

Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan *digital marketing* : peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas

Zainuri¹, Sebastiana Viphindartin¹, Regina Niken Wilantari¹, Rachmania Nurul Fitri Amijaya¹, Ilham Imamudin¹, Ahmad Roziq²

¹Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

²Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Penulis korespondensi : Zainuri

E-mail : Zainuri.feb@unej.ac.id

Diterima: 28 November 2024 | Direvisi: 09 Desember 2024 | Disetujui: 10 Desember 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Pengabdian ini berfokus pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem, Kecamatan Sumberjambe, Kabupaten Jember. Dalam rangka meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi online serta manajemen keuangan, Pengabdian ini menguraikan implementasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI). Pendekatan edukatif dan pelatihan interaktif digunakan untuk membantu UMKM memperluas akses pasar dan meningkatkan profitabilitas. Metode pelaksanaan mencakup tiga tahap utama: Analisis Situasi Lapangan: Pengabdian menganalisis kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dari sini, mereka dapat mengidentifikasi area di mana teknologi online dapat memberikan dampak positif. Selanjutnya pengembangan materi edukatif: Tim Pengabdian mengembangkan materi edukatif yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Ini mencakup pelatihan tentang penggunaan desain grafis dan strategi pemasaran. Implementasi Teknologi Online UMKM diberikan pelatihan dan pendampingan dalam menerapkan teknologi online dalam bisnis mereka. Ini melibatkan penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan alat digital lainnya. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan penggunaan teknologi online oleh pelaku UMKM. Dengan adanya pendekatan ini, diharapkan UMKM dapat lebih kompetitif, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan profitabilitas mereka.

Kata kunci: batik sumber pakem; pasar digital; teknologi online; akses pasar; profitabilitas.

Abstract

This service focuses on empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) of Jember Special Batik in Sumberpakem Village, Sumberjambe District, Jember Regency. In order to improve understanding and application of online technology and financial management, and describe the implementation of Community Service activities of the Village Development-Based Service Program (PROBANGDEBI). An educational approach and interactive training are used to help MSMEs expand market access and increase profitability. The implementation method includes three main stages: Field Situation Analysis: The Community Service analyzes the conditions and challenges faced by MSME actors. From here, they can identify areas where online technology can have a positive impact. Next is the development of educational materials: The Community Service Team develops educational materials that are relevant to the needs of MSMEs. This includes training on the use of graphic design and marketing strategies. Implementation of Online Technology MSMEs are given training and assistance in implementing online technology in their businesses. This involves the use of e-commerce platforms, social media, and other digital tools. The evaluation results showed a significant increase in knowledge and use of online technology by MSME actors. With this approach, MSMEs can be more competitive, expand their market reach, and increase their profitability.

Keywords: batik sumber pakem; digital market; online technology; market access; profitability.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sentral dalam menggerakkan perekonomian lokal. Namun, saat ini, mereka menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait akses pasar dan profitabilitas (Sulisawati et al., 2021). Dalam era digital yang semakin maju, edukasi keuangan dan pemanfaatan teknologi online menjadi kunci penting untuk meningkatkan daya saing dan kelangsungan UMKM. UMKM di Indonesia memiliki dampak signifikan pada perekonomian negara. Mereka bukan hanya mengurangi kemiskinan dan meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (Primanata et al., 2021). Selain itu, UMKM berperan dalam pemberdayaan masyarakat, menciptakan pasar baru, dan menjadi penyedia lapangan kerja. Bahkan saat menghadapi krisis ekonomi, seperti pada tahun 1998, UMKM terbukti tangguh dan bertahan, sementara sektor yang lebih besar mengalami keguncangan. Keseluruhan, UMKM adalah tulang punggung perekonomian kita, dan peran mereka semakin penting di era digital yang terus berkembang (Kurniawati et al., 2022).

