurship*, merupakan istilah yang merujuk pada kemampuan seseorang dalam menciptakan bidang usaha yang berlandaskan pada kreativitas. *Creativepreneurship* seringkali menghasilkan gagasan baru *out of the box* di mana produknya menjadi hal yang digemari masyarakat (Siagian, 2021). Pemasaran digital menggabungkan sejumlah besar prosedur dan praktik yang termasuk dalam kelas pemasaran web. Menggabungkan komponen fundamental seperti telepon seluler, SMS, pemasaran iklan, dan di luar digital (Sihombing, 2022). Hal ini ditujukan untuk menumbuhkan kreativitas dan kepekaan generasi muda melalui edukasi dan pemahan peserta untuk menganalisis bauran pemasaran (4P) pada produk Batik Lasem. Bauran pemasaran merupakan alat pelaku usaha untuk memperoleh respon yang diinginkan dari pasar sasaran (Simaro, 2003), yang meliputi:

- a. Produk. Pemahaman mengenai potensi produk Batik Lasem yang dijual yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan oleh konsumen. Produk yang ditawarkan harus memperhatikan dua unsur, yaitu kualitas dan visual.
- b. Harga. Edukasi daya saing dipengaruhi oleh harga, sejumlah harga yang harus diberikan konsumen untuk mendapatkan barang yang dijual. Harga jual harus sesuai dengan harga pasar, tidak terlalu tinggi dan tidak juga terlalu rendah, serta sesuai dengan kualitas produk.
- c. Tempat. Pengetahuan tempat atau lokasi proses jual beli harus memperhatikan lokasi penjualan yang sesuai dengan target pasar. Selain itu pilihlah tempat yang memang memerlukan produk yang sedang dijual.
- d. Promosi. Kegiatan bisnis dengan tujuan agar konsumen bisa lebih mengenal dan tertarik dengan produk Batik Lasem. Penyesuaian pemasaran dengan target pasar serta memperhatikan efisiensi dan efektivitas.

Analisis dan pemahaman tersebut akan dijadikan dasar dalam meningkatkan kemampuan mitra

dalam menjalankan usaha batik. Mitra memahami posisi kelebihan dan kekurangan dalam pengelolaan usaha dan produk yang dihasilkan untuk menentukan penciptaan diversifikasi produk Batik Lasem, dalam bentuk desain motif batik maupun desain produk yang dihasilkan. Berikut disajikan gambaran mengenai tempat usaha Batik Hastadana.



Gambar 2. Tempat Usaha  
Sumber: Hastadana, 2023

2. Pelatihan proses produksi dan peningkatan keterbatasan keterlibatan usia muda, dan daya tarik untuk mendalami proses batik khas lasem.

Program pelatihan dan pendampingan dikemas dalam bentuk edukasi dan pelatihan kepada generasi muda mengenai proses produksi dan pemasaran digital. Kreativitas anak muda sangat penting dilibatkan untuk pengembangan usaha. Melalui kreativitas dapat memberi nilai lebih dan memunculkan keunggulan produk. Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara intensif untuk meningkatkan kualitas produk batik melalui praktik perancangan desain motif batik Lasem berdasarkan *trend* yang diminati pasar. Pelatihan tersebut berfokus untuk menciptakan desain motif yang dapat mencirikan kebaruan serta memiliki daya tarik penjualan. Pelatihan perancangan desain motif batik berfokus pada perancangan visual desain motif batik dengan materi: unsur desain motif batik, penyusunan pola batik, serta aplikasi atau fungsi dari desain motif batik yang dihasilkan. Pelatihan tersebut menghasilkan karya desain motif Batik Lasem, dengan mempertimbangkan teknik batik cap untuk dapat diproduksi. Batik diharapkan terus hidup bahkan semakin berkembang dan nilai ekonomi batik terus meningkat tajam, menunjukkan eksistensi keberadaannya (Pandanwangi, 2021).

Mitra berpartisipasi aktif dalam proses penentuan gagasan penciptaan diversifikasi pengembangan produk batik yang memiliki daya saing dan diminati pasar.

a. Pelatihan perancangan inovasi desain motif batik khas Lasem.

Pelatihan perancangan desain motif batik bertujuan menggali potensi kemampuan penciptaan desain baru secara visual motif batik dengan materi: unsur desain motif batik, penyusunan pola batik, serta aplikasi atau fungsi dari desain motif batik yang dihasilkan. Perancangan desain motif batik dilakukan dengan mempertimbangkan kekuatan dari daerah setempat, serta dalam perancangan motif harus melihat ukuran motif serta keterampilan pengrajinnya (Nautica dkk., 2019).

b. Proses produksi inovasi desain motif batik khas Lasem.

