

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PELATIHAN GO DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN KEMANDIRIAN EKONOMI PADA PENGRAJIN BATIK TEGALAN

Ghea Dwi Rahmadiane^{1*}, Ida Farida², Erni Ungul Sedyta Utami³,
Suwignyo Rahman⁴, Bahri Kamal⁵
^{1,2,3,4,5}Manajemen, Universitas Harkat Negeri, Indonesia
ghea.dwi@poltektegal.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Perempuan pengrajin Batik Tegal menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha, terutama keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran serta pengelolaan keuangan. Kondisi ini menyebabkan ketergantungan terhadap tengkulak, yang menghasilkan margin keuntungan yang masih rendah. Tujuan kegiatan PKM ini adalah meningkatkan kemandirian finansial perempuan pengrajin Batik Tegal melalui penguatan hardskill dan softskill digital, meliputi kemampuan digital marketing, pemanfaatan e-commerce dan media sosial, sistem pembayaran digital, serta peningkatan kreativitas, komunikasi, dan kepercayaan diri dalam mengembangkan usaha dan memperluas pasar. Pada pengabdian masyarakat ini, metode pelaksanaan menggunakan pendekatan transformasi digital partisipatif dan inklusif. Tahap sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi keberlanjutan dalam membuat komunitas Go Digital Griya Batik Tulis Kota Tegal. Sebanyak 30 perempuan pengrajin dari Griya Batik Tulis Kota Tegal adalah mitra kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kompetensi peserta dengan menggunakan metode pre-test dan post-test. Nilai kompetensi rata-rata peserta meningkat sebesar 54,6% dari 54,8 pada pre-test menjadi 84,7 pada post-test. Selain itu, seluruh peserta berhasil menggunakan media sosial bisnis, 86,7% membuka toko di platform e-commerce, 83,3% menggunakan sistem pembayaran digital, dan 90% mampu membuat katalog di internet.

Kata Kunci: Pemberdayaan Perempuan; Batik Tegal; Transformasi Digital; Pemasaran Digital; UMKM.

Abstract: Female Batik Tegal artisans face various obstacles in business development, particularly limited market access, low digital literacy, and suboptimal use of technology for marketing and financial management. This situation leads to a reliance on middlemen, resulting in low profit margins. The objective of this community service initiative is to enhance the financial independence of Batik Tegal artisans by strengthening their digital hard and soft skills including digital marketing, the use of e-commerce and social media, and digital payment systems as well as fostering creativity, communication, and self-confidence to grow their businesses and expand their markets. The project employed a participatory and inclusive digital transformation approach, comprising stages of socialization, training, technology implementation, mentoring, and sustainability evaluation, culminating in the formation of the Go Digital Griya Batik Tulis Kota Tegal community. Thirty artisans from Griya Batik Tulis Kota Tegal participated as partners in the program. Results demonstrated an increase in participant competence, as measured by pre-test and post-test assessments; the average competence score rose by 54,6%, increasing from 54,8 in the pre-test to 84,7 in the post-test. Furthermore, all participants successfully utilized social media for business purposes, 86,7% opened stores on e-commerce platforms, 83,3% adopted digital payment systems, and 90% became capable of creating online product catalogs.

Keywords: Business Women's Empowerment; Tegal Batik; Digital Transformation; Digital Marketing; MSMEs.



Article History:

Received: 04-08-2026

Revised : 25-08-2026

Accepted: 27-08-2026

Online : 01-10-2026



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

A. LATAR BELAKANG

Pemberdayaan perempuan merupakan salah satu aspek penting dalam menciptakan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan (Ratna Wahyuni et al., 2025). Di Kecamatan Tegal Selatan Kota Tegal, sebagian besar perempuan terlibat dalam ekonomi kreatif yaitu pengrajin Batik Tegal dengan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Namun, tingkat kemandirian ekonomi yang dijalankan oleh perempuan masih rendah (IBRD, 2012). Beberapa faktor penyebabnya antara lain keterbatasan akses terhadap pelatihan kewirausahaan (*OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship Entrepreneurship Policies through a Gender Lens*, 2021), layanan keuangan yang terbatas (Syahnur et al., 2024), serta kurangnya pemahaman mengenai teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha mereka (Wahyuni et al., 2025). Pengabdian masyarakat ini berfokus pada pemberdayaan perempuan melalui *Go Digital* yaitu inklusi keuangan digital dan pemasaran digital, karena pemberdayaan ekonomi perempuan terbukti efektif ketika dilakukan secara terintegrasi antara peningkatan kapasitas, akses teknologi, dan dukungan kelembagaan (Nurfaizah et al., 2026). Perubahan sosial yang diharapkan dari kegiatan ini adalah terciptanya ekonomi kreatif khususnya Batik Tegal yang dikelola oleh perempuan dengan kemandirian yang lebih tinggi dan kemampuan untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu diharapkan pula ada peningkatan pemahaman terhadap pentingnya akses keuangan dan teknologi digital bagi pengembangan usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya perempuan pengrajin batik di Kecamatan Tegal Selatan Kota Tegal yang dinaungi dalam Griya Batik Tulis Kota Tegal.