Dalam konteks pengembangan akses pasar melalui peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis pada UMKM Batik Khas Jember Desa Sumberpakem Sumberjambe, edukasi digital marketing memegang peranan penting. Pengabdian menunjukkan bahwa pemahaman dan implementasi strategi pemasaran digital dapat secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM, terutama dalam hal perluasan jangkauan pasar dan peningkatan penjualan (Rosliyati & Iskandar, 2022). Literasi digital marketing membantu pengusaha UMKM, khususnya produsen batik khas Jember, untuk memahami dan memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan website. Hal ini pada gilirannya dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas akses pasar mereka (Septiani & Wuryani, 2020).

Di era digital ini, pemanfaatan teknologi, khususnya media online dan perangkat mobile, telah terbukti memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM batik dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Teknologi ini membantu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar batik khas Jember ke tingkat nasional bahkan internasional (Hanif & others, 2020).

Dalam konteks new normal pasca pandemi, edukasi tentang strategi digital marketing yang efektif menjadi semakin relevan bagi UMKM batik Desa Sumberpakem Sumberjambe (Wijayanti, 2023). Penerapan strategi digital marketing yang tepat dapat memberikan landasan informasi yang diperlukan oleh pemilik UMKM batik untuk membuat keputusan bisnis yang tepat dan responsif terhadap perubahan pasar (Sugiarti, 2020).

Oleh karena itu, kombinasi antara edukasi digital marketing, peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM batik khas Jember di Desa Sumberpakem Sumberjambe. Pengembangan keterampilan ini tidak hanya akan membantu dalam pemasaran produk, tetapi juga dalam mempertahankan dan mempromosikan warisan budaya batik khas Jember di pasar yang lebih luas.

Dalam konteks pengembangan akses pasar melalui peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis pada UMKM Batik Khas Jember Desa Sumberpakem Sumberjambe, peran teknologi online menjadi sangat krusial. Teknologi digital telah terbukti mampu meningkatkan akses pasar dan profitabilitas UMKM melalui berbagai cara yang inovatif.

Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya telah membantu dalam pemasaran produk batik khas Jember secara online, yang pada gilirannya meningkatkan jangkauan pasar dan profitabilitas. Dalam konteks ini, pengembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) juga memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat pengrajin batik di Desa Sumberpakem Sumberjambe.

Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan *digital marketing* : peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas

Peningkatan daya saing ekonomi UMKM batik juga terkait erat dengan peran inovasi dalam memperkuat kerja sama antara pemerintah, akademisi, dan industri, serta pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dalam bidang teknologi digital dan inovasi pemasaran. Orientasi pasar yang didukung oleh teknologi digital juga telah terbukti memainkan peran signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM batik, baik dalam hal penjualan maupun branding produk (Istifadhoh et al., 2022).

Teknologi online juga telah membantu industri rumahan batik di Desa Sumberpakem Sumberjambe untuk bersaing di pasar yang lebih luas dengan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas terhadap penguasaan teknologi digital serta akses permodalan (Rukiah et al., 2021). Dalam konteks bisnis batik, teknologi online dapat membantu dalam meningkatkan ketersediaan infrastruktur pendukung untuk mengatasi kendala supply bahan baku serta peningkatan kualitas produk agar memiliki daya saing tinggi dalam pasar global.

Dengan demikian, teknologi online telah membuktikan perannya dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas UMKM batik khas Jember melalui berbagai cara, mulai dari pemasaran digital, inovasi desain, hingga peningkatan daya saing produk. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis memiliki dampak yang signifikan dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan profitabilitas UMKM batik di Desa Sumberpakem Sumberjambe.

Dalam konteks UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem Sumberjambe, yang kaya akan warisan budaya dan potensi ekonomi kreatif, juga menghadapi tantangan unik dalam pengembangan usahanya. Fenomena masalah seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan yang baik, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM batik ini.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI) dengan judul "Pengembangan Akses Pasar Melalui Peningkatan Keterampilan Digitalisasi Bisnis pada UMKM Batik Khas Jember Desa Sumberpakem Sumberjambe" memiliki urgensi yang sangat penting. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM batik dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang manajemen keuangan yang efektif serta pemanfaatan teknologi digital dalam memperluas jangkauan pasar.

