

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PENGELOLA UMKM BATIK MELALUI PELATIHAN PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SEBAGAI WADAH PENGUATAN PASAR

Yuni Lestari¹, Sjafiatul Mardiyah², Biyan Yesi Wilujeng³, Audi Faradilla Rachman⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Surabaya

¹yunilestari@unesa.ac.id

Abstract

Strengthening local village products plays a crucial role in enhancing local tourism potential. Ngadipuro Village also has a distinctive batik, one of the village's leading MSME products, called Batik Sora. Currently, Batik Sora has been introduced and promoted through word of mouth, so it needs to be further developed through digital platforms, particularly Instagram. The implementation method involves planning, implementation, and evaluation. The planning stage involves analyzing MSME development needs. The implementation stage involves empowering the capacity of women managing Batik MSMEs through training in developing digital platforms by utilizing social media such as Instagram. Overall, the digital platform training has been successful, and direct mentoring sessions are needed to enable participants to independently utilize the digital platform features.

Keywords: *women empowring; instagram; batik sora; ngadipuro blitar*

Abstrak

Penguatan atas produk lokal desa mempunyai peran penting sebagai penguat potensi wisata lokal. Desa Ngadipuro pun telah mempunyai Batik khas yang menjadi salah satu produk UMKM unggulan desa yang diberi nama Batik Sora. Saat ini Batik Sora telah diperkenalkan dan dipromosikan secara *gethok tular* atau konvensional dari mulut ke mulut saja sehingga perlu dikembangkan dengan pemasaran melalui platform digital khususnya instagram. Metode pelaksanaan yang dilakukan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap perencanaan dilakukan melalui analisa kebutuhan pengembangan UMKM. Tahap pelaksanaan dilakukan penguatan kapasitas perempuan pengelola UMKM Batik melalui pelatihan penyusunan platform digital dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram. Tahap evaluasi dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada seluruh peserta. Secara keseluruhan, pelatihan platform digital sudah berjalan dengan baik dan perlu sesi pendampingan langsung agar peserta dapat mencoba menggunakan fitur platform digital secara mandiri.

Kata Kunci: *women empowring; instagram; batik sora; ngadipuro blitar*

Submitted: 2025-10-06

Revised: 2025-10-19

Accepted: 2025-10-27

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran signifikan dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun tidak dapat dielakkan jika UMKM menghadapi berbagai permasalahan. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan akses terhadap sumber daya produktif, seperti modal dan teknologi. Menurut Nurhidayat (2011), meskipun pemerintah telah mengalokasikan dana melalui bank milik negara untuk mendukung UMKM, pertumbuhan kredit untuk sektor ini masih lebih rendah dibandingkan dengan bank asing dan campuran yang mulai merambah sektor UMKM. Selain itu, UMKM sering kali mengalami kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional, akibat kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif dan keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital.

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia dan manajemen usaha yang masih tradisional. Penelitian yang dilakukan oleh Alianis dkk. dalam Riani (2011) menunjukkan bahwa banyak pemilik UMKM memiliki tingkat pendidikan yang rendah, yang berdampak pada kurangnya kemampuan dalam mengelola usaha secara profesional dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Selain itu, UMKM juga menghadapi

tantangan dalam hal infrastruktur dan birokrasi yang kompleks, yang dapat menghambat operasional dan pengembangan usaha. Kurangnya akses terhadap informasi pasar dan teknologi juga menjadi kendala signifikan, mengingat era digitalisasi saat ini menuntut adaptasi yang cepat terhadap teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing.

Pemikiran yang inovatif yang penuh ide-ide baru dalam menangkap setiap peluang tidak hanya dibutuhkan oleh pelaku bisnis besar, dengan mengingat bahwa pelaku bisnis kecil atau menengah kebawah yang pada akhirnya menjadi korban pertama atas perubahan kondisi yang sangat ekstrim. Keterbatasan modal, ide, bahkan keberanian dalam bersaing menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis kecil. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, lingkungan bisnis saat ini menjadi sangat kompetitif sehingga diperlukan banyak pertimbangan untuk membuat suatu keputusan bisnis (Ilham, 2013).

