



**PEMBERDAYAAN BATIK TULIS UKM MELATI SURABAYA
MELALUI INOVASI PRODUKSI, PEMANFAATAN LIMBAH KAIN,
DAN PENGUATAN BRANDING DIGITAL**

Nanang Setiyoko^{1,*}, Thomas Hanandry Dewanto¹, MY Alief Samboro²,

¹Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia

²Program Studi Sarjana Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

*Email: nanang.setiyoko@hayamwuruk.ac.id

Informasi Artikel

Abstrak

Kata kunci:

Batik Tulis, 3D Printing,
UMKM, Pemberdayaan,
Branding Digital

Diterima: 2025-11-24

Disetujui: 2025-12-11

Dipublikasikan: 2026-
01-14

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, kreativitas produk, dan efektivitas pemasaran pada Batik Tulis UKM Melati Surabaya. UKM mitra memiliki potensi besar dalam pengembangan batik bermotif khas lokal, namun menghadapi sejumlah permasalahan, yaitu keterbatasan ruang produksi, rendahnya efisiensi proses pencantingan, belum optimalnya diversifikasi produk, serta lemahnya strategi pemasaran digital. Untuk menjawab permasalahan tersebut, program ini menawarkan solusi berupa inovasi teknologi produksi, pemanfaatan limbah kain, dan penguatan branding digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan aplikatif yang mencakup tiga tahap: (1) persiapan melalui survei awal dan identifikasi kebutuhan mitra, (2) pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, serta (3) evaluasi hasil kegiatan menggunakan instrumen penilaian kepuasan dan observasi kinerja produksi. Tiga jenis pelatihan diberikan, yaitu pembuatan cap batik berbasis teknologi 3D printing dengan material resin tahan panas, produksi merchandise dari limbah kain batik, dan penguatan pemasaran digital melalui optimalisasi media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada tiga aspek utama. Pertama, efisiensi produksi meningkat hingga $\pm 60\%$ melalui penggunaan cap batik resin yang presisi dan tahan lama. Kedua, limbah kain batik berhasil diolah menjadi produk turunan bernilai jual seperti pouch, tote bag, dan syal yang memperkaya lini merchandise UKM. Ketiga, pemasaran digital meningkat melalui reaktivasi akun Instagram dan penerapan strategi visual branding yang lebih konsisten. Evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan peserta berada pada kategori sangat baik dengan skor rata-rata 3,75, terutama pada aspek penyampaian materi (3,88). Program ini memberikan dampak keberlanjutan berupa peningkatan kemandirian UKM mitra dalam inovasi produksi, diversifikasi produk, serta manajemen promosi digital yang dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan daya saing dan positioning merek batik lokal di masa depan.

Abstract

Keywords: Batik Tulis,
3D Printing, SMEs,
Empowerment, Digital
Branding

This community service program aims to enhance production capacity, product creativity, and marketing effectiveness at Batik Tulis UKM Melati Surabaya. The partner MSME has strong potential in developing locally inspired batik motifs but faces several challenges, including limited production space, low efficiency in the canting process, suboptimal product diversification, and weak digital marketing strategies. To address these issues, the program offers solutions through production technology innovation, utilization of fabric waste, and strengthening of digital branding. The implementation method adopts a participatory, collaborative, and applicative approach consisting of three stages: (1) preparation through preliminary surveys and identification of partner needs, (2) implementation of training and mentoring, and (3) evaluation of program outcomes using satisfaction assessment instruments and production performance observations. Three types of training were provided: the creation of batik stamps using 3D printing technology with heat-resistant resin material, the production of merchandise from batik fabric waste, and the enhancement of digital marketing through the optimization of social media. The results of the program show significant improvements in three main aspects. First, production efficiency increased by approximately 60% through the use of precise and durable resin batik stamps. Second, batik fabric waste was successfully transformed into value-added derivative products such as pouches, tote bags, and scarves, enriching the MSME's merchandise line. Third, digital marketing improved through the reactivation of the Instagram account and the application of more consistent visual branding strategies. The evaluation indicates that participant satisfaction falls within the "very good" category, with an average score of 3.75, particularly in the aspect of material delivery (3.88). This program provides sustainable impact by increasing the partner MSME's independence in production innovation, product diversification, and digital promotion management, which can continue to be developed to enhance competitiveness and strengthen the positioning of local batik brands in the future.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam memperkuat perekonomian masyarakat, terutama melalui kemampuan menyerap tenaga kerja, mendorong kemandirian ekonomi lokal, serta mengembangkan kreativitas dan potensi budaya daerah. Dalam konteks ekonomi kreatif, industri batik menjadi salah satu sektor yang tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga sarat makna budaya, sejarah, serta identitas lokal yang merepresentasikan kearifan dan ekspresi masyarakat setempat. Batik tidak sekadar produk tekstil, tetapi merupakan medium visual yang memuat nilai filosofis, simbolik, dan estetika, sehingga pengembangannya memiliki kontribusi penting dalam pelestarian budaya sekaligus peningkatan daya saing kreatif daerah (Kholifah & Andini, 2024).