Fokus utama kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan digitalisasi bisnis, yang mencakup pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan strategi pemasaran digital lainnya. Hal ini bertujuan untuk membantu UMKM batik khas Jember dalam memperluas akses pasar mereka, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional dan bahkan internasional.

Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang manajemen keuangan yang baik, yang sangat penting dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Dengan memadukan keterampilan digitalisasi bisnis dan manajemen keuangan yang efektif, diharapkan UMKM batik khas Jember dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Dengan demikian, kegiatan Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI) ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas UMKM batik khas Jember di Desa Sumberpakem Sumberjambe, sekaligus melestarikan dan mempromosikan warisan budaya batik khas daerah ini ke pasar yang lebih luas.

METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah *participatory rural appraisal (PRA)*, yaitu suatu metode yang melibatkan partisipasi aktif dan kerjasama antara tim pengabdian dan mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Metode ini bertujuan untuk memahami keadaan, kebutuhan, dan potensi mitra, serta memberdayakan mitra untuk menyelesaikan masalah dan mengembangkan solusi yang sesuai dengan kondisi dan sumber daya mereka. Beberapa prinsip dan teknik PRA yang diterapkan dalam program ini adalah:

1. Partisipasi dan Kerjasama Tim Pengabdian dan Mitra. Dalam pelaksanaan program ini, tim pengabdian akan bekerjasama erat dengan mitra untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tim pengabdian akan berperan sebagai fasilitator, motivator, dan pendukung, sedangkan mitra akan

Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan *digital marketing* : peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas

berperan sebagai pelaku, pengambil keputusan, dan penanggung jawab. Kedua belah pihak akan saling berbagi informasi, pengalaman, dan saran, serta menghormati dan menghargai perbedaan dan kesamaan yang ada.

2. Pendekatan Edukatif. Tim pengabdian akan melakukan pendekatan edukatif untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya digital marketing dan bagaimana penerapannya. Pendekatan ini dilakukan dengan cara memberikan penjelasan yang jelas, sederhana, dan menarik, menggunakan bahasa dan media yang mudah dipahami, memberikan contoh dan ilustrasi yang relevan, serta memberikan kesempatan kepada mitra untuk bertanya, berdiskusi, dan berlatih.
3. Evaluasi dan Rencana Keberlanjutan. Tim pengabdian akan melakukan evaluasi untuk mengukur efektivitas dan dampak program pengabdian terhadap peningkatan kapasitas dan kinerja mitra. Evaluasi ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, seperti angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil evaluasi akan digunakan sebagai bahan masukan dan umpan balik untuk perbaikan dan pengembangan program selanjutnya. Tim pengabdian juga akan menyusun rencana keberlanjutan untuk memastikan bahwa program pengabdian dapat berjalan secara mandiri dan berkelanjutan oleh mitra. Rencana ini meliputi strategi, sumber daya, jadwal, dan indikator keberhasilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengukur efektivitas dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI) "Pengembangan Akses Pasar Melalui Peningkatan Keterampilan Digitalisasi Bisnis pada UMKM Batik Khas Jember Desa Sumberpakem Sumberjambe", akan dilakukan evaluasi yang cermat terhadap dua aspek utama, yaitu peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis dan perluasan akses pasar oleh para pelaku UMKM batik khas Jember di Desa Sumberpakem Sumberjambe. Metode evaluasi yang akan digunakan meliputi survei pra dan pasca kegiatan, observasi langsung, serta analisis data kuantitatif dan kualitatif.

Pertama, efektivitas peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis akan dievaluasi melalui survei pra dan pasca kegiatan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM batik tentang pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan bisnis. Survei ini akan mencakup pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengidentifikasi pengetahuan awal dan perubahan setelah mengikuti kegiatan edukasi. Selain itu, observasi langsung akan dilakukan selama sesi-sesi pelatihan untuk mengamati tingkat partisipasi, keterlibatan, dan pemahaman peserta.