Batik Tegal salah satu warisan budaya Indonesia yang kaya akan nilai-nilai sejarah, keindahan motif klasik, dan makna simbolik yang mendalam. Di Kecamatan Tegal Selatan khususnya Kelurahan Bandung merupakan jantung dari identitas Batik Tegal, karena di wilayah tersebut terdapat sentra produksi utama yaitu Griya Batik Tulis Kota Tegal. Industri Batik Tegal tersebut beroperasi melalui ekosistem yang cukup terstruktur mulai dari hulu hingga hilir. Pada tahap input, para pengrajin mengandalkan bahan baku dan pembatik lokal yang terampil yang memahami filosofi motif khas Tegal. Berbagai produk mulai dari batik tulis premium hingga batik cap ekonomis dibuat dengan metode tradisional. Pengrajin lokal seringkali menghadapi kesulitan dalam menjual barang mereka kepada konsumen karena potensi ekonomi kreatif ini belum sepenuhnya terintegrasi dalam ekosistem digital dari segi manajemen dan pemasaran.

Berdasarkan hasil observasi pada mitra bahwa terdapat rantai pemasaran terputus (*marketing gap*) yaitu permasalahan utama mitra yang akan diselesaikan melalui program ini antara lain pengrajin tidak memiliki akses langsung ke konsumen akhir (*end-user*) (Islami et al., 2025). Hal ini

membuat harga ditentukan sepenuhnya oleh tengkulak, sehingga kemandirian ekonomi sulit tercapai. Kedua terdapat kesenjangan keterampilan digital (*digital device*) yaitu adanya hambatan psikologis dan teknis dalam menggunakan platform e-commerce dan media sosial untuk bisnis (Rizkia et al., 2025). Smartphone hanya digunakan untuk komunikasi personal, bukan alat produksi ekonomi. Ketiga adanya identitas visual dan branding yang lemah padahal produk Batik Tegal yang berkualitas tinggi seringkali tampak tidak menarik karena teknik pengambilan foto produk yang buruk dan ketiadaan narasi (*storytelling*) mengenai filosofi motifnya (Syafei et al., 2025). Berdasarkan kondisi di lapangan, permasalahan prioritas dalam aspek pemasaran digital dan inklusi keuangan pada pengrajin Batik Tegal berpusat pada terputusnya rantai pemasaran yang menyebabkan pengrajin kehilangan akses langsung ke konsumen akhir. Kondisi ini menciptakan ketergantungan tinggi pada tengkulak yang memegang kendali penuh atas harga, sehingga kemandirian ekonomi sulit tercapai meskipun kualitas produk yang dihasilkan sangat tinggi (Purwita et al., 2026). Selain itu, terdapat kesenjangan keterampilan digital yang signifikan di mana perangkat pintar hanya digunakan sebatas komunikasi personal karena adanya hambatan teknis dan psikologis untuk masuk ke platform *e-commerce* (Lubis et al., 2026). Hal ini diperparah dengan lemahnya identitas visual dan strategi branding karena produk tidak didukung oleh narasi promosi yang kuat, sehingga potensi ekonomi dari nilai seni Batik Tegal gagal tersampaikan kepada pasar yang lebih luas (Ananda & Akbar, 2026).