Salah satu pelaku UMKM di bidang batik tulis tersebut adalah Batik Tulis UKM Melati, yang berdiri pada tahun 2016 dan berlokasi di Jalan Babadan I, Kelurahan Gundih, Kecamatan Bubutan, Surabaya. Usaha ini dikelola oleh pasangan suami istri yang memulai proses pembelajaran membatik secara otodidak melalui platform digital seperti YouTube, tanpa latar belakang pendidikan seni maupun tekstil. Latar belakang pendiri yang berasal dari komunitas suporter sepak bola Bonek menunjukkan dinamika transformasi sosial di mana kreativitas dan semangat belajar dari masyarakat akar rumput dapat mendorong lahirnya karya dengan identitas budaya yang kuat (Susilawati, 2025).

Melalui proses eksplorasi mandiri, Batik Tulis UKM Melati berhasil mengembangkan sejumlah motif khas yang mengangkat ikon budaya, lingkungan, dan arsitektur Kota Surabaya dan Jawa Timur. Beberapa motif unggulannya antara lain Skena, Banyu Semarak, Gerbang Surabaya, Abiboyo, Mangrove, Surabayan, Greget, dan Cap Tunjungan (Widiyana, 2022). Salah satu motif, yaitu Skena, bahkan berhasil meraih Juara I dalam ajang lomba batik tingkat daerah, yang menunjukkan pengakuan terhadap kualitas estetika dan nilai kreatif yang dimiliki UKM tersebut.

Namun demikian, UKM ini masih menghadapi sejumlah kendala yang berdampak pada keberlanjutan dan perkembangan usaha. Dari sisi produksi, proses batik masih sepenuhnya manual dengan kapasitas ruang kerja yang sangat terbatas, yaitu sekitar 4×2 meter, serta dukungan tenaga kerja yang hanya berkisar antara 5–10 orang. Kondisi ini menyebabkan kapasitas produksi rendah, terutama ketika menghadapi permintaan berskala besar dari instansi pemerintahan. Selain itu, alat bantu produksi berupa cap batik masih menggunakan bahan karton yang hanya bertahan hingga ± 10 kali pemakaian, sehingga tidak efektif dalam mempercepat proses pencantingan (Chatra, 2024).

Dari sisi pemasaran, Batik Tulis UKM Melati belum mampu menjangkau pasar generasi muda, padahal segmen ini memiliki potensi besar dalam industri fashion kreatif. Pemanfaatan media sosial belum optimal, ditandai dengan unggahan yang tidak konsisten dan belum adanya strategi identitas visual yang terarah. Selain itu, motif-motif unggulan yang telah dihasilkan belum terdaftar sebagai Hak

Kekayaan Intelektual (HAKI), sehingga berpotensi mengalami duplikasi dan kehilangan nilai eksklusivitas (Indrawati et al., 2024).

Sebenarnya, lingkungan di sekitar UKM memiliki potensi sumber daya manusia yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kapasitas produksi. Apabila dilakukan pelatihan dan redistribusi peran produksi, UKM ini berpeluang menjadi katalis ekonomi lokal, memperluas lapangan kerja, serta memperkuat pelestarian budaya batik di wilayah perkotaan (Supriyadi & Sholahuddin, 2024). Namun demikian, meskipun referensi yang digunakan tergolong mutakhir dan relevan, proporsi kutipan masih lebih dominan pada kajian batik dan industri kerajinan. Literatur yang membahas model pemberdayaan UMKM misalnya konsep *community-based empowerment* (Suratman et al., 2024), pendekatan *capacity building* untuk peningkatan produktivitas UMKM (Jaya et al., 2025), serta strategi pendampingan berbasis partisipasi dalam penguatan daya saing UMKM (Siagian et al., 2025) belum terakomodasi secara seimbang. Oleh karena itu, diperlukan penambahan referensi yang lebih komprehensif untuk memperkuat kerangka teoritis mengenai pemberdayaan UMKM dalam konteks pengembangan industri kreatif batik.

METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan menyesuaikan dengan kebutuhan mitra, yakni Batik Tulis UKM Melati. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif, kolaboratif, dan aplikatif, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan relevan dengan kapasitas produksi, karakter motif, serta arah pengembangan usaha mitra. Metode pelaksanaan terbagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi (Handayani & Purwasih, 2024), sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

a. Tahap Persiapan

Tahap awal persiapan dimulai dengan kegiatan survei dan observasi di UKM Batik Tulis Melati guna memetakan kondisi produksi serta kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki, serta tantangan dalam pengembangan usaha (Heru Kustanto et al., 2025). Berdasarkan hasil temuan, UKM menghadapi beberapa permasalahan utama, yaitu proses pencantingan manual yang memakan waktu lama, keterbatasan variasi produk yang dapat dijual, serta kurang optimalnya aktivitas pemasaran digital melalui media sosial.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, tim pengabdian menyusun rencana kegiatan yang meliputi:

1. Perancangan dan pembuatan cap batik berbasis teknologi 3D printing dengan material resin tahan panas.
2. Pengembangan diversifikasi produk melalui pemanfaatan limbah kain batik menjadi merchandise bernilai jual.
3. Penyusunan strategi visual branding serta pendampingan pengelolaan pemasaran digital melalui Instagram.
4. Penyusunan modul pelatihan, pembagian tugas antar anggota tim, serta penjadwalan pelaksanaan kegiatan.

Detail operasional persiapan, meliputi:

1. Alur persiapan kegiatan dimulai dari pelaksanaan survei awal yang dilanjutkan dengan analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi permasalahan dan potensi UKM. Setelah itu dilakukan penyusunan modul dan bahan ajar sebagai dasar materi pelatihan, diteruskan dengan pembuatan prototipe cap batik berbasis 3D. Tahap berikutnya meliputi persiapan alat dan bahan yang dibutuhkan selama kegiatan, serta proses rekrutmen peserta dan penjadwalan pelaksanaan agar seluruh rangkaian kegiatan berjalan terstruktur dan tepat sasaran.
2. Jumlah peserta : 20 peserta (terdiri dari 15 pengrajin/penjahit, 3 pengurus UKM, 2 staf pemasaran).
3. Tim pelaksana: 3 fasilitator inti (ahli 3D printing & desain motif, ahli produksi tekstil, ahli pemasaran digital) + 4 asisten lapangan.
4. Waktu persiapan: 2–3 minggu (survei + pembuatan prototipe + penyusunan modul).

Tahap persiapan ini menjadi dasar dalam memastikan kegiatan tepat sasaran sesuai kebutuhan dan kapasitas UKM.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pendampingan dan pelatihan terstruktur yang berlangsung secara langsung bersama mitra UKM Batik Tulis Melati. Kegiatan difokuskan pada inovasi produksi, pengembangan produk turunan, dan penguatan pemasaran digital (Wibowo et al., 2022). Pelaksanaan dilakukan pada tanggal 6–8 November 2025, dengan menghadirkan narasumber sesuai bidang keahlian. Pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga jenis pelatihan utama:

1. Pelatihan Penggunaan Cap Batik Berbasis 3D Printing Berbahan Resin

Dilaksanakan pada 6 November 2025 oleh Hardian Purnama Candra. Materi mencakup perancangan motif digital, proses pembuatan cap resin tahan panas hasil cetak 3D, teknik pengecapan, pengaturan malam cair, serta strategi pengulangan pola agar motif konsisten. Peserta melakukan praktik langsung sehingga mampu menerapkan penggunaan cap secara mandiri. Durasi: 6.5 jam (09.00–16.00 termasuk istirahat). Peserta praktik: seluruh peserta

dibagi kelompok 4–5 orang. Output: setiap kelompok menghasilkan minimal 1 cap resin siap pakai & melakukan uji pengecapan.

2. Pelatihan Produksi Merchandise Berbasis Limbah Kain Batik

Dilaksanakan pada 7 November 2025 oleh Fadlurrahman Hadi Nugroho. Materi meliputi pemilihan potongan kain, teknik penjahitan, pengembangan bentuk produk (tote bag, pouch, syal), hingga standarisasi finishing. Pelatihan bersifat praktik penuh sehingga peserta menghasilkan produk jadi yang siap digunakan atau dijual. Durasi: 6.5 jam (09.00–16.00 termasuk istirahat). Peserta praktik: seluruh peserta dibagi kelompok 4–5 orang. Aktivitas: pemilihan potongan kain, pola dasar, teknik jahit, finishing; target produksi per peserta minimal 1–2 produk jadi (mis. pouch & tote bag).

3. Pelatihan Penguatan Pengelolaan Pemasaran Digital

Dilaksanakan pada 8 November 2025 oleh Imam Fatih Al Fathonah. Materi mencakup penyusunan identitas visual, fotografi produk sederhana, penulisan caption naratif, penyusunan kalender unggahan, serta strategi interaksi dengan audiens. Pelatihan ini juga menandai reaktivasi akun Instagram UKM yang sebelumnya pasif. Durasi: 6.5 jam (09.00–16.00 termasuk istirahat). Peserta praktik: seluruh peserta dibagi kelompok 4–5 orang. output: 5 postingan contoh + 1 minggu kalender konten.

Rangkaian pelatihan disusun agar peserta tidak sekadar memahami konsep teoritis, tetapi juga dapat mengaplikasikan keterampilan secara langsung dalam kegiatan produksi, desain produk, serta promosi digital.

c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui uji coba penggunaan cap batik resin dalam proses pencantingan produksi, peninjauan kualitas produk merchandise, serta audit aktivitas pemasaran digital UKM (Andiniatul Maulidia et al., 2024). Hasil evaluasi menunjukkan beberapa capaian sebagai berikut:

1. Peningkatan Efisiensi Produksi

Penggunaan cap batik berbasis 3D printing mampu meningkatkan kecepatan produksi hingga $\pm 60\%$ tanpa mengurangi presisi detail motif.

2. Diversifikasi Produk Berjalan Efektif

Limbah kain batik berhasil diolah menjadi tote bag, pouch, dan syal yang diminati pasar saat uji coba pada pameran lokal.

3. Aktivitas Pemasaran Digital Lebih Konsisten

Akun Instagram mitra yang sebelumnya tidak aktif mulai rutin melakukan unggahan, berjejaring dengan komunitas kreatif, serta menerapkan gaya visual yang lebih terarah.

Evaluasi juga mencakup diskusi reflektif bersama mitra terkait keberlanjutan program. Mitra dinilai telah mampu menjalankan proses produksi cap batik dan merchandise secara mandiri serta melanjutkan strategi pemasaran digital tanpa ketergantungan pada tim pendamping. Selain itu, metode evaluasi yang

digunakan dijelaskan secara lebih rinci melalui penggunaan lembar observasi, kuesioner berbasis skala Likert 1–5, serta wawancara singkat untuk menggali umpan balik peserta. Instrumen evaluasi mencakup beberapa item, seperti tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, kemampuan teknis dalam penggunaan cap 3D, kualitas produk merchandise, konsistensi unggahan digital, serta kesiapan mitra dalam menjaga keberlanjutan program setelah pendampingan berakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan kegiatan survei dan observasi di UKM Batik Tulis Melati guna memperoleh pemahaman mendalam terkait proses produksi, kapasitas pengrajin, serta permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Observasi melibatkan pemilik UKM dan para pengrajin sebagai sumber informasi utama.

Hasil survei menunjukkan bahwa proses pencantingan di UKM masih mengandalkan keterampilan manual, sehingga membutuhkan waktu cukup lama dan sulit mencapai pola yang seragam. Selain itu, UKM belum memiliki variasi produk turunan yang dapat menarik pasar anak muda dan wisatawan, serta kegiatan pemasaran digital masih belum optimal karena akun media sosial jarang diperbarui dan belum memiliki gaya visual yang terarah. Kondisi tersebut menghambat perluasan jangkauan pasar dan daya saing produk batik. Oleh karena itu, mitra membutuhkan solusi inovatif pada aspek produksi, diversifikasi produk, dan penguatan branding.



Gambar 2. Kegiatan Observasi di UKM Batik Tulis Melati

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam dua tahapan utama, yaitu tahapan pelatihan dan tahapan evaluasi. Tahap pertama berupa pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada UKM. Pada tahap ini, mitra diperkenalkan pada teknologi dan metode baru yang relevan, seperti pembuatan cap batik berbasis 3D printing, pemanfaatan limbah kain batik menjadi produk merchandise, serta pengelolaan pemasaran digital melalui media sosial. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian mitra dalam menjalankan inovasi usaha. Tahap kedua adalah evaluasi kegiatan, yaitu penilaian terhadap keberhasilan pelatihan sekaligus kemampuan peserta dalam

menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh. Evaluasi dilakukan melalui uji coba produksi, penilaian kualitas hasil produk, serta observasi terhadap konsistensi pemasaran digital. Umpan balik dari mitra juga digunakan untuk menyusun rekomendasi keberlanjutan program.

Pelaksanaan pelatihan diawali dengan sesi pembukaan, yang ditandai dengan sambutan dari pemilik UKM Batik Tulis Melati. Dalam sambutannya, mitra menyampaikan apresiasi atas dukungan dan pendampingan yang diberikan melalui program pengabdian. Sambutan kemudian dilanjutkan oleh ketua tim pengabdian yang menjelaskan tujuan kegiatan, tahapan pelaksanaan, dan manfaat yang diharapkan bagi peningkatan daya saing UKM.

Materi pelatihan disampaikan dengan pendekatan teori dan praktik langsung, dipandu oleh dosen serta mahasiswa pendamping. Materi Pelatihan Pertama: Pembuatan Cap Batik Berbasis 3D Printing. Peserta diperkenalkan pada proses perancangan motif secara digital, pengoperasian printer 3D, hingga tahap finishing cap yang menggunakan resin tahan panas. Pada sesi praktik, pengrajin mencoba langsung teknik pengecapan, dari pemanasan malam hingga pengulangan motif agar hasil tetap presisi dan konsisten. Hasil tahap ini adalah cap batik resin yang stabil, nyaman digunakan, serta mampu meningkatkan kecepatan produksi hingga $\pm 60\%$ dibandingkan pencantingan manual.

Klaim peningkatan efisiensi produksi sebesar $\pm 60\%$ diperoleh berdasarkan hasil uji coba lapangan yang dilakukan pada tahap evaluasi. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan waktu produksi antara pencantingan manual dan penggunaan cap 3D printing untuk motif yang sama pada sampel kain berukuran 30×40 cm. Pencantingan manual rata-rata membutuhkan waktu 45–50 menit per lembar, sedangkan proses pengecapan menggunakan cap resin berbasis 3D hanya memerlukan 15–20 menit. Pengukuran dilakukan sebanyak tiga kali pada tiga sampel pekerjaan berbeda, sehingga hasilnya dianggap konsisten dan dapat dijadikan dasar estimasi efisiensi. Dengan demikian, klaim efisiensi $\pm 60\%$ memiliki dasar pengukuran yang jelas, dapat direplikasi, serta menunjukkan potensi signifikan bagi percepatan produksi UKM Batik Tulis Melati. Berdasarkan hasil uji coba pada tahap evaluasi, efisiensi produksi dihitung melalui perbandingan waktu pengerjaan antara pencantingan manual dan penggunaan cap batik 3D printing. Pengukuran dilakukan pada tiga sampel kain berukuran 30×40 cm. Pencantingan manual membutuhkan waktu rata-rata 45–50 menit, sedangkan pengecapan menggunakan cap resin 3D hanya memerlukan 15–20 menit. Dengan demikian, terdapat penghematan waktu produksi sekitar 58–65%, dengan nilai rata-rata efisiensi sebesar $\pm 60\%$. Data diperoleh melalui pengukuran langsung, dilakukan tiga kali pada jenis motif yang sama, sehingga hasilnya dianggap konsisten dan dapat dijadikan dasar estimasi peningkatan produktivitas.



Gambar 3. Pelatihan Penggunaan Cap Batik Berbasis 3D Printing

Materi Pelatihan Kedua: Produksi Merchandise Berbasis Limbah Kain Batik. Pada sesi ini, peserta dilatih untuk mengolah sisa kain batik menjadi produk bernilai jual, seperti sapu tangan, dan syal. Pelatihan ini berfokus pada pemilihan pola kain yang estetik, teknik pemotongan dan penjahitan yang rapi, serta standar finishing agar produk memiliki kualitas yang layak dipasarkan. Selain mendapatkan penjelasan mengenai prinsip desain dan fungsi produk, peserta juga terlibat langsung dalam praktik pembuatan prototipe. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya mendapatkan kemampuan teknis, tetapi juga wawasan tentang bagaimana memanfaatkan limbah kain sebagai peluang dalam usaha kreatif. Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan beberapa prototipe merchandise yang siap diuji pasar dan dikembangkan lebih lanjut untuk mendukung branding serta perluasan varian produk pada UKM mitra.



Gambar 4. Pelatihan Produksi Merchandise Berbasis Batik

Materi Pelatihan Ketiga: Penguatan Pemasaran Digital. Pada sesi pemasaran digital, peserta mempelajari konsep penyusunan identitas visual brand sebagai dasar dalam membangun citra usaha yang konsisten dan mudah dikenali. Selain itu, peserta juga dilatih mengenai teknik fotografi produk sederhana dengan memanfaatkan pencahayaan alami, pengaturan sudut pengambilan gambar, serta komposisi visual yang menarik. Materi ini dipadukan dengan pelatihan penulisan *caption* naratif yang persuasif, serta penyusunan jadwal unggahan (*content calendar*) untuk memastikan keberlanjutan aktivitas promosi di media sosial.



Gambar 5. Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dan Pemasaran Digital

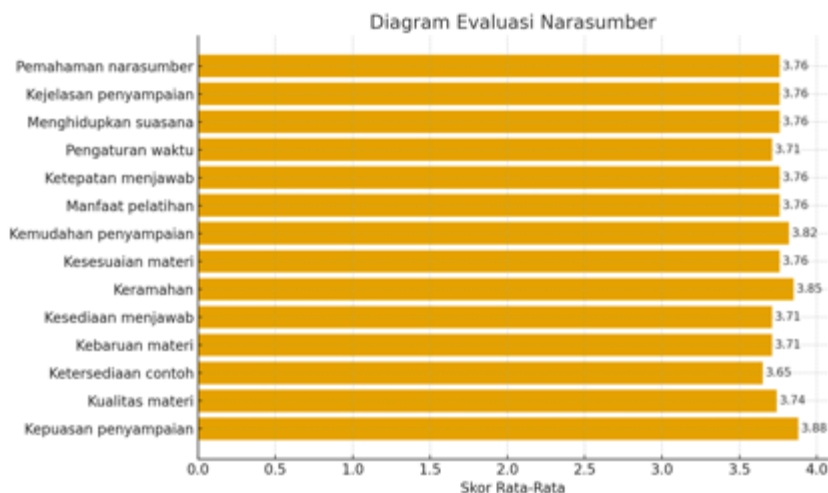
Pelatihan ini juga menjadi momentum untuk melakukan reaktivasi akun Instagram UKM mitra, yang sebelumnya pasif sejak April 2025. Dengan demikian, kegiatan pemasaran digital tidak hanya berupa teori, tetapi juga diterapkan langsung melalui praktik pembuatan dan pengunggahan konten secara real-time. Peserta terlihat antusias dalam merancang konsep unggahan, mengedit foto produk, hingga mempublikasikan konten promosi untuk memperkuat jangkauan dan interaksi dengan audiens. Melalui tahapan ini, mitra diharapkan mampu mengelola media sosial secara mandiri dan berkelanjutan sebagai sarana komunikasi pemasaran yang efektif.



Gambar 6. Hasil Produk Karya

Di akhir sesi pelatihan, peserta diminta mengisi formulir evaluasi terhadap narasumber sebagai bentuk umpan balik atas proses pembelajaran yang telah dilakukan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengumpulkan masukan yang bersifat konstruktif terkait kualitas penyampaian materi, kesesuaian topik

pelatihan, serta tingkat partisipasi peserta selama berlangsungnya kegiatan. Hasil evaluasi ini memberikan gambaran penting mengenai efektivitas pelaksanaan pelatihan dan sejauh mana materi yang disampaikan mampu menjawab kebutuhan mitra. Selain itu, proses evaluasi juga menjadi dasar bagi tim pengabdian untuk melakukan penyempurnaan dalam kegiatan pendampingan berikutnya. Uraian mengenai hasil evaluasi terhadap narasumber pelatihan dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Data Evaluatif Narasumber Pelatihan

Berdasarkan data evaluatif yang ditampilkan pada Gambar 7, secara umum hasil evaluasi terhadap narasumber pelatihan menunjukkan penilaian sangat baik dari para peserta. Hal ini tercermin dari rata-rata skor yang berada di atas 3,5 pada seluruh aspek penilaian. Aspek dengan skor tertinggi adalah kepuasan terhadap penyampaian materi, yaitu sebesar 3,88, sedangkan skor terendah terdapat pada aspek tersedianya latihan atau contoh dengan nilai 3,65. Secara keseluruhan, rata-rata skor evaluasi narasumber mencapai 3,75, yang mengindikasikan bahwa pelatihan telah terlaksana dengan efektif dan diterima dengan sangat baik oleh peserta.

Untuk memperkuat makna evaluasi tersebut, diperlukan interpretasi lebih mendalam terhadap skor dan relevansinya bagi dampak kegiatan. Skor tinggi pada aspek penyampaian materi menunjukkan bahwa narasumber berhasil menyajikan pengetahuan secara jelas, sistematis, dan mudah dipahami, yang berdampak langsung pada meningkatnya pemahaman peserta terhadap teknologi 3D printing, pemanfaatan limbah kain, serta strategi pemasaran digital. Sementara itu, skor yang relatif lebih rendah pada aspek latihan atau contoh mengindikasikan bahwa peserta masih membutuhkan sesi praktik yang lebih panjang atau variasi contoh yang lebih konkret untuk memperdalam penguasaan keterampilan. Temuan ini menjadi masukan penting untuk pengembangan program lanjutan, terutama pada pelatihan yang bersifat teknis dan aplikatif. Secara keseluruhan, interpretasi skor ini menggambarkan bahwa kualitas pelatihan tidak hanya diterima dengan baik, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi peserta, sekaligus menegaskan efektivitas kegiatan dalam mendukung kemandirian UKM dalam inovasi produksi dan pemasaran.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UKM Batik Tulis Melati telah memberikan dampak positif dalam peningkatan kapasitas produksi, kreativitas desain, dan strategi promosi digital. Penggunaan cap batik berbasis 3D printing berbahan resin terbukti mampu mempercepat proses pencantingan hingga $\pm 60\%$ tanpa mengurangi kualitas motif. Pemanfaatan limbah kain batik menjadi merchandise seperti tote bag, pouch, dan syal berhasil membuka peluang diversifikasi produk serta memberikan nilai tambah ekonomi bagi UKM. Selain itu, pelatihan pemasaran digital mendorong peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola media sosial secara konsisten, dengan identitas visual dan narasi promosi yang lebih terarah.

Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan peserta yang tinggi, dengan rata-rata skor 3,75 pada seluruh aspek pelatihan. Temuan ini menegaskan bahwa kegiatan pengabdian terlaksana secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Dari sisi keberlanjutan, UKM Batik Tulis Melati kini memiliki kemampuan yang lebih mandiri dalam memproduksi cap batik resin, mengembangkan produk turunan dari limbah kain, serta mempertahankan konsistensi promosi digital tanpa ketergantungan pada tim pendamping. Hal ini menjadi indikator bahwa inovasi yang diberikan tidak hanya berdampak sesaat, tetapi juga memperkuat kapasitas jangka panjang UKM dalam menjaga stabilitas usaha dan pelestarian budaya batik di wilayah perkotaan.

Sebagai tindak lanjut, direkomendasikan agar UKM melakukan pengembangan motif baru secara berkala, memperluas jaringan pemasaran melalui marketplace dan kolaborasi komunitas kreatif, serta meningkatkan kapasitas produksi melalui pelatihan lanjutan bagi tenaga kerja lokal. Program ini juga memiliki potensi besar untuk direplikasi pada UMKM batik lainnya, terutama di wilayah urban, karena model intervensi—meliputi inovasi teknologi, pemanfaatan limbah, dan penguatan branding digital—bersifat adaptif dan mudah diterapkan oleh berbagai skala usaha. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bermanfaat bagi mitra, tetapi juga dapat menjadi contoh praktik baik dalam pemberdayaan UMKM berbasis kreativitas dan teknologi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terwujud berkat dukungan dari PPPM Universitas Hayam Wuruk Perbanas serta Fakultas Teknik dan Desain, yang telah memberikan bantuan berupa sarana, fasilitas, dan pendampingan selama proses kegiatan berlangsung. Atas dukungan dan kepercayaan tersebut, penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga program ini dapat berjalan dengan baik serta mencapai tujuan yang diharapkan.

Kami juga menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang tulus kepada Batik Tulis UKM Melati, Surabaya, atas kerja sama, keterbukaan, dan semangat kolaboratif yang luar biasa selama kegiatan pendampingan dan pelatihan berlangsung. Semoga sinergi ini dapat terus terjalin dan

memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan industri kreatif berbasis budaya serta peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiniatul Maulidia, Resa Ummami, Hanum Hanafia, Ifa Khoirun Nasiroh, Desya Ladyana Lestari, & Mochamad Reza Adiyanto. (2024). Evaluasi Kinerja Layanan dan Produk pada UMKM Mie Endes Berbasis Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(4), 161–175. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i4.3442>
- Chatra, A. (2024). Penguatan UMKM Batik untuk peningkatan ekonomi lokal Kota Sungai Penuh. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 19(4), 2085–1960.
- Handayani, A., & Purwasih, D. (2024). Peningkatan Kompetensi Umkm dalam Menyusun Pembukuan Sederhana. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 521–525.
- Heru Kustanto, Fitriyani, Y., Karnawati, T. A., & Murtianingsih. (2025). MEMBANGUN DIGITALPRENEUR MUDA MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL BERBASIS SERVICE LEARNING BAGI PESERTA PKL SMK. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT TJUT NYAK DHIEN*, 4(62), 144–152. <https://journal.utnd.ac.id/index.php/JPMTND/article/view/1840>
- Indrawati, S., Nisrina, W. A., & Rachmawati, A. F. (2024). Contemporary Batik on The Verge of Risk: The Urgency of Copy Right Registration for Legal Protection. *Justitia Jurnal Hukum*, 8(2), 164–179. <https://doi.org/10.30651/justitia.v8i2.23814>
- Jaya, F., Siswanto, R., Tri Wulandari, rafiyyah, & Utami Dewi Ningrum, S. (2025). Capacity Building for MSMEs Through the Digital Market Ecosystem Strategy of the Mulyasari Social Forestry Business Group Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digital Market Ecosystem Strategy Kelompok Usaha Perhutanan Sosial Mulyasari. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 923–933. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v9i3.26261>
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). PERAN UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 459–466. <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/2628>
- Siagian, D. R., Jhonnerie, R., Nisaa, F., Sirait, P. S., & Fatmawati, R. (2025). Pemberdayaan UMKM Pesisir Melalui Model Intervensi Terpadu: Diversifikasi Produk Mangrove, Digitalisasi Pemasaran, dan Formalisasi Usaha di Kampung Kayu Ara Permai Empowerment of Coastal MSMEs Through an Integrated Intervention Model: Mangrove Product Diversification, Marketing Digitalization, and Business Formalization in Kayu Ara Permai Village. *Journal of Rural and Urban Community Empowerment*, 7(1), 165–175. <https://doi.org/https://doi.org/10.31258/jruce.7.1.46-54>
- Supriyadi, & Sholahuddin, M. A. (2024). Strategi Pengembangan SDM Di UMKM Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal Di Era Digital Di Kota Surabaya. *PROSIDING SIMPOSIUM RISET EKONOMI (SIMREK) VIII 2024*, 1, 6–11.

- Suratman, M., Febrianti, A. M., & Hermina, N. (2024). Cooperative Empowerment Model for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 4(2), 128–140. <https://doi.org/10.23969/jrie.v4i2.105>
- Susilawati, R. (2025, November). Batik Kian Modern, UHW Perbanas Kembangkan Cetakan Batik Cap Berbasis 3D Printing. *Beritajatim.Com*.
- Wibowo, A., Dianta, K., Effendi, M. S., Kuncoro, H., Saptono, A., & Mukthar, S. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Umkm Berbasis Digital Di Desa Cisaat. *D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16. <https://doi.org/10.25273/dedukasi.v2i1.12968>
- Widiyana, E. (2022, November). Horee... Surabaya Kini Punya 6 Motif Batik Khas, Mulai Sparkling-Abhi Boyo. *Detik Jatim*. <https://www.detik.com/jatim/budaya/d-6406369/horee-surabaya-kini-punya-6-motif-batik-khas-mulai-sparkling-abhi-boyo?>