Kedua, perluasan akses pasar akan dievaluasi dengan memantau dan menganalisis tingkat adopsi dan penerapan strategi pemasaran digital oleh para pelaku UMKM batik setelah mengikuti kegiatan Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI). Survei pasca kegiatan juga akan mencakup pertanyaan-pertanyaan terkait dengan penggunaan platform digital dalam kegiatan pemasaran, manajemen inventaris, dan interaksi dengan konsumen. Selain itu, data akan dikumpulkan dari platform digital yang digunakan oleh para pelaku UMKM batik untuk memantau aktivitas pemasaran mereka setelah mengikuti kegiatan Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI).

Kriteria keberhasilan dan parameter evaluasi akan didasarkan pada peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis, serta perluasan jangkauan pasar oleh pelaku UMKM batik khas Jember. Parameter evaluasi juga akan mencakup tingkat partisipasi dan kepuasan peserta terhadap kegiatan PROBANGDEBI. Selain itu, evaluasi akan mempertimbangkan peningkatan penjualan dan visibilitas produk batik khas Jember di pasar digital.

Dengan demikian, evaluasi ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak dan efektivitas dari kegiatan pengabdian ini dalam meningkatkan keterampilan digitalisasi bisnis para pelaku UMKM batik di Desa Sumberpakem Sumberjambe dalam mengelola bisnis mereka secara efektif serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas akses pasar dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan *digital marketing* : peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas

Pelaksanaan pengabdian yang berupa pelatihan digital marketing meliputi perencanaan pemasaran, desain, algoritma dan penggunaan e-commerce baru dilaksanakan sebanyak 3 kali pertemuan dengan pembahasan pemasaran, dan desain dengan pengapliannya yang dibuat lebih mudah.

Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pelatihan digital marketing untuk UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem, Sumberjambe. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan digitalisasi bisnis para pengrajin batik, dengan tujuan akhir mengembangkan akses pasar mereka. Pelatihan dilaksanakan dalam tiga kali pertemuan, dengan fokus utama pada pemasaran dan desain, serta penerapannya yang disederhanakan untuk memudahkan pemahaman dan implementasi oleh peserta.

Keempat langkah penyelesaian pengabdian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Workshop strategi, desain, promosi, penjualan, dan pasar digital.

Pelaksanaan *workshop* strategi, desain, promosi, penjualan, dan pasar digital gambar 1 bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar tentang pemasaran digital kepada sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam bisnis batik labako. Dengan mengikuti workshop ini, SDM diharapkan dapat memahami konsep dan prinsip dasar pemasaran digital, serta mampu merancang dan melaksanakan strategi, desain, promosi, penjualan, dan pasar digital yang sesuai dengan tujuan dan sasaran bisnis. Workshop dilaksanakan dengan mengundang narasumber ahli dan berpengalaman di bidang pemasaran digital. Dengan menggunakan metode inteaktif workshop ini dapat melibatkan partisipasi aktif dari peserta dalam proses belajar, seperti presentasi, diskusi, tanya jawab, praktikum, studi kasus, dan evaluasi. Workshop ini dapat mencakup materi-materi seperti:

- a. Pengantar pemasaran digital: konsep dan prinsip dasar
- b. Platform dan media digital: pengenalan dan pemilihan
- c. Pengantar pentingnya strategi pemasaran digital
- d. Desain konten dan materi pemasaran digital: kreativitas dan efektivitas
- e. Promosi produk atau jasa melalui media sosial, email, dan iklan online



Gambar 1. Pelaksanaan workshop strategi, desain, promosi, penjualan, dan pasar digital

2. Pembuatan media sosial dan lapak online

Pelaksanaan kedua adalah pelatihan pembuatan media sosial dan lapak online sebagaimana pada gambar 2 bertujuan untuk menyediakan media sosial dan lapak online sebagai media promosi dan transaksi penjualan untuk bisnis batik labako. Dengan memiliki media sosial dan lapak online, bisnis batik labako dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan memudahkan transaksi penjualan. Langkah ini dapat dilakukan dengan memilih platform dan media sosial yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan bisnis batik labako, seperti Facebook, Instagram, TikTok, Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Langkah ini juga dapat dilakukan dengan membuat desain grafis yang keren dan menarik untuk media sosial dan lapak online dengan menggunakan aplikasi Canva3, yang merupakan salah satu aplikasi desain grafis online yang mudah digunakan. Langkah ini juga dapat dilakukan dengan mengatur produk, harga, stok, pengiriman, dan layanan pelanggan di

lapak online dengan baik, sesuai dengan fitur dan fasilitas yang disediakan oleh platform e-commerce.



Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan kedua, pembuatan media sosial dan lapak online

3. Pendampingan dan pelatihan perancangan strategi pemasaran

Langkah selanjutnya pendampingan dan pelatihan perancangan strategi pemasaran sebagaimana gambar 2 bertujuan untuk meningkatkan pemahaman SDM dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan tujuan dan sasaran bisnis batik labako. Dengan mengikuti pendampingan dan pelatihan ini, SDM diharapkan dapat membuat strategi pemasaran yang meliputi analisis situasi, penetapan tujuan, pemilihan target pasar, penentuan posisi pasar, pemilihan bauran pemasaran, dan evaluasi. Pendampingan dan pelatihan ini dapat dilakukan dengan mengundang konsultan atau mentor yang ahli dan berpengalaman di bidang strategi pemasaran. Pendampingan dan pelatihan ini dapat menggunakan metode kolaboratif, yang melibatkan kerjasama antara SDM dan/atau mentor dalam proses belajar, seperti brainstorming, diskusi, simulasi, dan feedback.



Gambar 3. Pelaksanaan pendampingan dan pelatihan perancangan strategi pemasaran

4. Pelatihan dan pendampingan desain, promosi, dan penjualan

Terakhir adalah pelaksanaan dan pendampingan desain, promosi, dan penjualan sebagaimana Gambar 4 langkah ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan SDM dalam merancang desain, promosi, dan penjualan yang menarik dan efektif untuk bisnis batik labako. Dengan mengikuti pelatihan dan pendampingan ini, SDM diharapkan dapat membuat desain media, promosi, dan buku saku panduan penjualan berbasis e-commerce yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan bisnis batik labako. Pelatihan dan pendampingan ini dapat dilakukan dengan mengundang praktisi atau pakar yang ahli dan berpengalaman di bidang desain, promosi, dan penjualan, seperti yang disarankan oleh artikel dan . Pelatihan dan pendampingan ini dapat menggunakan metode praktik, yang melibatkan penerapan langsung dari materi yang dipelajari oleh SDM dengan

menggunakan perangkat dan aplikasi yang relevan, seperti Canva, Mailchimp, Google Ads, dan Facebook Ads. Pelatihan dan pendampingan ini dapat menggunakan contoh-contoh desain media, promosi, dan buku saku panduan penjualan berbasis e-commerce yang berhasil dan inspiratif.



Gambar 4. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan desain, promosi, dan penjualan

Dengan pendekatan yang disederhanakan dan fokus pada aplikasi praktis, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata pada kemampuan para pengrajin batik khas Jember dalam memanfaatkan pemasaran digital. Hal ini pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan akses pasar dan keberlanjutan usaha mereka di era digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI) "Pengembangan Akses Pasar Melalui Peningkatan Keterampilan Digitalisasi Bisnis pada UMKM Batik Khas Jember Desa Sumberpakem Sumberjambe" menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM batik tentang digitalisasi bisnis dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Survei pra dan pasca kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan penggunaan platform e-commerce sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar batik khas Jember.

Implementasi pelatihan digitalisasi bisnis dan penggunaan teknologi digital memiliki dampak positif terhadap akses pasar dan profitabilitas UMKM batik di Desa Sumberpakem Sumberjambe. Para pelaku UMKM batik yang mengikuti kegiatan pengabdian ini mengalami peningkatan dalam kemampuan mereka untuk memasarkan produk batik khas Jember secara online, yang pada gilirannya meningkatkan visibilitas produk, daya saing, dan profitabilitas bisnis mereka.

Penggunaan platform digital juga memberikan manfaat yang nyata bagi para pelaku UMKM batik dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan adopsi teknologi digital, UMKM batik dapat menjangkau konsumen baru secara lebih luas melalui media sosial dan e-commerce, yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan dan pendapatan mereka.