Kegiatan ini bertujuan melakukan perwujudan inovasi desain batik khas Lasem menjadi

kelanjutan proses pengaplikasian pada kain batik cap untuk menjadi produk yang memiliki nilai fungsi. Kegiatan produksi meliputi: pengecapan pada kain, pewarnaan dengan zat warna sintetis remasol, dan proses pelorodan. Peningkatan kualitas produksi akan berdampak pada daya saing dan penjualan atau keputusan pembelian oleh konsumen (Saraswati dkk., 2015). Berikut disajikan gambaran mengenai pelatihan proses produksi yang telah dilakukan.



Gambar 3. Aktivitas Produksi Batik Lasem  
 Dari kiri ke kanan: *Nglengkreg, Nerusi, Nyoleti, Nglorot*  
 Sumber: Hastadana, 2023

Kegiatan pelatihan proses produksi menghasilkan inovasi desain batik dengan gambaran sebagai berikut:



Gambar 4. Motif Klasikan Batik Tulis Lasem Karya Batik Hastadana  
 Sumber: Hastadana, 2023

Batik Lasem terkenal dengan motif batik tiga negeri dan berbagai motif alkulturasi kebudayaan masyarakat Cina yang menetap di daerah tersebut. Contoh kombinasi warna dilihat dari batik tiga negeri khas Lasem, batik yang dikembangkan pada zaman Hindia Belanda mempunyai tiga warna khas yang dibuat di tiga wilayah produksi (Emir, 2012). Batik Lasem mengalami perkembangan pada tahun 1900-an, ragam hias batik Lasem yang diperdagangkan sangat kental dengan unsur-unsur budaya Tionghoa (Nurhajarini & Puwatiningsih, 2015).

Karya batik yang memiliki nilai sejarah dan terlibat dalam perkembangan batik modern di Indonesia. Batik Hastadana memproduksi batik yang mencirikan gaya batik Lasem. Pembatik

di Lasem memiliki keterampilan membatik secara langsung tanpa melalui proses pola gambar atau menggambar menggunakan pensil pada kain, kain jenis ini nampak penjualan dengan harga yang lebih terjangkau dikarenakan proses yang lebih sederhana dan waktu relatif cepat.

3. Penambahan peralatan produksi alat batik cap dan mesin jahit serta peningkatan kualitas desain motif khas Lasem, sebagai salah satu penentu daya saing.

Program pelatihan desain produk Batik Lasem merupakan kelanjutan aplikasi kain batik untuk menjadi produk yang memiliki nilai fungsi. Pelatihan desain produk Batik Lasem meliputi: perancangan desain produk, pengetahuan alat dan bahan, serta teknik produksi. Luaran yang ditargetkan adalah terpilihnya 5 desain inovasi motif batik Lasem yang dapat menjadi produk unggulan. Diberikannya peralatan cap batik tembaga sebagai alat produksi batik cap sesuai motif yang dihasilkan, serta peralatan mesin jahit untuk proses produksi produk lebih lanjut. Diharapkan pelatihan berkesinambungan ini dapat menghasilkan produk baru yang dapat diminati pasar.

Diberikannya peralatan cap batik tembaga sejumlah 5 sebagai alat produksi batik cap sesuai dengan inovasi desain motif batik Lasem yang dihasilkan. Ditambahkannya peralatan mesin jahit untuk proses produksi produk lebih lanjut. Diharapkan pelatihan dan pendampingan berkesinambungan ini dapat menghasilkan produk baru yang dapat diminati pasar.

Keterlibatan generasi muda dalam pelatihan dan pendampingan Batik Hastadana akan memicu tumbuhnya peran usia muda dalam pengembangan batik di daerah Lasem. Peserta akan memperoleh materi edukasi dan pemahaman serta praktik secara langsung dalam perancangan desain dan produk Batik Lasem. Peserta difasilitasi dengan pendampingan oleh Tim PKM yang memiliki latar belakang Ekonomi dan Bisnis serta bidang Seni Ruapa dan Desain. Disediakan peralatan dan perlengkapan penunjang untuk aktivitas pelatihan. *Output* yang ditargetkan: generasi muda dapat memahami dan mengetahui potensi pengembangan usaha batik serta memunculkan regenerasi dan diversifikasi produk untuk memunculkan daya saing produk Batik Hastadana guna meningkatkan penjualan melalui saluran digital.