Pelatihan *Go Digital* ini diharapkan membawa dampak sosial ekonomi yang mendalam, terutama dalam memperkuat pemberdayaan perempuan di Kecamatan Tegal Selatan yang menjadi tulang punggung industri Batik Tegal di Kota Tegal. Secara ekonomi, program ini memberikan kemandirian finansial (Salsabillah Rusmulya et al., 2026) bagi perempuan pengrajin dengan memutus ketergantungan pada tengkulak, sehingga mereka memiliki otoritas penuh atas penentuan harga dan akses langsung ke konsumen akhir (Haris Saputra et al., 2026). Peningkatan literasi keuangan digital juga berfungsi mengatasi hambatan psikologis dan teknis, mengubah peran perempuan dari sekedar tenaga kerja menjadi pengelola bisnis kreatif yang mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat produksi ekonomi (Lutfiatunnisa et al., 2025). Dari sisi sosial, penguatan identitas melalui narasi filosofi motif batik memungkinkan perempuan untuk melestarikan warisan budaya sekaligus meningkatkan nilai tawar karya mereka di pasar yang lebih luas (Waruwu et al., 2025). Pada akhirnya, keberhasilan pemberdayaan ini diharapkan mampu menarik minat generasi muda untuk melakukan regenerasi (Raharjo & Winarko, 2021), memastikan keberlanjutan industri batik sebagai identitas Kota Tegal, serta menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan adaptif bagi kesejahteraan masyarakat luas.

Berdasarkan penelitian terdahulu, perempuan pengrajin Batik Tegalán masih menghadapi beberapa permasalahan dalam pengembangan usahanya. Literasi digital yang rendah tercermin dari kontribusi penjualan online yang masih kurang dari 10% terhadap total pendapatan. Selain itu, literasi keuangan belum optimal, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian terhadap 30 UMKM batik yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja usaha. Permasalahan lainnya adalah lemahnya manajemen usaha, dengan studi pada 50 pengrajin menunjukkan bahwa penerapan akuntansi UMKM masih rendah. Di sisi lain, pengrajin juga menghadapi persaingan dengan produk batik printing, di mana konsumen cenderung memilih produk dengan harga lebih murah dibandingkan batik tulis. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan literasi digital, literasi keuangan, dan keterampilan manajemen usaha untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha pengrajin Batik Tegalán.

Solusi yang ditawarkan disusun secara sistematis untuk menjawab permasalahan prioritas mitra melalui pendekatan teknologi dan manajemen ekonomi. Pertama untuk mengatasi terputusnya rantai pemasaran, program ini menyediakan akses langsung bagi pengrajin ke konsumen akhir melalui integrasi ke pasar digital dan restrukturisasi otoritas harga agar ketergantungan pada tengkulak dapat terputus (Yulaiha et al., 2025). Kedua guna menjembatani kesenjangan keterampilan digital, dilakukan pendampingan teknis dan edukasi platform untuk mentransformasi fungsi perangkat pintar dari sekadar alat komunikasi menjadi sarana produksi ekonomi yang profesional (Nurfaizah et al., 2026). Solusi ini secara khusus menyasar pemberdayaan perempuan melalui penguatan kapasitas manajerial dan inklusi keuangan digital, seperti adopsi sistem pembayaran guna memastikan keberlanjutan ekonomi dan kemandirian finansial bagi para pengrajin Batik Tegalán di Kecamatan Tegal Selatan Kota Tegal. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM ini difokuskan pada penguatan pemasaran digital dan inklusi keuangan digital bagi perempuan pengrajin Batik Tegalán. Solusi pertama berupa pelatihan pemasaran digital yang bertujuan mendorong mitra memiliki dan mengelola toko online secara mandiri melalui platform *marketplace*. Target capaian dari kegiatan ini adalah 100% mitra memiliki akun toko online yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar dan meningkatkan margin keuntungan dengan mengurangi ketergantungan pada tengkulak. Solusi kedua berupa edukasi inklusi keuangan digital, melalui pelatihan pemanfaatan fitur bisnis pada smartphone dan platform e-commerce. Kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan transaksi serta mengelola stok secara digital. Target kuantitatif yang diharapkan adalah minimal 80% peserta mampu mengoperasikan fitur transaksi dan manajemen stok digital secara mandiri.

Secara teoritis, kegiatan ini sesuai dengan konsep pemberdayaan perempuan yang menekankan pentingnya peningkatan kemampuan

individu dalam memanfaatkan sumber daya untuk mencapai kesejahteraan (Ratna Wahyuni et al., 2025). Melalui pelatihan kewirausahaan dan inklusi keuangan digital, pemberdayaan perempuan tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga memperluas akses mereka ke sumber daya ekonomi, seperti layanan keuangan digital yang dapat membantu mereka memulai bisnis (Melalui et al., 2025). Studi menurut Rahmadiane menyatakan bahwa inklusi keuangan digital adalah salah satu komponen utama yang dapat mendorong pertumbuhan UMKM, terutama bagi perempuan, yang sering terpinggirkan dari sistem keuangan formal (Tambunan, 2019). Selain itu, penerapan pendekatan gender dalam penguatan UMKM terbukti efektif dalam menciptakan kesadaran dalam menciptakan kesadaran akan pentingnya kesetaraan dalam pengelolaan usaha. Pemberdayaan perempuan melalui pendekatan yang mempertimbangkan dimensi gender dapat memperkuat struktur sosial dan ekonomi di tingkat komunitas (Ratna Wahyuni et al., 2026). Dalam konteks ini, program pengabdian masyarakat tidak hanya meningkatkan kapasitas ekonomi perempuan, tetapi juga kontribusi pada terciptanya perubahan sosial yang lebih inklusif dan adil. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan melalui keterampilan *Go Digital* agar diharapkan dapat menyetaraan dan meningkatkan keberlanjutan usaha perempuan di sektor informal maupun formal (Rahmadiane, 2023).

B. METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan kepada 30 perempuan pengrajin Batik Tegal yang tergabung dalam Griya Batik Tulis Kota Tegal. Para mitra merupakan pelaku usaha kerajinan batik yang secara aktif terlibat dalam proses produksi dan pemasaran Batik Tegal. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan digital dan penguatan kapasitas usaha agar mitra mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan kemandirian ekonomi.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi, ceramah interaktif, diskusi, demonstrasi, praktik langsung, simulasi, dan pendampingan. Sosialisasi dan ceramah interaktif digunakan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital dan literasi keuangan digital. Demonstrasi dan simulasi digunakan untuk memperkenalkan penggunaan *marketplace*, media sosial, smartphone, serta sistem pembayaran digital. Selanjutnya, praktik langsung dilakukan agar mitra mampu membuat dan mengelola toko online, menyusun katalog produk, membuat konten pemasaran, serta melakukan transaksi digital secara mandiri. Pendampingan dilakukan untuk memastikan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Berdasarkan solusi yang telah dirumuskan untuk mengatasi permasalahan mitra, maka tahapan pelaksanaan program pengabdian masyarakat antara lain:

1. Tahap Pra Kegiatan

Tahap pra kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pengurus Griya Batik Tulis Kota Tegal dan identifikasi kebutuhan mitra. Kegiatan meliputi observasi kondisi usaha, wawancara dengan pengrajin, identifikasi tingkat literasi digital dan kemampuan pemasaran, serta penyusunan materi pelatihan berdasarkan permasalahan yang ditemukan. Pada tahap ini juga dilakukan persiapan perangkat, media pelatihan, dan platform digital yang akan digunakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan terdiri atas sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital serta edukasi inklusi keuangan digital. Mitra diberikan pemahaman mengenai peluang pemasaran langsung untuk mengurangi ketergantungan pada tengkulak. Selanjutnya dilakukan praktik pembuatan dan pengelolaan toko online pada *marketplace*, pembuatan katalog produk, branding Batik Tegal, penyusunan narasi produk berdasarkan filosofi motif, pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, serta penggunaan sistem pembayaran digital. Setiap materi dilengkapi dengan praktik dan simulasi agar mitra dapat mengoperasikan teknologi secara langsung.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program melalui pre-test dan post-test, observasi praktik, wawancara, serta angket kepuasan dan keterampilan mitra. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital, kemampuan mengoperasikan *marketplace* dan fitur transaksi digital, terbentuknya toko online mitra, serta kemampuan membuat dan mengelola katalog produk secara mandiri. Keberhasilan program ditargetkan dengan 100% mitra memiliki akun toko online dan minimal 80% mitra mampu mengoperasikan fitur transaksi dan manajemen stok digital secara mandiri. Hasil evaluasi selanjutnya digunakan sebagai dasar pendampingan lanjutan dan keberlanjutan program.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan kepada 30 perempuan pengrajin Batik Tegal yang tergabung dalam Griya Batik Tulis Kota Tegal. Evaluasi efektivitas program dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test, observasi, serta penilaian terhadap implementasi teknologi digital pada usaha mitra.

1. Tahap Pra Kegiatan

Tahap pra-kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pengurus Griya Batik Tulis Kota Tegal dan identifikasi kondisi awal 30 perempuan pengrajin Batik Tegal. Identifikasi dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui kemampuan mitra dalam pemasaran digital, penggunaan

media sosial bisnis, *marketplace*, serta pembayaran digital. Hasil pre-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman awal peserta masih relatif rendah, dengan nilai rata-rata $54,8 \pm 8,6$ pada skala 0–100. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan keterampilan digital yang menjadi dasar dalam penyusunan materi sosialisasi dan pelatihan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan branding digital, fotografi produk, penyusunan katalog digital, dan pemasaran melalui media sosial menunjukkan hasil yang positif. Berdasarkan hasil post-test akhir pelatihan, nilai rata-rata kompetensi peserta meningkat menjadi $84,7 \pm 6,5$, dibandingkan nilai awal $54,8 \pm 8,6$. Dengan demikian terjadi peningkatan kompetensi sebesar 29,9 poin atau sekitar 54,6%, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Katalog Digital dan Pemasaran Media Sosial

Implementasi teknologi digital berhasil meningkatkan adopsi teknologi oleh mitra. Hasil evaluasi menunjukkan:

- a. 100% peserta memiliki akun media sosial bisnis.
- b. 86,7% peserta berhasil membuka toko pada platform e-commerce.
- c. 83,3% peserta telah menggunakan pembayaran digital (QRIS atau dompet digital).

Rata-rata jumlah produk yang dipasarkan secara digital meningkat dari 8 produk menjadi 21 produk.

3. Tahap Evaluasi

Adapun hasil pre-test dan post-test, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test

Aspek Penilaian	Pre-test (Mean ± SD)	Post-test (Mean ± SD)	Peningkatan
Literasi pemasaran digital	56,2 ± 8,4	86,1 ± 5,7	53,2%
Penggunaan media sosial bisnis	55,1 ± 8,0	87,4 ± 5,5	58,6%
Penggunaan <i>marketplace</i>	53,6 ± 8,8	83,8 ± 6,8	56,3%
Pembayaran digital	56,3 ± 7,5	81,9 ± 7,2	45,5%

Sumber: data diolah (2026)

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan Go Digital mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta secara signifikan, mempercepat adopsi teknologi digital dalam pengelolaan usaha, serta memperkuat kemandirian ekonomi perempuan pengrajin Batik Tegal. Sebagai bentuk keberlanjutan, terbentuk Komunitas Go Digital Griya Batik Tulis Kota Tegal yang beranggotakan seluruh peserta pelatihan. Sebanyak 90,0% anggota menyatakan bersedia menjadi mentor bagi pengrajin lain, sedangkan 76,7% telah mulai melibatkan anggota keluarga atau generasi muda dalam pengelolaan media sosial dan pemasaran digital. Komunitas ini menjadi wadah pendampingan berkelanjutan, berbagi pengalaman, serta pengembangan inovasi pemasaran Batik Tegal. adapun



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Evaluasi Keberlanjutan dalam Pembentukan Komunitas Go Digital

4. Pembahasan

Dari hasil evaluasi pelaksanaan, dapat digambarkan bahwa pada sesi Pre-Test terlihat 25% yang memahami terkait Literasi Keuangan Digital, setelah materi disampaikan terlihat kenaikan tingkat pemahaman menjadi 86% dari peserta. Selain peserta dapat menerapkan pencatatan pada Si Apik, tim PKM melakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat kemampuan pemahaman literasi digital setelah penyuluhan. Dari hasil perhitungan pre tes dan post tes maka dapat diketahui bahwa peserta PKM telah mengalami peningkatan keterampilan.

Pendekatan dalam pelatihan *Go Digital* yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan transformasi digital inklusif, yang mana fokus pada permasalahan pemasaran dan manajemen (Ratna Wahyuni et al., 2025). Teknologi yang diterapkan berfokus pada integrasi ekosistem digital untuk memutus rantai pemasaran yang terputus (*marketing gap*) yaitu akses pasar dan inklusi keuangan digital (Islami et al., 2025). Akses pasar langsung dengan penerapan platform *e-commerce* dan media sosial sebagai kanal distribusi utama guna menghubungkan pengrajin langsung dengan konsumen akhir. Inklusi keuangan digital dengan mengimplementasikan sistem pembayaran digital untuk menciptakan transparansi transaksi dan kemandirian finansial.

Mitra merupakan perempuan pengrajin Batik Tegal di Kecamatan Tegal Selatan Kota Tegal yang dinaungi oleh Griya Batik Tulis Kota Tegal sebanyak 30 orang terlibat penuh sebagai subjek dalam setiap tahapan, mulai dari penyusunan katalog hingga pengelolaan keuangan digital mandiri. Evaluasi dilakukan secara berkala dengan mengukur indikator kuantitatif seperti kemahiran teknis mitra dalam mengoperasikan fitur bisnis digital untuk meningkatkan margin keuntungan. Upaya keberlanjutan dengan cara membentuk komunitas *Go Digital* di Griya Batik Tulis Kota Tegal serta mendorong regenerasi kepada generasi muda untuk menjaga kelestarian identitas Batik Tegal sebagai jantung budaya Kota Tegal.

Teknologi dan Inovasi yang akan diimplementasikan pada mitra dirancang untuk membantu pengrajin Batik Tegal bertransformasi ke sistem digital yang meliputi inklusi keuangan digital dan pemasaran digital. Program *Go Digital* ini memberikan manfaat yaitu memperluas akses pasar digital, mempercepat transaksi, meningkatkan profesionalitas usaha, memudahkan pencatatan keuangan, meningkatkan pendapatan, dan mendorong literasi digital para pengrajin Batik Tegal. Teknologi yang diterapkan memiliki fungsi praktis antara lain promosi melalui media sosial dan *marketplace*, menerima pembayaran e-wallet, membuat konten promosi yang menarik dan memantau kinerja usaha secara *real time*. Riwat penelitian sebelumnya dalam program ini antara lain digital marketing meningkatkan penjualan UMKM (Pitri et al., 2025), penggunaan QRIS mempercepat transaksi (Jafar, 2025), aplikasi keuangan digital meningkatkan akurasi laporan (Lubis et al., 2026), dan literasi digital mendukung keberlanjutan usaha (Waruwu et al., 2025).

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan memberikan dampak yang berkelanjutan terhadap peningkatan kapasitas, produktivitas, dan kemandirian ekonomi perempuan pengrajin Batik Tegal. Melalui pelatihan dan pendampingan *Go Digital*, mitra memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, pengelolaan usaha, serta transaksi keuangan, sehingga mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital.

Dari aspek ekonomi, penerapan pemasaran digital melalui media sosial, *marketplace*, dan sistem pembayaran digital diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan jumlah pelanggan, memperpendek rantai distribusi, serta meningkatkan omzet penjualan dan margin keuntungan. Digitalisasi juga memberikan efisiensi dalam pengelolaan transaksi, pencatatan keuangan, dan komunikasi dengan pelanggan sehingga produktivitas usaha menjadi lebih optimal.

Dari aspek sosial, program ini mendorong peningkatan kepercayaan diri dan kapasitas perempuan sebagai pelaku usaha yang mandiri, adaptif terhadap teknologi, serta mampu berperan aktif dalam pengambilan keputusan ekonomi keluarga dan kelompok usaha. Terbentuknya Komunitas *Go Digital* Griya Batik Tulis Kota Tegal menjadi wadah pembelajaran,

kolaborasi, dan pendampingan berkelanjutan sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat terus dikembangkan dan disebarluaskan kepada anggota lainnya.

Dari aspek kelembagaan, Griya Batik Tulis Kota Tegal memperoleh model pendampingan transformasi digital yang dapat diterapkan secara berkelanjutan sebagai bagian dari pengembangan organisasi. Model ini berpotensi direplikasi pada kelompok pengrajin batik maupun UMKM lainnya di Kota Tegal sehingga memberikan manfaat yang lebih luas bagi penguatan ekosistem ekonomi kreatif daerah.

Bagi perguruan tinggi, kegiatan ini mendukung implementasi Tri Dharma melalui integrasi hasil pengabdian ke dalam pembelajaran pada mata kuliah Manajemen Operasional, publikasi ilmiah, serta pengembangan penelitian lanjutan mengenai transformasi digital, pemberdayaan perempuan, dan pengembangan UMKM. Dengan demikian, program tidak hanya menghasilkan luaran akademik, tetapi juga menciptakan dampak nyata yang berkelanjutan bagi masyarakat, dunia usaha, dan pengembangan ilmu pengetahuan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat melalui Pelatihan Go Digital berhasil meningkatkan keterampilan digital perempuan pengrajin Batik Tegal dalam mendukung kemandirian ekonomi. Peningkatan keterampilan terlihat pada literasi pemasaran digital sebesar 53,2%, penggunaan media sosial bisnis sebesar 58,6%, penggunaan *marketplace* sebesar 56,3%, dan penggunaan pembayaran digital sebesar 45,5%. Selain itu, 100% mitra telah memiliki akun media sosial bisnis, 86,7% telah memiliki toko pada platform e-commerce, dan 83,3% telah menggunakan pembayaran digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif mampu meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pemasaran dan mengelola usaha secara lebih mandiri.

Kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk memperkuat pendampingan pasca pelatihan secara berkala, khususnya dalam optimalisasi *marketplace*, pembuatan konten kreatif, pengelolaan keuangan digital, dan strategi peningkatan penjualan. Selain itu, perlu dikembangkan kolaborasi yang lebih luas dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan, platform e-commerce, dan pelaku industri kreatif agar mitra memperoleh akses pasar dan jejaring usaha yang lebih luas. Evaluasi pada kegiatan berikutnya juga disarankan tidak hanya mengukur peningkatan keterampilan, tetapi turut mengukur dampak jangka menengah dan panjang, seperti peningkatan omzet, jumlah transaksi digital, perluasan pelanggan, dan peningkatan margin keuntungan mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian dari Univestas Harkat Negeri mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Secara khusus, ucapan kepada institusi dan P3M Universitas Harkat Negeri yang menjadi penyedia dana acara ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Ananda, A. A., & Akbar, A. Z. (2026). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Inklusi Keuangan Digital Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Digital Perbankan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 523–536. <https://doi.org/10.63822/8X46FT66>
- Haris Saputra, M., Permana, K., & Studi Manajemen Pemerintahan, P. (2026). Evolusi Manajemen Keuangan Digital dan Inklusi Keuangan di Indonesia: Kajian Sistematis melalui Analisis Bibliometrik dan Sintesis Tematik. *Jurnal Simki Economic*, 9(1), 10–21. <https://doi.org/10.29407/JSE.V9I1.1415>
- IBRD. (2012). World Development Report, 2012 :: gender equality and development. *World Development Report 2012*, 458.
- Islami, F., Muhibuddin, Wahyu, Tb. N., Ikrima, & Ashshidique, Moch. H. (2025). Pelatihan Literasi Media Berbasis Digital Marketing Pada Masyarakat Link. Sambi Gerowong, Kelurahan Sukawana, Serang-Banten. *AdZikra : Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam*, 16(2), 156–174. <https://doi.org/10.32678/ADZIKRA.V16I2.12569>
- Jafar, A. R. (2025). Peran Fintech Syariah Dalam Inklusi Keuangan Digital: Analisis Maqashid Al-Shariah. *Maqasid: Jurnal Studi Hukum Islam*, 14(3), 340–349. <https://doi.org/10.30651/MQSD.V14I3.29068>
- Lubis, N., Wahyu Pratama Putra, M., Ulfiana, L., & Al Kifayah Riau, S. (2026). Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Digital Melalui Pemahaman Dasar Tentang Fintech Bagi Keluarga Penerima Manfaat PKH. *Hikamatzu / Journal of Multidisciplinary*, 3(1).
- Lutfiatunnisa, F. D., Putri, A. S., Magfiroh, S. A., Avrilia, D., Nuraulia, M., & Rahman, R. (2025). Fintech Syariah Dalam Manajemen Keuangan Mikro: Tinjauan Konseptual Terhadap Inklusi Keuangan Digital. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(02), 120–138. <https://doi.org/10.55799/TAWAZUN.V13I02.805>
- Melalui, B., Usaha, P., Berbasis, K., Lokal, K., Pemanfaatan, D., Digital, T., Desa, D., Kecamatan, T., Biru, T., Ansar, A., Sumar, W. T., & Thalib, D. (2025). Pemberdayaan Perempuan Adat dalam Pelestarian Budaya Melalui Pengembangan Usaha Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Pemanfaatan Teknologi Digital Di Desa Talumelito Kecamatan Telaga Biru. *ABDI SABHA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(3), 159–169. <https://doi.org/10.53695/JAS.V6I3.1384>
- Nurfaizah, N. M., Nur, S., Program, Q., Manajemen, S., Ekonomi, F., Abdul, U. K., & Hasbullah, W. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja IKM Batik di Kabupaten Jombang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 10420–10432. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5133>
- OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship Entrepreneurship Policies through a Gender Lens. (2021). <https://doi.org/10.1787/71c8f9c9-en>
- Pitri, T., Firmansyah, I., Rijanto, R., & Firmansyah, D. (2025). The Evolving Marketing Mix in the Digital Age and Customer Mix: How Does It Affect

- Purchase Intention? *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(1), 2025.
- Purwita, E. Y., Nurul Innayah, M., Purwidiyanti, W., Widyaningtyas, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2026). Determinasi Kinerja Ukm: Analisis Peran Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan Digital, Pengelolaan Keuangan, Dan Locus Of Control. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 15(1), 479–493. <https://doi.org/10.31959/JM.V15I1.3732>
- Raharjo, N. P., & Winarko, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal Komunikasi, Meida, Dan Informatika*, 10(1), 33–43. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.3795>
- Rahmadiane, G. D. (2023). Upaya Pelaku UMKM Kota Tegal Dalam Perspektif Inovasi dan Kreativitas. *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 379–385.
- Ratna Wahyuni, P., Rahman, S. A., & Santosa, R. (2025). Pemberdayaan Perempuan dan Remaja Desa melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Kreatif Batik Madura Berbasis Kearifan Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi dan Daya Saing Produk Unggulan. *POTENSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 28–36. <https://doi.org/10.61689/POTENSI.V2I2.26>
- Ratna Wahyuni, P., Rahman, S. A., & Santosa, R. (2026). Pemberdayaan Perempuan melalui Pelatihan Kewirausahaan, Inklusi Keuangan Digital, dan Penguatan UMKM Berbasis Gender Responsif sebagai Strategi Meningkatkan Kemandirian Ekonomi dan Daya Saing Usaha. *Masyarakat Mandiri: Jurnal Pengabdian Dan Pembangunan Lokal*, 3(1), 01–10. <https://doi.org/10.62951/MASYARAKATMANDIRI.V3I1.2713>
- Rizkia, R., Sari, F. N., Mashurriyah, S., Zakiyah, N., Nurmanita, T. S., Suparti, Milawati, Sylvi, P., & El-yunusi, M. Y. M. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Suwaluh Melalui Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Potensi Batik Tulis. *AL MURTADO: Journal of Social Innovation and Community Service*, 2(2), 258–268. <https://doi.org/10.23960/almurtado>
- Salsabillah Rusmulya, M., Studi Manajemen, P., Studi Pedagogi, P., & Muhammadiyah Palopo, U. (2026). Adopsi Pembayaran Mobile dan Peningkatan Konsumsi Rumah Tangga: Peran Mediasi Inklusi Keuangan Digital di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 9(2), 351–363. <https://doi.org/10.29407/JSE.V9I2.1549>
- Syafei, Y., Wahdiniwaty, R., Nur, H. R., & Rubedo, H. (2025). Pemberdayaan Komunitas Usaha Mikro Majalengka Kulon Melalui Inovasi Pengetahuan Dan Tanggung Jawab Sosial Untuk Mendukung Pekerjaan Layak, Keberlanjutan Usaha, Dan Inklusivitas Komunitas. *Indonesian Journal of Studies on Humanities, Social Sciences and Education*, 2(2), 76–93. <https://doi.org/10.54783/957JC349>
- Syahnur, K. N. F., Syarif, R., & Arianti. (2024). The Effect of Digital Financial Literacy and Digital Financial Inclusion on Women's Entrepreneurship Empowerment. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 175–187. <https://doi.org/10.33096/JMB.V11I1.662>
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/S40497-018-0140-4>
- Waruwu, F. F. C., Sinaga, G. B., & PutraSitanggang, H. M. (2025). Literatur Review: Kontribusi Teknologi Finansial Terhadap Inklusi Keuangan Digital Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 52–60. <https://doi.org/10.65510/JIEB.V3I2.119>

Yulaiha, A. I., Hermuningsih, S., & Kusumawardhani, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Keuangan Digital dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Yogyakarta. *Jambura Economic Education Journal*, 7(3), 1100–1114. <https://doi.org/10.37479/JEEJ.V7I3.29555>