Perempuan pengelola UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Salah satunya adalah perempuan sering kali mengalami kendala dalam mengakses pasar yang lebih luas akibat keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Peran ganda sebagai pengelola usaha dan pengurus rumah tangga juga menjadi tantangan tersendiri, karena membagi waktu dan energi antara bisnis dan keluarga dapat mempengaruhi kinerja usaha perempuan. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan yang komprehensif, termasuk pelatihan kewirausahaan, inovasi produk, dan manajemen, untuk meningkatkan kapasitas perempuan dalam mengelola UMKM secara efektif (Priyono & Latifah, 2023).

Desa Ngadipuro terletak di Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur, dengan koordinat 7°21'-7°31' Lintang Selatan dan 110°10'-111°40' Bujur Timur. Desa ini berada pada ketinggian sekitar 300 meter di atas permukaan laut dan berbatasan dengan Samudra Hindia di sebelah selatan, memberikan potensi sumber daya laut yang signifikan. Dengan luas wilayah mencapai 1.859,660 hektar, penggunaan lahan di desa ini meliputi permukiman, lahan kering, areal persawahan, dan perkebunan rakyat. Secara ekonomi, masyarakat Desa Ngadipuro mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama, dengan komoditas seperti padi, jagung, dan palawija. Potensi perikanan dan peternakan juga menjadi bagian penting dalam perekonomian desa. Desa ini juga memiliki potensi pariwisata yang dapat dikembangkan, seperti Pantai Pudak yang terletak di wilayahnya (Pemerintah Desa Ngadipuro, 2021).

Berdasarkan penggalan analisa awal di lapangan diketahui bahwa saat ini Desa Ngadipuro sedang gencar-gencarnya mengembangkan UMKM Batik sebagai salah satu produk andalan Desa. Hal ini tentunya menjadi peluang tersendiri bagi Pemerintah Desa dalam mengoptimalkan ekonomi masyarakat. Keberadaan desa sebagai salah satu tempat kunjungan wisata masyarakat, tentunya juga menjadi peluang pasar bagi bagi desa untuk mengenalkan produk-produk unggulan Desa Ngadipuro. Namun, hal ini masih sangat membutuhkan upaya pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif. Penguatan kualitas SDM perempuan pengelola UMKM Batik di Desa Ngadipuro menjadi salah satu sasaran utama dalam kegiatan abdimas ini. Penguasaan terhadap strategi pemasaran dan pengenalan pasar dengan memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu pengetahuan atau *skill* yang harus dimiliki oleh para perempuan pengelola UMKM Batik Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar. Oleh karena itu, salah satu upaya pemberdayaan perempuan terkait hal tersebut dapat dicapai melalui kegiatan pelatihan atau workshop mengenai pemanfaatan *platform digital* untuk pengenalan pasar dan pemasaran produk desa.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran, tujuan program, dan karakteristik masalah yang ingin diselesaikan. Pendekatan ini menciptakan ide – ide kreatif dan inovatif dalam melihat praktik –

praktik yang akan ataupun telah terjadi di lapangan. Adapun tahapan dan langkah – langkah yang ditempuh dalam mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi:

1. Tahap Perencanaan

Permasalahan yang dihadapi oleh Pemerintah Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar dalam rangka pengembangan kualitas perempuan pengelola UMKM Batik sangat membutuhkan solusi melalui kegiatan – kegiatan yang relevan dengan permasalahan yang ada. Kegiatan berupa pelatihan atau workshop tentang strategi pengenalan pasar dan pemasaran produk UMKM Batik menjadi konsentrasi utama. Pada tahap perencanaan ini diawali dengan kegiatan Analisa kebutuhan pengembangan UMKM yang dilaksanakan oleh Tim PKM Unesa dengan melaksanakan wawancara awal kepada jajaran perangkat desa dan melakukan observasi

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan terdapat 2 (dua) kegiatan utama, yakni pendampingan kepada pelaku UMKM Desa dan pendampingan terhadap perangkat Desa Ngadipuro. Adapun tahapan kegiatan pendampingan termasuk di dalamnya metode dan materi yang digunakan antara lain sebagai berikut:

No.	Kegiatan	Metode	Hasil yang akan dicapai	Pelaksana
1.	Penyusunan model pelatihan	FGD	Model pelatihan yang sesuai dengan memanfaatkan analisa data awal	Tim PKM
2.	Pelatihan bagi perempuan pengelola UMKM Batik	Pelatihan atau Workshop	Peningkatan kemampuan dalam mengenali pasar dan memasarkan produk UMKM Batik melalui platform – platform digital	Tim PKM dan kelompok perempuan pengelola UMKM Batik

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat melalui pendampingan penyusunan *grand design* pengembangan potensi pariwisata dan UMKM di Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar dilaksanakan dalam 2 (dua) tahapan, yakni pada tahap pertama dilaksanakan setelah kegiatan pendampingan berakhir. Evaluasi ini dilaksanakan melalui penyebaran angket kepada peserta pendampingan, sehingga dapat diketahui sejauh mana pemahaman kepuasan kelompok perempuan pengelola UMKM Batik Desa Ngadipuro terhadap kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Tim pengusul PkM Unesa. Selanjutnya pada tahap kedua, evaluasi dilaksanakan beberapa beberapa masa (3-6 bulan) setelah pelatihan berakhir. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui sejauh mana program pendampingan Unesa telah dapat dikatakan berhasil atau tidak. Dengan harapan bahwa proses pendampingan ini tidak ada kegiatan semasa saja, namun diharapkan ada keberlanjutan untuk kegiatan lain dan lebih-lebih dapat menjadi desa binaan Unesa.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pada analisa awal dapat diperoleh informasi terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pengelola UMKM Batik Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar. Permasalahan utama yang dihadapi yakni teknis *marketing* yang masih berjalan secara konvensional dengan cara *gethok tular*, penyampaian informasi dari mulut ke mulut. Selain pengelola Batik Sora, Kepala Desa Ngadipuro sebagai pimpinan desa turut mengenalkan produk

batik tersebut kepada pimpinan yang ada di Kabupaten Blitar sebagai salah satu produk unggulan desa.

Selain cara promosi yang masih konvensional, produk-produk Batik Sora juga hanya dapat dipajang pada *etalase* di rumah Ketua Pengelola UMKM Batik Sora. Keterbatasan media promosi ini tentunya menjadi permasalahan dalam mengenalkan produk tersebut ke skala secara lebih luas. Walaupun demikian, berdasarkan kunjungan yang telah dilakukan oleh Tim PkM dapat disimpulkan dimana sebenarnya produk batik ini memiliki peluang untuk dapat bersaing dengan produk batik lainnya dan dapat menjadi salah satu produk batik unggulan di Kabupaten Blitar. Hal tersebut didasarkan pada variasi corak dan desain yang sangat beragam.

Setelah proses analisa permasalahan komunitas Pengelola UMKM Batik Sora dikenali, maka tahap selanjutnya adalah tahap pelatihan bagi Perempuan Pengelola UMKM Batik Sora Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar. Kegiatan tersebut bertujuan untuk penguatan dan pemberdayaan kapasitas SDM Pengelola UMKM Batik Sora. Pada pelatihan tersebut Ibu Yuni Lestari, S.AP., M.AP. selaku Ketua Pelaksana dari PkM ini memberikan penjelasan kepada peserta tentang pentingnya memahami *digital marketing* di era yang serba *virtual*. Selain itu, peserta juga diajak untuk mengenal berbagai *platform* digital yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran UMKM di Desa Ngadipura khususnya terkait dengan pemasaran Batik Sora. Salah satu *platform* media sosial yang dapat dimanfaatkan adalah *Instagram*.

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto yang dapat digunakan oleh pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial (Prihatiningsih, 2017). Di samping itu, *Instagram* dapat digunakan sebagai media promosi yang sangat efektif karena sifatnya yang visual. Hal ini sangat memungkinkan bagi para pengelola UMKM Batik Sora Desa Ngadipuro untuk dapat menjangkau peminat batik secara lebih luas serta peluang baru untuk membangun citra merek melalui konten gambar dan video. Promosi di *Instagram* dapat dilakukan secara organik melalui postingan reguler dan fitur seperti *Stories* dan *Reels*, atau secara berbayar melalui iklan (*Instagram Ads*). Manfaat utama yang dapat diambil dari pemanfaatan media sosial ini adalah meningkatkan kesadaran merek, menjangkau pelanggan yang relevan, meningkatkan interaksi (*engagement*), dan mendorong penjualan dalam skala yang lebih besar.

Tabel 1. Penyusunan Konten *Platform* Media Sosial *Instagram* Batik Sora Blitar

No	Nama Kegiatan	Uraian
1.	Profil instagram batik sora	 Pada halaman profil batik sora Blitar diberikan informasi terkait alamat dan contact person batik sora Blitar.

No	Nama Kegiatan	Uraian
2.	Definisi batik	 Konten pertama yang diposting adalah pengenalan batik secara umum. Batik adalah kain bermotif yang digambar secara khusus dengan menggunakan lilin kemudian diolah dengan proses tertentu. Setiap motif batik memiliki filosofi dan cerita tersendiri, mencerminkan nilai-nilai budaya, keindahan, serta kearifan lokal masyarakat Indonesia. Setiap daerah di Indonesia memiliki corak dan makna batik yang berbeda, mencerminkan nilai-nilai budaya serta lingkungan masyarakatnya.
3.	Latar belakang batik sora	 Konten kedua yang diposting adalah latar belakang batik sora khas Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar. Corak utama dari batik sora ini mengedepankan siluet bunga pudak yang menjadi bunga khas Desa Ngadipuro. Bunga pudak yang tumbuh di pesisir Pantai menggambarkan keberadaan wilayah Desa Ngadipuro yang dikelilingi Pantai Selatan Jawa.

No	Nama Kegiatan	Uraian
4.	Mix and match kain batik	 Konten ketiga yang diposting pada platform Instagram batik sora adalah referensi <i>mix and match</i> penggunaan kain batik. Konsep <i>mix & match</i> memungkinkan batik tampil lebih dinamis dan fleksibel, tidak hanya sebagai pakaian formal, tetapi juga cocok digunakan dalam kegiatan sehari-hari.
5.	<i>Mix and match</i> kain batik	 Konten keempat yang diposting pada platform Instagram batik sora adalah referensi <i>mix and match</i> penggunaan kain batik. Desain ini merupakan bentuk inovasi dalam pelestarian batik yang memadukan unsur tradisional dengan sentuhan modern.

No	Nama Kegiatan	Uraian
6.	Latar belakang kain batik parang pudak dan bunga sepatu	 Konten kelima yang diposting pada platform Instagram batik sora adalah latar belakang dari kain batik yang dibuat oleh batik sora Blitar. Pada konten ini diceritakan latar belakang pada kain parang pudak yang menjadi representasi jati diri yang memiliki makna anggun namun teguh, lembut namun berprinsip. Pada kain bunga sepatu dimaknakan kelembutan yang penuh kekuatan seperti sosok perempuan yang mekar dalam perannya tanpa kehilangan keanggunannya.
7.	Latar belakang kain batik bunga pakis dan kuda lumping	 Konten keenam yang diposting pada platform Instagram batik sora adalah latar belakang dari kain batik bunga pakis dan kuda lumping di batik sora Blitar. Pada konten ini diceritakan latar belakang pada kain bunga pakis yang memberikan pesan kuat bahwa keindahan tidak selalu berada di garis depan, namun bisa tersembunyi dalam ketulusan orang yang adad di belakang. Pada kain kuda lumping yang dibuat oleh batik sora Blitar dimaknakan tersimpan semangat untuk terus menghidupkan kembali tradisi dengan cara yang relevan dan berkelas.

Penyusunan konten *instagram* Batik Sora Blitar dilakukan sebagai wadah memperkenalkan dan mempromosikan produk batik lokal khas Desa Ngadipuro kepada masyarakat luas melalui

media digital. Setiap konten disusun secara sistematis dan terkonsep, mulai dari pembuatan profil akun, pengenalan batik secara umum, hingga publikasi produk. Proses penyusunan konten dilakukan dengan menyesuaikan identitas visual dan pesan komunikasi Batik Sora Blitar, sehingga setiap unggahan tidak hanya menampilkan produk, namun menyampaikan nilai budaya dan filosofi batik itu sendiri. Pada Instagram Batik Sora Blitar juga diperlihatkan referensi *mix and match* penggunaan kain batik. Konsep *mix and match* memungkinkan batik tampil lebih dinamis dan fleksibel sehingga cocok digunakan dalam kegiatan sehari – hari. Melalui berbagai inovasi tersebut, batik tidak hanya sebagai warisan budaya, namun juga dapat dikembangkan agar dapat diterima oleh generasi muda. Dengan demikian, batik dapat menjadi simbol perpaduan antara nilai tradisi dan kreativitas kontemporer.

Secara keseluruhan, pelaksanaan PkM telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan. Adapun hasil evaluasi kegiatan pelatihan pemberdayaan tersebut secara detail dapat diperhatikan dalam tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengisian Kuesioner Peserta

No	Pertanyaan	Kurang Baik	Cukup Baik	Sangat Baik
1.	Setelah mengikuti pelatihan ini, seberapa jauh ibu memahami tentang pemanfaatan platform digital?	0 (0%)	3 (27%)	8 (73%)
2.	Setelah mengikuti pelatihan ini, seberapa jauh ibu memahami tentang pemanfaatan platform digital sebagai wadah penguatan pasar?	0 (0%)	2 (18%)	9 (82%)
3.	Setelah mengikuti pelatihan ini, seberapa jauh kemudahan ibu dalam memanfaatkan platform digital dalam penguatan pasar?	0 (0%)	4 (36%)	7 (74%)
4.	Setelah mengikuti pelatihan ini, seberapa lengkap fitur <i>Instagram</i> dalam mewujudkan penguatan pasar?	0 (0%)	0 (0%)	11 (100%)

Berdasarkan hasil evaluasi yang diperoleh dari 11 responden peserta pelatihan, secara umum kegiatan pelatihan pemanfaatan platform digital sebagai wadah penguatan pasar dapat dikategorikan berhasil dan berjalan dengan sangat baik. Pada aspek pemahaman pemanfaatan platform digital, sebanyak 73% peserta menyatakan sudah sangat memahami materi yang diberikan, sedangkan 27% lainnya berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan literasi digital peserta. Selanjutnya, pada aspek pemanfaatan platform digital sebagai wadah penguatan pasar, 82% peserta menilai pelatihan sangat membantu dalam memahami strategi pemasaran melalui media digital, sementara itu 18% peserta masih dalam kategori cukup baik. Pada aspek kemudahan dalam memanfaatkan platform digital, 74% peserta berada pada kategori sangat baik, sementara itu 36% peserta berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut kemungkinan dapat disebabkan oleh faktor usia, di mana beberapa ibu – ibu peserta tergolong usia lanjut, sehingga memerlukan waktu lebih lama dalam beradaptasi dengan teknologi digital. Pada aspek kelengkapan fitur *Instagram*, 100% peserta berada pada kategori sangat baik yang menunjukkan fitur *Instagram* sudah sangat lengkap untuk mendukung kegiatan pemasaran produk UMKM.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Batik sora Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar dapat disimpulkan bahwa hasil pelatihan pemanfaatan platform digital dapat dikategorikan memberikan hasil yang baik terlihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan presentase tingkat pemahaman dan kemudahan penggunaan platform digital berada pada kategori sangat baik. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial, khususnya *Instagram*, namun masih diperlukan pendampingan secara langsung agar peserta dapat mencoba menggunakan fitur – fitur platform digital secara mandiri. Selain itu, konten di *Instagram* juga sudah dilakukan telah dilakukan secara sistematis dan terkonsep, mulai dari pembuatan profil akun, pengenalan batik secara umum, hingga publikasi produk. Secara keseluruhan kegiatan ini memberikan dampak positif dalam upaya digitalisasi promosi dan pengembangan potensi UMKM lokal serta menjadi langkah awal dalam memperluas jangkauan pemasaran produk batik melalui platform digital.

Daftar Pustaka

- Ilham, P. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi.Id*, 1–23.
- Nurhidayat, R. (2011). Analisis Permasalahan Pembiayaan UMKM di Indonesia. In *Kajian Ekonomi dan Keuangan* (Vol. 15, Issue 2, pp. 53–68). <https://doi.org/10.31685/kek.v15i2.156>
- Pemerintah Desa Ngadipuro. (2021). *Profil Wilayah Desa*. Pemerintah Desa Ngadipuro. https://www.ngadipuro.desa.id/index.php/artikel/2021/9/22/profil-wilayah-des?utm_source=chatgpt.com
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication VIII*.
- Priyono, B., & Latifah, F. L. (2023). Tantangan Dan Peluang Umkm Perempuan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(04), 61–66.
- Riani, N. Z. (2011). Identifikasi Permasalahan dan Kerangka Pengembangan Kluster UMKM Sandang di Bukittinggi Sumatera Barat. *TINGKAP: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial Budaya & Ekonomi*, 7(1), 51–64. <http://www.>
- Wijayanti, N., & Hidayat, H. H. (2020). Business Model Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2), 114–121. <https://doi.org/10.30997/jah.v6i2.2631>