Berikut alat yang digunakan dalam proses produksi membatik, diantaranya meja besar untuk membuat pola dan melakukan pengecapan, serta alat cap batik:



Gambar 5. Meja, Kompor, dan Alat Cap Batik dari Tembaga

Tahap inisiasi berkaitan dengan pengumpulan dan evaluasi informasi mengenai penerapan inovasi teknologi peningkatan kualitas batik serta penciptaan saluran penjualan secara digital. Diikuti oleh tahap keputusan adopsi, dibuat keputusan tentang mengadopsi inovasi teknologi terhadap bidang usaha mitra. Setelah itu tahap membuat keputusan dari hasil adopsi, yang mana akan menjadi implementasi penerapan inovasi teknologi dalam menjalankan Usaha Batik Hastadana. Setiap solusi mempunyai luaran tersendiri dan terukur, yang digambarkan pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Pencapaian Target Kegiatan Pemberdayaan Mitra

No	Jenis Luaran Untuk Keberdayaan Mitra	Indikator Pencapaian
1	10 karyawan Batik Hastadana dilibatkan dalam pelatihan pemasaran digital dan kemampuan pengelolaan usaha dengan konsep <i>Creativepreneurship</i> dalam menangkap peluang usaha batik.	100%
2	Peningkatan pemahaman pengelolaan Batik Hastadana dalam hal SDM, Manajerial Usaha, serta regenerasi usia muda.	100%
3	Sebanyak 5 Karyawan ditingkatkan keterampilannya dalam proses inovasi perancangan desain motif batik.	100%
4	Sejumlah 5 inovasi desain motif batik khas Lasem.	100%
5	Penambahan peralatan penunjang proses produksi batik (cap tembaga, meja dan kompor cap).	100%
6	Penambahan peralatan dan kelengkapan penunjang pemasaran digital (1 unit komputer, pemasangan internet, website) serta pembuatan <i>brand image</i> produk.	100%
7	Peningkatan kapasitas, kuantitas dan kualitas produk mitra.	100%
8	Peningkatan omzet penjualan melalui penciptaan diversifikasi dan peningkatan kualitas produk dengan pemanfaatan pemasaran digital.	100%

Sumber: data diolah, 2023

4. Tahap Evaluasi dan Rekomendasi Keberlanjutan Program, yang dilakukan dengan beberapa kegiatan berikut:

a. *Focus Group Discussion* (FGD)

Evaluasi dan rekomendasi merupakan tahap akhir dalam pelaksanaan program. Evaluasi dilakukan pada hasil pelaksanaan program PKM, dilaksanakan melalui kegiatan *focus group discussion* (FGD) antara Tim PKM dengan peserta pelatihan dan pihak Batik Hastadana. Kegiatan FGD berperan untuk merumuskan rekomendasi tindak lanjut program pada Batik Hastadana. Penilaian evaluasi dan rekomendasi didasarkan atas pemahaman dan ketertarikan generasi muda untuk terlibat dalam produksi dan penjualan batik. Evaluasi lanjut berdasarkan pada kualitas desain motif dan produk batik khas Lasem yang dihasilkan, untuk memunculkan diversifikasi produk baru yang dapat menambah keragaman kain batik dan produk batik khas Lasem.

b. Monitoring

Tahap monitoring dilakukan agar proses berkelanjutan oleh tim pengelola dari masyarakat dan masih membutuhkan pembimbingan dalam proses penerapan dan pelaksanaan program. Dengan demikian tujuan dari tahap monitoring adalah sebagai berikut:

- ~ melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan.
- ~ mengetahui kendala yang ada dalam proses pelaksanaan program.
- ~ mencari solusi terhadap masalah yang ada, sehingga program kemitraan masyarakat UMKM Batik Tulis Hastadana yang dilaksanakan benar-benar efektif dan maksimal.

c. Keberlanjutan Program di Lapangan Setelah Kegiatan Selesai Dilaksanakan

Keberlanjutan program pengembangan usaha dengan upaya peningkatan kualitas produk batik dan penjualan digital dilakukan oleh pengelola Batik Hastadana beserta karyawan. Kemampuan manajemen pengelolaan usaha dengan konsep *Creativepreneurship* dapat dimanfaatkan dalam pengembangan SDM dan regenerasi keterlibatan tenaga kerja usia muda. Dilakukan pendampingan selama 8 bulan untuk mengetahui progres dan dampak pelaksanaan program, dengan melakukan evaluasi dan pembenahan.

Rekognisi mata kuliah dapat dilakukan oleh mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini. Potensi mata kuliah dalam bidang Ekonomi dan Bisnis diantaranya meliputi mata kuliah: Manajemen Pemasaran, Manajemen SDM, Manajemen Produksi, Akuntansi. Bidang Seni Rupa dan Desain meliputi mata kuliah: Proses Batik, Desain Motif, Desain Produk. Potensi mata kuliah lain yang dapat dilakukan rekognisi adalah: Kewirausahaan, Kerja Profesi dan Kuliah Kerja Nyata (KKN).

#### 4. KESIMPULAN

Penerapan teknologi informasi dalam pengembangan usaha sangat diperlukan dalam upaya menciptakan efektifitas dan efisiensi kerja. Tersedianya peralatan pendukung usaha berpotensi terhadap perkembangan dan peningkatan kapasitas, kuantitas, dan kualitas produk. Gambaran IPTEKS dan peralatan pendukung sebagai berikut:

1. Peningkatan keterampilan dalam manajemen pengelolaan usaha batik, *brand image* serta pemasaran digital diperlukan dalam upaya pengembangan Batik Hastadana. Pada kegiatan ini dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produksi dan kemampuan pemasaran digital pada mitra secara langsung. Upaya menumbuhkan semangat *Creativepreneurship* pada generasi muda untuk menciptakan regenerasi dan SDM mumpuni dalam menjalankan usaha batik di daerah tersebut. Dilaksanakan pemaparan materi dan pendampingan dalam pengelolaan manajemen usaha dan merespon peluang pasar batik dengan pemanfaatan platform digital.
2. Pelatihan proses produksi dan peningkatan keterbatasan keterlibatan usia muda, dan daya tarik untuk mendalami proses batik khas Lasem. Terciptanya peningkatan kualitas dan diversifikasi produk untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik pasar digital yang berdampak pada peningkatan penjualan, dilakukan dengan pelatihan perancangan desain motif menggunakan software grafis.
3. Penambahan peralatan produksi alat batik cap dan mesin jahit serta peningkatan kualitas desain motif khas Lasem, sebagai salah satu penentu daya saing. Realisasi produk dengan proses produksi batik cap dengan menggunakan cap tembaga dan peralatan pengecap yang terdiri dari

meja dan kompor cap. Penggunaan peralatan produksi jahit untuk menciptakan diversifikasi produk yang ditawarkan dalam penjualan.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih tim ucapkan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dukungan pendanaan dalam kegiatan ini melalui Kontrak Induk dengan Nomor: 049/E5/PG.02.00.PM/2023 tertanggal 19 Juni 2023 dan Kontrak Turunan dengan Nomor: 1280.2/UN27.22/PM.01.01/2023 tertanggal 20 Juni 2023. Terimakasih juga tim haturkan kepada seluruh pihak yang telah memfasilitasi dan membantu tim sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di UMKM Batik Lasem Rembang ini dapat terlaksana dengan baik, lancar, dan memberikan manfaat sesuai yang diharapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Emir, Threes. (2012). *Gaya Sackdress Big Size dengan Batik Jawa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nurhajarini, D. R., & Purwaningsih, E. (2015). *Akulturasi Lintas Zaman di Lasem: Perspektif Sejarah dan Budaya(Kurun Niaga – Sekarang)*. Yogyakarta: BPNB Yogyakarta.
- Adisasmito, Nuning Y. Damayanti. (2021). *Akulturasi dalam Bahasa Rupa pada Motif Batik Belanda Cirebon dan Batik Pesisir Jawa*. Karanganyar: Yayasan Lembaga Gumun Indonesia (YLGI).
- Rachmadi, Tri. (2020). *The Power of Digital Marketing*. Tiga Ebook.
- Pandanwangi, Ariesa. (2021). *Peradaban Batik (Nilai dan Perkembangan)*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Siagian, Ade Onny. (2021). *Creativepreneurship*. Kabupaten Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Sihombing, Nikous Soter. (2022). *Pemasaran Digital*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Simaro, Bilson. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: Gramedia.
- Nautica, Shanastra, Sayatman. (2019). *Perancangan Motif Batik dari Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo sebagai Cara Melestarikan dan Memperkaya Motif Batik Sidoarjo*. Jurnal Sains dan Seni ITS. Vol. 8 No. 1.
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). *Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(2), 137-146.