Perbandingan antara kondisi sebelum dan setelah implementasi pelatihan digitalisasi bisnis menunjukkan perubahan yang signifikan dalam kinerja bisnis UMKM batik di Desa Sumberpakem Sumberjambe. Sebelum implementasi, banyak UMKM batik menghadapi tantangan dalam pemasaran digital dan memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi online. Namun, setelah mengikuti kegiatan Program Pengabdian Berbasis Pengembangan Desa Binaan (PROBANGDEBI), para pelaku UMKM batik menunjukkan peningkatan dalam kemampuan pemasaran digital dan pemanfaatan platform e-commerce, yang berdampak positif pada akses pasar dan profitabilitas bisnis mereka.

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menegaskan pentingnya peningkatan keterampilan digitalisasi bisnis dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas UMKM batik khas Jember di Desa Sumberpakem Sumberjambe. Langkah-langkah lanjutan yang diperlukan untuk memperkuat dampak

Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan *digital marketing* : peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas

positif ini termasuk upaya berkelanjutan dalam pendidikan dan pelatihan digital marketing serta dukungan dalam pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM batik di daerah tersebut.

Diperlukan peningkatan kapasitas dan kualitas Sumber Daya Manusia dalam skema pemasaran digital sehingga akses dan kesempatan pasar global bisa dimaksimalkan. Selain itu kualitas produk batik serta efisiensi proses produksi juga diperlukan sehingga kualitas produk beserta harganya bisa bersaing dengan produk sejenis lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih terucapkan kepada berbagai pihak yang terlibat dalam pengabdian ini, terutama kepada LP2M Universitas Jember yang mendanai kegiatan pengabdian dengan skema Desa Binaan nomor kontrak: 7554/UN25/KP/2024 sehingga dapat memberikan dampak yang positif kepada masyarakat. Tak lupa terimakasih juga kepada para dosen dan mahasiswa yang terlibat serta ikut membantu suksesnya pengabdian ini. Demikian pula kepada pemateri yang memberikan serta berbagi pengalaman dan ilmunya kepada peserta. Terakhir terimakasih kepada peserta dari UMKM di Desa Sumberpakem, Sumberjambe, Jember telah mengikuti seluruh kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Hanif, S. R., & others. (2020). Pemanfaatan Smartphone Dan Media Sosial Untuk Promosi Online Serta Aplikasi Pembukuan Guna Memaksimalkan Kemajuan Teknologi Pada Umkm Di Kelurahan Joglo, Kecamatan Banjarsari. 2020. *IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services*, 1(1).
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ekoprint. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 147–152.
- Kurniawati, D., Oktanita, Nur Karimah, C., & Eka Ardhi Pratama, F. (2022). Pemberdayaan Wirausahaan Batik Disabilitas Melalui Digital Marketing di Kabupaten Jember. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 379–385. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v7i3.3540>
- Primanata, R. O., Harjianto, H., & Irwan H, M. S. (2021). Eksplorasi Ragam Nilai Karakter Bangsa Berbasis Kearifan Lokal dalam Motif Batik Khas Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(1), 27. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i1.1138>
- Rosliyati, A., & Iskandar, Y. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Bordir Tasikmalaya. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 756–762.
- Rukiah, Y., Akbar, T., & Ranuhandoko, F. C. N. (2021). Promosi Keripik Kentang “Terbang” Ibu Yati Oma Melalui Label Produk Kemasan. *TRIDHARMADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Jayakarta*, 1(2), 109–122.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Sugiarti, S. (2020). Penerapan Tata Kelola Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kelurahan Jimus Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 69–75. <https://doi.org/10.29040/budimas.v2i2.1357>
- Sulisawati, D. N., Amalia, D., & Djamali, M. F. (2021). Eksplorasi Konsep Dilatasi Etnomatematika pada Batik Tembakau Jember. *Prismatika: Jurnal Pendidikan Dan Riset Matematika*, 4(1), 56–64.
- Wijayanti, A. (2023). Edukasi pola bisnis di masa new normal. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 407–414.

Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan *digital marketing* : peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas