

Pendampingan Cepu Fashion Designer Community melalui Pelatihan *Fashion illustration* Digital dan Penguatan Komunitas

¹M. Rudianto*, ¹Sarwono, ¹Sujadi Rahmat Hidayat, ¹Ratna Endah Santoso, ¹Nisaul Hasanah A Rosyad, ²Hanisa Hassan

¹Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

²Faculty of Creative Technology and Heritage, Universiti Malaysia Kelantan, Malaysia
Corresponding Author. Email: mrudiantomsn@staff.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 27-08-2026
Revised : 05-10-2026
Accepted : 08-10-2026
Online : 19-10-2026

Keywords:

Batik Blora;
Fashion Illustration
Digital;
Pemberdayaan
Komunitas;
Kolaborasi Internasional;
Manajemen Komunitas.

ABSTRACT

Abstract: The Cepu Fashion Designer Community (Cepu FDC) is a creative community in Blora Regency, Central Java, focused on fashion product development. The community faces limitations in fashion illustration skills and production technology, which remain rudimentary, as well as weak community governance and a lack of a collective branding strategy. This community service project aims to enhance members' design and management capacities through an international partnership between Sebelas Maret University and Universiti Malaysia Kelantan. The methods employed include participatory capacity building through outreach sessions, batik pattern workshops, training in manual and digital fashion illustration, the application of appropriate technology, and guidance on management and branding—all evaluated using paired pre-test and post-test instruments on a five-point scale. The average paired score of the 12 participants increased from 2.64 to 4.20 (a 59.00% increase), with the highest improvement observed in the area of digital fashion illustration (112.71%). This program resulted in new variations of Blora batik motifs, copper-stamped batik, ready-to-wear collection designs, and institutional capacity building for Cepu FDC, which supports the achievement of SDG 4 and SDG 17.

Abstrak: Cepu Fashion Designer Community (Cepu FDC) merupakan komunitas kreatif di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, yang bergerak dalam pengembangan produk fesyen. Mitra menghadapi keterbatasan keterampilan *fashion illustration* dan teknologi produksi yang masih sederhana, serta lemahnya tata kelola komunitas dan strategi *branding* kolektif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas desain dan manajemen anggota melalui kemitraan internasional antara Universitas Sebelas Maret dan Universiti Malaysia Kelantan. Metode yang digunakan adalah *participatory capacity building* melalui sosialisasi, workshop *pattern* batik, pelatihan *fashion illustration* manual dan digital, penerapan teknologi tepat guna, serta pendampingan manajemen dan *branding*, yang dievaluasi menggunakan instrumen pre-test dan post-test berpasangan berskala lima. Rata-rata skor 12 peserta yang datanya berpasangan meningkat dari 2,64 menjadi 4,20 (naik 59,00%), dengan peningkatan tertinggi pada aspek *fashion illustration* digital (112,71%). Program ini menghasilkan variasi motif baru Batik Blora, cap batik tembaga, rancangan koleksi *ready-to-wear*, serta penguatan kapasitas kelembagaan Cepu FDC yang mendukung pencapaian SDG 4 dan SDG 17.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Industri kreatif berbasis budaya lokal memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus menjaga keberlanjutan warisan budaya. Sektor fesyen dan batik tidak lagi dipandang hanya sebagai produk tradisional, tetapi telah berkembang menjadi komoditas kreatif bernilai ekonomi tinggi yang mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat identitas budaya daerah sebagai daya tarik pariwisata (Rahman & Hakim, 2024). Penguatan rantai nilai industri kreatif turut memerlukan kolaborasi lintas pemangku kepentingan agar produk budaya dapat bersaing dalam rantai pasok yang lebih luas (Madudová, 2017).

Kabupaten Blora, Jawa Tengah, memiliki potensi besar dalam pengembangan industri kreatif berbasis batik melalui ragam motif khas seperti daun jati, barongan, dan unsur budaya lokal lainnya. Salah satu komunitas yang berupaya mengembangkan potensi tersebut adalah Cepu Fashion Designer Community (Cepu FDC), komunitas kreatif yang didirikan pada tahun 2025 dan beranggotakan sekitar 25 orang, terdiri atas desainer, penjahit, pengrajin batik, guru, dan pelajar. Hasil observasi lapangan dan diskusi partisipatif menunjukkan bahwa Cepu FDC menghadapi dua permasalahan prioritas. Pertama, pada aspek produksi, kemampuan anggota dalam *fashion illustration* dan pengembangan desain *ready-to-wear* berbasis riset pasar masih terbatas, proses kreasi berlangsung secara intuitif dan belum terdokumentasi, serta belum ditunjang standar operasional produksi yang terstruktur. Kedua, pada aspek manajemen, komunitas belum memiliki sistem tata kelola, pembagian peran, dan strategi *branding* kolektif yang berorientasi pasar dan kolaborasi internasional.

Berbagai kajian menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap inovasi (*open innovation*) menjadi faktor penting bagi keberlanjutan usaha kerajinan batik dalam menghadapi tantangan pasar dan keterlibatan pemangku kepentingan (Raya et al., 2021). Penguasaan teknologi digital dan modernisasi proses produksi turut terbukti meningkatkan daya saing UMKM batik, baik dari sisi efisiensi maupun kualitas produk (Qurrata et al., 2021). Pada tataran desain, inovasi produk fesyen digital merupakan salah satu kunci untuk menjawab tuntutan pasar yang terus berubah (Rudianto et al., 2025), sementara pembelajaran ilustrasi fesyen digital berbasis kearifan lokal terbukti efektif membekali perancang pemula dengan kompetensi teknis sekaligus kepekaan terhadap identitas budaya (Kadek & Diantari, 2022). Pelatihan fashion design digital pada kelompok non-akademik juga dilaporkan mampu meningkatkan kompetensi peserta secara terukur (Bintarto et al., 2025).

Pada aspek penguatan identitas dan kelembagaan, penciptaan identitas batik berbasis pemberdayaan komunitas terbukti memperkuat posisi produk budaya lokal (Rudianto et al., 2024), sebagaimana juga ditunjukkan oleh model *creativepreneurship* pada UMKM batik yang memadukan peningkatan kapasitas usaha dengan kualitas produksi dan pemasaran digital (Rahmawati, Edi Kurniadi, Rikah, Siti Nurlaela, M. Rudianto, Sarah Rum Handayani, 2023). Pemberdayaan masyarakat yang didukung tata kelola dan pemanfaatan sumber daya secara terstruktur terbukti meningkatkan ketahanan ekonomi kelompok binaan (Nisah et al., 2025), termasuk melalui penerapan perangkat teknologi tepat guna pada komunitas produktif (Napitupulu et al., 2025). Pada aspek pemasaran, strategi brand image yang membangun keterlibatan audiens (Ashshofi, M. W. B. dan Setianingrum, 2025), serta pemanfaatan konten visual media sosial (Chafidz & Lestari, 2021) menjadi pendukung penting bagi keberlanjutan *branding* kolektif komunitas kreatif berbasis budaya.

Berdasarkan berbagai permasalahan dan dukungan kajian tersebut, Program Kemitraan Masyarakat Internasional (PKMI) dilaksanakan melalui kolaborasi antara Program Studi Desain Mode Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret dengan Universiti Malaysia Kelantan. Solusi yang ditawarkan meliputi peningkatan kapasitas desain melalui workshop *pattern* batik serta pelatihan *fashion illustration*

manual dan digital, penerapan teknologi produksi tepat guna, dan pendampingan manajemen serta *branding* kolektif dengan melibatkan narasumber internasional agar komunitas memperoleh perspektif dan jejaring yang lebih luas.

Program ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan keterampilan anggota Cepu FDC dalam perancangan motif Batik Blora dan *fashion illustration* manual maupun digital; (2) meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi produksi busana yang efisien dan berkualitas; serta (3) menguatkan tata kelola dan strategi *branding* kolektif komunitas berbasis identitas Batik Blora sehingga mampu bersaing di pasar lebih luas serta mendukung SDG 4 (*Quality Education*) dan SDG 17 (*Partnerships for the Goals*).

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini merupakan bagian dari skema Program Kemitraan Masyarakat Internasional (PKMI-UNS) yang mengombinasikan kegiatan dosen berupa penyuluhan, pelatihan atau workshop, dan pendampingan, dengan pelibatan mahasiswa Program Studi Kriya Seni dan Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain UNS sebagai fasilitator lapangan dan dokumentasi kegiatan. Mitra pengabdian adalah Cepu Fashion Designer Community (Cepu FDC) yang beralamat di Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora, dengan 13 desainer lokal sebagai peserta inti pelatihan, didukung 6 mahasiswa UNS dan 1 mitra kolaboratif dari Universiti Malaysia Kelantan yang berperan sebagai narasumber perspektif internasional, penguatan metodologi, dan jejaring publikasi.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *participatory capacity building* yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan. Tahap pra kegiatan dilakukan melalui sosialisasi dan diskusi kelompok terarah *focus group discussion* (FGD) untuk memetakan kebutuhan mitra terkait keterampilan desain, teknologi produksi, dan pengelolaan komunitas (Afiyanti, 2008). Tahap kegiatan inti dilaksanakan melalui enam rangkaian pelatihan sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Tahapan Kegiatan Pengabdian

Tahap	Kegiatan	Deskripsi Singkat	Pemateri
1	Sosialisasi	Koordinasi tim, penyamaan persepsi dengan mitra dan mahasiswa, <i>need assessment</i> kebutuhan pelatihan.	Tim pengusul UNS
2	Workshop <i>Pattern</i> Batik	Eksplorasi tema alam-budaya Blora, objek motif, bentuk motif, susunan pola, dan komposisi warna; realisasi pada cap batik tembaga.	Sujadi R. Hidayat
3	<i>Fashion illustration</i> Manual	Proporsi tubuh, siluet busana, detail (kerah, lengan, rok), rendering dan shading manual.	Ratna Endah Santoso
4	<i>Fashion illustration</i> Digital	Sketsa digital, integrasi motif Batik Blora berbasis layer, moodboard, dan presentasi koleksi memakai aplikasi IbisPaint.	M. Rudianto
5	Penerapan Teknologi Produksi	Pemberian dan pelatihan penggunaan mesin jahit rantai (chainstitch) 2 jarum, mesin bordir, setrika uap, dan cap batik tembaga.	Sarwono
6	Manajemen dan <i>Branding</i>	Perumusan nilai dan positioning brand, identitas visual, storytelling, strategi promosi digital dan katalog.	Hanisa Hassan (UMK), Nisaul Hasanah A Rosyad

7	Monitoring dan Evaluasi	Pre-test dan post-test skala 1-5 pada 4 aspek, observasi partisipatif selama dan pasca kegiatan.	Tim pengusul dan mahasiswa
---	-------------------------	--	----------------------------

Pada tahap workshop *pattern* batik, perancangan ragam hias tekstil dilakukan melalui lima tahap metodis, yaitu (1) menentukan tema desain bersumber pada alam dan budaya khas Blora; (2) menentukan objek motif melalui literasi dan observasi untuk menemukan objek ikonik; (3) merancang bentuk motif melalui eksplorasi visual; (4) merancang susunan pola, baik dalam tatasusun geometris maupun non-geometris, menggunakan metode repetisi, scaling, rotasi, pencerminan, ataupun campuran, dengan jenis susunan pola allover, border, unitary atau motif-spot, maupun hippotaktif; serta (5) merancang komposisi warna melalui ujicoba visual. Hasil rancangan motif kemudian direalisasikan dalam bentuk cap batik tembaga sebagai media produksi yang lebih efisien dan konsisten kualitasnya.

Pelatihan *fashion illustration* digital menggunakan aplikasi IbisPaint yang dipilih karena kemudahan penggunaannya bagi pemula, kepraktisannya untuk perangkat mobile, serta ketersediaan fitur kanvas, *brush*, *layer*, *color picker*, *eraser*, dan *transform tool*. Proses pembuatan ilustrasi dilaksanakan melalui tahapan: membuat kanvas baru, membuat sketsa figur *fashion*, membuat siluet pakaian, menambahkan detail, memberikan warna dan tekstur, menambahkan *shading* dan *highlight*, hingga menyimpan serta mengeksplor hasil desain. Penilaian hasil karya menggunakan lima indikator, yaitu proporsi figur *fashion*, kesesuaian desain busana, kerapian garis dan detail, pemilihan warna, serta kreativitas dan estetika desain.

Monitoring dan evaluasi dilakukan dalam dua bentuk, yaitu observasi partisipatif selama kegiatan berlangsung dan evaluasi terstruktur menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* berskala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju) pada empat aspek, yaitu workshop *pattern* batik, *fashion illustration* manual, *fashion illustration* digital, serta manajemen dan *branding*. Terdapat 12 data *pre-test* dan *post-test*, data dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung rata-rata skor dan persentase peningkatan pada tiap aspek.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, pelaksanaan program menghasilkan dua kategori temuan yang saling berkaitan, yaitu (1) transformasi kapasitas teknis dalam perancangan motif dan *fashion illustration*, baik secara manual maupun digital, dan (2) penguatan kapasitas kelembagaan melalui tata kelola dan *branding* kolektif. Kedua kategori tersebut dibahas secara berurutan mengikuti tahapan intervensi pada bagian Metode Pelaksanaan, kemudian disintesis pada bagian evaluasi untuk menjelaskan pola peningkatan kompetensi peserta secara keseluruhan.

1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi dan diskusi kelompok terarah berperan penting dalam mengonfirmasi kesenjangan kompetensi yang telah teridentifikasi pada tahap analisis situasi, sekaligus menyelaraskan ekspektasi antara tim pengabdian, mahasiswa, dan mitra (Gambar 1). Pendekatan ini konsisten dengan prinsip metode diskusi kelompok terfokus yang menempatkan interaksi antarpartisipan sebagai sumber data utama untuk memahami kebutuhan riil kelompok sasaran, bukan sekadar asumsi pihak luar (Afiyanti, 2008). Keterlibatan perangkat daerah Kecamatan Cepu sejak tahap ini juga berfungsi sebagai bentuk modal sosial yang memperkuat keberterimaan program di tingkat lokal, sebuah faktor yang pada praktiknya turut menentukan keberlanjutan intervensi pemberdayaan berbasis komunitas kreatif (Nisah et al., 2025).



Gambar 1. Proses diskusi kelompok terarah dalam tahap sosialisasi program

2. Workshop *Pattern Batik*

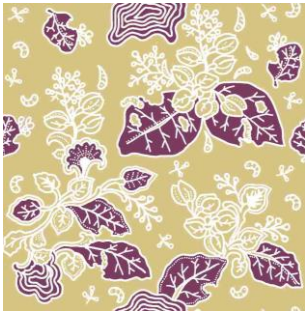
Sebagaimana diuraikan pada bagian Latar Belakang, permasalahan utama Cepu FDC pada aspek produksi terletak pada proses eksplorasi motif yang berlangsung secara intuitif dan belum terdokumentasi. Penerapan metode perancangan lima tahap pada workshop pattern batik (Gambar 2) berfungsi mengubah pengetahuan tasit perajin, yakni intuisi visual yang selama ini hanya tersimpan sebagai pengalaman personal, menjadi prosedur eksplisit yang dapat direplikasi dan diwariskan pada anggota lain. Temuan ini memperkuat argumen bahwa keterbukaan terhadap inovasi desain menjadi determinan penting keberlanjutan usaha kerajinan batik dalam menghadapi tekanan pasar (Raya et al., 2021).



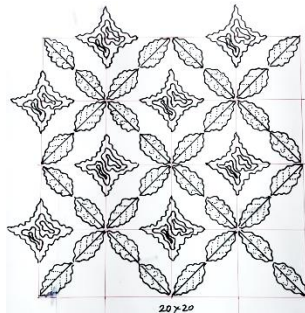
Gambar 2. Proses perancangan motif Batik Blora menggunakan metode lima tahap

Indikator keberhasilan transformasi dapat diamati pada dua varian motif baru yang dihasilkan, yaitu motif Suaraga Jati dan motif Jati Rinonce (Tabel 2), yang kemudian direalisasikan pada cap batik tembaga sebagai media produksi yang lebih presisi dan konsisten dibandingkan proses manual sebelumnya. Externalisasi desain ke dalam cap tembaga ini penting secara metodologis karena mengubah motif dari artefak individual menjadi aset produksi kolektif milik komunitas, sehingga variasi kualitas antarperajin dapat ditekan dan proses produksi dapat diskalakan tanpa bergantung pada satu perancang saja.

Tabel 2. Perancangan desain motif batik cap

Nama Motif	Sketsa Desain	Desain Digital	Realisasi Cap Tembaga
Swaraga Jati			

Jati
Rinonce



Tabel 2 menampilkan proses perancangan desain motif batik cap. Dimulai dari perancangan sketsa manual, desain motif digital, dan realisasi pembuatan cap batik dari bahan tembaga. Mater motif berukuran 20 x 20 cm, pada table motif disajikan dengan skala 1:5.

3. *Fashion illustration Manual*

Data pre-test menunjukkan bahwa kompetensi awal peserta pada aspek *fashion illustration* manual (skor 3,07) relatif lebih tinggi dibandingkan tiga aspek lain, mengindikasikan bahwa sebagian anggota Cebu FDC telah memiliki modal keterampilan menggambar dasar sebelum program berlangsung. Meskipun demikian, pelatihan tetap diperlukan untuk menstandarisasi proporsi figur, siluet, dan teknik rendering agar hasil ilustrasi antaranggota dapat dibaca secara konsisten sebagai bahasa visual bersama (Gambar 4), sejalan dengan argumen bahwa penguasaan ilustrasi manual berperan sebagai fondasi literasi visual sebelum peserta beralih ke medium digital (Kadek & Diantari, 2022).



Gambar 3. Proses pelatihan *fashion illustration* manual

Karya yang dihasilkan peserta memperlihatkan kemampuan menerjemahkan motif Batik Blora ke dalam siluet busana yang lebih variatif dibandingkan produk konvensional yang sebelumnya dihasilkan Cebu FDC (Gambar 5). Variasi pose dan detail busana pada karya-karya tersebut menjadi indikator kualitatif bahwa peningkatan skor *pre-test-post-test* pada aspek ini bukan sekadar perubahan persepsi, melainkan tercermin pada artefak desain yang konkret dan siap dikembangkan ke tahap prototipe.



Gambar 4. Karya *fashion illustration* manual peserta

4. *Fashion Illustration* Digital

Berbeda dengan aspek manual, skor pre-test *fashion illustration* digital berada paling rendah di antara empat aspek yang dievaluasi (1,97), menandakan bahwa penguasaan teknologi desain merupakan kesenjangan kompetensi paling mendesak pada mitra sebelum program berlangsung. Kondisi ini konsisten dengan temuan bahwa keterbatasan penguasaan teknologi digital kerap menjadi kendala utama pelaku usaha kerajinan berbasis budaya dalam beradaptasi terhadap tuntutan pasar kontemporer (Qurrata et al., 2021). Pelatihan menggunakan aplikasi berbasis perangkat mobile (Gambar 6) dipilih secara strategis karena kemudahan aksesnya, sehingga hambatan biaya perangkat lunak profesional yang lazim menjadi penghalang literasi digital pada komunitas berbasis kerajinan dapat diminimalkan.

Hasil karya digital peserta (Gambar 5) memperlihatkan kemampuan mengintegrasikan motif Batik Blora ke dalam desain berbasis layer serta simulasi tekstur kain, sebuah kompetensi yang sebelumnya sama sekali tidak dimiliki mayoritas peserta. Kombinasi antara rendahnya baseline dan tingginya lompatan kompetensi ini menjelaskan mengapa aspek ini mencatat peningkatan tertinggi di antara seluruh aspek yang dievaluasi, memperkuat argumen bahwa pelatihan desain digital yang dirancang secara terstruktur mampu mendorong percepatan kompetensi teknis pada kelompok non-akademik dalam waktu relatif singkat (Bintarto et al., 2025).



Gambar 5. Karya *fashion illustration* digital peserta dengan pendampingan

5. Penerapan Teknologi Produksi

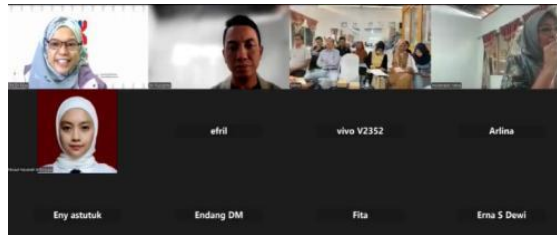
Peningkatan kompetensi desain tidak akan berdampak signifikan terhadap daya saing produk apabila tidak diimbangi kapasitas produksi yang memadai. Atas dasar itu, program ini menyertakan penerapan teknologi tepat guna berupa mesin jahit rantai (*chainstitch*) dua jarum, mesin bordir, setrika uap, dan perlengkapan jahit pendukung (Gambar 6). Pemberian teknologi disertai pendampingan penggunaan dan perawatan alat, sebuah pendekatan yang penting untuk dicermati karena penyediaan perangkat tepat guna tanpa transfer keterampilan pengelolaannya terbukti berisiko menghasilkan aset yang tidak termanfaatkan optimal pada program pemberdayaan berbasis komunitas (Napitupulu et al., 2025). Dengan demikian, teknologi dalam program ini diposisikan sebagai instrumen penguatan kapasitas jangka panjang, bukan sekadar bantuan fisik sesaat.



Gambar 6. Penerapan teknologi produksi tepat guna pada Cepu FDC

6. Manajemen dan *Branding*

Pada aspek manajemen, pendampingan diarahkan untuk mengatasi kesenjangan tata kelola dan strategi *branding* kolektif yang teridentifikasi sejak tahap analisis situasi. Kehadiran narasumber dari Universiti Malaysia Kelantan (Gambar 9) memberikan perspektif komparatif dari pengalaman pengembangan brand tekstil berbasis budaya di konteks regional yang lebih luas, sehingga peserta tidak hanya memperoleh materi normatif, tetapi juga rujukan praktik nyata. Materi perumusan nilai, *positioning*, dan *storytelling brand* yang disampaikan sejalan dengan argumen bahwa strategi *brand image* yang membangun keterlibatan emosional audiens menjadi determinan penting daya saing produk berbasis budaya local (Ashshofi, M. W. B. dan Setianingrum, 2025), pemanfaatan konten visual pada media sosial berperan memperluas jangkauan pasar (Chafidz & Lestari, 2021).



Gambar 7. Sesi pendampingan manajemen dan *branding* komunitas

Penting dicatat bahwa *branding* kolektif pada komunitas berbeda secara mendasar dari *branding* individual seorang desainer, karena identitas yang dibangun harus mengakomodasi keragaman anggota sekaligus tetap merepresentasikan nilai budaya Batik Blora secara konsisten. Kompleksitas inilah yang menjelaskan mengapa aspek manajemen dan *branding* menempati peningkatan tertinggi kedua setelah *fashion illustration* digital.

7. Monitoring dan Evaluasi

Menguji secara kuantitatif efektivitas keempat intervensi di atas, evaluasi dilakukan melalui instrumen *pre-test* dan *post-test* berskala 1-5 pada 12 peserta yang datanya dapat dipasangkan secara lengkap. Hasil evaluasi pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan Skor Pre-Test dan Post-Test Peserta PKMI

No	Aspek yang Dievaluasi	Pre-Test	Post-Test	Peningkatan Skor	Peningkatan (%)
1	Workshop <i>Pattern</i> Batik	2,92	4,22	1,30	44,57%
2	<i>Fashion illustration</i> Manual	3,07	4,25	1,18	38,59%
3	<i>Fashion illustration</i> Digital	1,97	4,18	2,22	112,71%
4	Manajemen dan <i>Branding</i>	2,62	4,15	1,53	58,60%
Rata-rata Keseluruhan		2,64	4,20	1,56	59,00%

Data menunjukkan pola peningkatan yang tidak seragam antar aspek, sebuah temuan yang secara analitis lebih informatif dibandingkan sekadar rata-rata keseluruhan. Rata-rata skor seluruh peserta meningkat dari 2,64 menjadi 4,20 (naik 1,56 poin atau 59,00%), setara dengan peningkatan dari 52,83% menjadi 84,00% terhadap skor maksimum. Pola ini konsisten dengan prinsip *ceiling effect* dalam evaluasi pelatihan, yaitu aspek dengan baseline kompetensi terendah cenderung menunjukkan ruang peningkatan (headroom) paling besar. Hal ini terbukti pada *fashion illustration* digital yang mencatat kenaikan 112,71% dari baseline 1,97, jauh melampaui workshop *pattern* batik (44,57%) dan *fashion illustration* manual (38,59%) yang baseline awalnya sudah relatif lebih tinggi (2,92 dan 3,07).

Pola tersebut memberi implikasi metodologis bagi perancangan program pengabdian serupa di masa mendatang: pengukuran baseline kompetensi mitra secara terpisah untuk setiap kompetensi, bukan hanya secara agregat, penting dilakukan agar alokasi waktu

dan sumber daya pelatihan dapat difokuskan pada aspek dengan kesenjangan terbesar. Perlu dicatat pula bahwa instrumen yang digunakan bersifat *self-report* persepsional, sehingga peningkatan skor mencerminkan perubahan kepercayaan diri dan pemahaman konseptual peserta, dan perlu dibaca berdampingan dengan bukti kualitatif berupa artefak karya (Tabel 2, Gambar 4 dan 5) sebagai gambaran capaian kompetensi yang lebih menyeluruh.

8. Keterbatasan Program dan Implikasinya bagi Keberlanjutan

Keterbatasan perlu diungkapkan secara jujur agar capaian program dapat dimaknai secara proporsional. Realisasi desain motif ke dalam kain batik jadi masih menunggu proses produksi oleh perajin mitra, sehingga koleksi *ready-to-wear* yang menjadi salah satu luaran wajib belum dapat dievaluasi dari sisi kualitas produk akhir maupun respons pasar. Keterbatasan ini menjadi dasar rumusan saran keberlanjutan pada bagian berikut, khususnya terkait pentingnya pendampingan pascapelatihan yang berkesinambungan agar peningkatan kompetensi yang terukur pada tahap pelatihan benar-benar bertransformasi menjadi produk dan kapasitas kelembagaan yang berkelanjutan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan Program berhasil menjawab tujuan yang ditetapkan pada tahap pendahuluan. Rata-rata skor peserta meningkat dari 2,64 menjadi 4,20 (naik 59,00%), dengan peningkatan *hardskill* paling menonjol pada *fashion illustration* digital (112,71%), diikuti manajemen dan *branding* (58,60%), workshop *pattern* batik (44,57%), dan *fashion illustration* manual (38,59%). Secara kualitatif, program ini menghasilkan dua varian motif baru Batik Blora, cap batik tembaga sebagai media produksi, rancangan koleksi *ready-to-wear* berbasis riset visual, serta penguatan pemahaman tata kelola dan strategi *branding* kolektif komunitas. Capaian ini menunjukkan bahwa pendekatan *participatory capacity building* yang memadukan penguatan desain, teknologi, dan manajemen secara simultan mampu mentransformasi Cepu FDC menuju model komunitas *fashion* berbasis budaya lokal yang lebih adaptif dan berdaya saing, sekaligus mendukung pencapaian SDG 4 dan SDG 17 melalui kolaborasi internasional dengan Universiti Malaysia Kelantan.

Beberapa saran disampaikan untuk keberlanjutan program. Pertama, penyelenggaraan Focus Group Discussion dan *fashion show* pada tahap akhir program perlu dioptimalkan sebagai media diseminasi sekaligus promosi produk kepada pemangku kepentingan. Kedua, disarankan adanya program lanjutan berupa pendampingan standardisasi ukuran (*grading*) dan *quality control* produksi agar koleksi *ready-to-wear* lebih siap memasuki pasar ritel modern dan platform digital. Ketiga, model pendampingan ini berpotensi direplikasi pada komunitas kreatif berbasis budaya lokal lain sebagai bentuk pengabdian terapan lintas wilayah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Sebelas Maret melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), atas pendanaan Program Kemitraan Masyarakat Internasional (PKMI) dengan Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Nomor 461/UN27.22/PT.01.03/2026 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana. Terima kasih kepada Universiti Malaysia Kelantan atas kolaborasi internasional, kepada Mitra yaitu Cepu Fashion Designer Community atas partisipasi aktifnya, kepada Ketua DEKRANASDA Kabupaten Blora yang telah mendampingi pelaksanaan program, perangkat daerah Kecamatan Cepu atas dukungan, serta kepada mahasiswa Prodi Desain Mode FSRD UNS yang terlibat dalam pelaksanaan program pengabdian ini.

REFERENSI

Afiyanti, Y. (2008). Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terfokus) sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58–62.

- Ashshofi, M. W. B. dan Setianingrum, V. M. (2025). Peran Brand Strategist Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Engagement Audiens (Studi Kasus pada Narasi sebagai Media Alternatif). *The Commercium*, 9(3), 392–401.
- Bintarto, J., Jl, A., Yos, K. L., Km, S., Mulia, T., Mulia, T., Deli, K. M., & Utara, S. (2025). Pelatihan Fashion Design Digital sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi Siswa SMKS Pangeran Antasari Deli Serdang Digital Fashion Design Training as an Effort to Improve the Competence of Students of SMKS Prince Antasari Deli Serdang Universitas Potensi Uta. *Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 25–34.
- Chafidz, A., & Lestari, A. Y. D. (2021). Pengenalan Teknologi Ekstraksi Zat Warna Alam Untuk Pewarna Alami Batik Di Ukm Batik Tulis “Kebon Indah”, Bayat, Klaten. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 101–108. <https://doi.org/10.31334/jks.v3i2.1271>
- Kadek, N., & Diantari, Y. (2022). Pembelajaran Ilustrasi Fashion Digital Berbasis Kearifan Lokal di Program Studi Desain Mode Institut Seni Indonesia Denpasar. *SEGARA WIDYA Jurnal Penelitian Seni*, 10(1), 57–64.
- Madudová, E. (2017). Creative Industries Value Chain: The Value Chain Logic in Supply Chain Relationships. *Marketing and Branding Research*, 4, 227–235.
- Napitupulu, B. B. J., Goestjahjanti, F. S., Cahya, D. F., Kulla, I., Azz, H., Suwita, J., & Basuki, S. (2025). Pemanfaatan Perangkat Tepat Guna Bantuan Bank Indonesia di Kampung Tematik “Brilliant” Bojong Renged, Kecamatan Teluknaga Kabupaten Tangerang. *Jurnal Abdi Inovatif: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 44–57.
- Nisah, K., Meutia, M., Aini, Z., Kimia, P. S., Sains, F., Ar-raniry, U. I. N., & Aceh, B. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Metode Asset-Based Community-Driven Development (ABCD) dengan Memanfaatkan Limbah Kotoran Sapi Menjadi Biogas di Aceh Besar. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 372–381.
- Qurrata, V. A., Yusida, E., Sudjatmiko, S., & Prastiwi, L. F. (2021). Pengembangan Industri UMKM Batik Khas Kabupaten Malang melalui Digitalisasi Marketing Mix dan Teknologi. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(August), 347–357.
- Rahman, I., & Hakim, L. M. (2024). Development of a Creative Economy Based on Local Wisdom in the Era of Digital Transformation Through Inclusive Education and Village Community Empowerment in Bantul Regency , Yogyakarta. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(2), 213–224.
- Rahmawati, Edi Kurniadi, Rikah, Siti Nurlaela, M. Rudianto, Sarah Rum Handayani, S. A. (2023). Creativepreneurship UMKM Batik Lasem Rembang, Peningkatan Kapasitas Usaha Melalui Kualitas Produksi dan Pemasaran Digital Rahmawati,. *Jurnal BUDIMAS*, 05(02), 1–23.
- Raya, A. B., Andiani, R., Siregar, A. P., Prasada, I. Y., Indana, F., Simbolon, T. G. Y., Kinasih, A. T., & Nugroho, A. D. (2021). Challenges, open innovation, and engagement theory at craft smes: Evidence from Indonesian batik. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020121>
- Rudianto, M., Amperawati, E. D., Hartoko, S., Noviani, R., Malinda, C., Setiany, E., Mulyani, S., Maret, U. S., Primagraha, U., Riyadi, U. S., Buana, U. M., & Kudus, U. M. (2024). Penciptaan Identitas Batik Sedulur Sikep dengan Pemberdayaan Kelompok Batik Desa Sumber di Kabupaten Blora. *Jurnal BUDIMAS* (, 06(01), 1–14.
- Rudianto, M., Ismawati, N., Jaafar, B., Hidayat, S. R., Rosyad, N. H. A., Purnomo, R. A., & Santoso, R. E. (2025). Fashion Product Design Innovation and Digital Marketing on Ikat Weaving Artisans in Grobogan. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 9(02), 181–194.