



PROTEKSI ISI LAPORAN AKHIR PENGABDIAN MASYARAKAT PEMULA

Dilarang menyalin, menyimpan, memperbanyak sebagian atau seluruh isi proposal ini dalam bentuk apapun kecuali oleh pengusul dan pengelola administrasi pengabdian kepada masyarakat

LAPORAN AKHIR 2024

Rencana Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Pemula: tahun 2024 s.d. tahun 2024

1. JUDUL PENGABDIAN

Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan Dan Pendampingan Digital Business Transformation Pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Kelompok Skema	Ruang Lingkup	Bidang Fokus	Lama Kegiatan	Tahun Pertama Usulan
Pemberdayaan Berbasis Masyarakat	Pengabdian Masyarakat Pemula	tematik - Digital Economy	1	2024

2. IDENTITAS PENGUSUL

Nama, Peran	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index	Rumpun Ilmu
MUHAMMAD NIZAR Ketua Pengusul	Universitas Yudharta Pasuruan	Ekonomi Syari'ah	Melakukan analisis mendalam terhadap kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UKM Batik Canting Khas Gempol dalam mengadopsi teknologi digital untuk transformasi bisnis mereka. Berpartisipasi dalam pengembangan program pembinaan dan pendampingan bagi UKM Batik Canting Khas Gempol, termasuk merancang materi pelatihan, workshop, dan sesi konsultasi.	6016160	-	ILMU EKONOMI
M. JAMHURI Anggota Pengusul	Universitas Yudharta Pasuruan	Pendidikan Agama Islam	Mengumpulkan umpan balik dari UKM Batik Canting Khas Gempol tentang keberhasilan program pembinaan dan pendampingan, serta memberikan rekomendasi perbaikan atau penyesuaian	6020314	-	ILMU PENGETAHUAN (ILMU) AGAMA

			jika diperlukan.			
ANTIN RAKHMAWATI Anggota Pengusul	Universitas Yudharta Pasuruan	Administrasi Bisnis	Melaksanakan program pembinaan dan pendampingan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, memberikan dukungan langsung kepada UKM Batik Canting Khas Gempol dalam menerapkan konsep dan teknologi digital. Berinteraksi secara aktif dengan komunitas lokal dan berbagai pihak terkait lainnya untuk mempromosikan kesadaran akan pentingnya transformasi digital dan mendapatkan dukungan tambahan bagi UKM Batik Canting Khas Gempol.	6835416	-	ILMU EKONOMI

3. IDENTITAS PENGUSUL VOKASI

Nama, Peran	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index	Rumpun Ilmu
-------------	-----------------------------	-----------------------	--------------	----------	---------	-------------

4. IDENTITAS MAHASISWA

Nama, Peran	NIM	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/Bagian	Bidang Tugas	Jumlah SKS	Mata Kuliah
FARIDHA AMALIA Mahasiswa	20218629001 6	Universitas Yudharta Pasuruan	Ekonomi Syari'ah	Berkontribusi dalam penyusunan laporan berkala tentang kemajuan proyek dan hasil yang telah dicapai kepada ketua tim dan pihak terkait lainnya.	6	Sistem Informasi Manajemen
MUHAMMAD NOVAL AMIRUDIN Mahasiswa	20226914000 4	Universitas Yudharta Pasuruan	Ekonomi Syari'ah	Berkontribusi dalam dokumentasi kegiatan, penyusunan laporan berkala tentang	6	Perpajakan

5. MITRA KERJASAMA

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat melibatkan mitra, yaitu mitra sasaran, mitra pemerintah/pemda, mitra DUDI/CSR/LSM atau mitra perguruan tinggi

sasaran

Jenis Mitra	: sasaran
Kelompok Mitra Sasaran	: Kelompok masyarakat yang produktif secara ekonomi
Nama Mitra Sasaran	: UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan
Pimpinan Mitra	: Siti Muflichah
Jenis Kelompok Mitra	: Kelompok Pengrajin Batik
Lingkup Permasalahan ke 1	: Aspek Pemasaran
Jumlah Anggota Kelompok	: 20
Provinsi	: JAWA TIMUR
Kabupaten/Kota	: Kab. Pasuruan
Kecamatan	: GEMPOL
Desa/Kelurahan	: KEPULUNGAN
Alamat Lengkap Mitra Sasaran	: Jl. Kepulungan 2, Dusun Kepulungan, Desa Kepulungan, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan
Dana Tahun 1	: Rp. 0,00
File Tangkapan Layar Google Maps yang Menggambarkan Jarak Perguruan Tinggi ke Lokasi Mitra Sasaran	Lihat
File Surat Pernyataan Mitra Kerja sama	Lihat
File Dokumen Bukti Jumlah Keanggotaan Kelompok/Karyawan Mitra Sasaran	Lihat

6. IKU

Indikator IKU terkait	Uraian IKU	Uraian Kegiatan
IKU 2: Mahasiswa Mendapat Pengalaman di Luar Kampus	Mahasiswa memiliki pengalaman belajar di luar kampus paling sedikit 6 SKS	Mengikuti kegiatan pendampingan masyarakat Mendokumentasikan setiap kegiatan Membantu mengembangkan softskill mahasiswa Meningkatkan praktik pemasaran digital
IKU 3: Dosen Berkegiatan di Luar Kampus	Dosen berkegiatan tridarma di perguruan tinggi lain dalam negeri	Dosen Berkegiatan di Luar Kampus Dosen berkegiatan tridarma di perguruan tinggi lain dalam negeri Dosen memberikan pendampingan masyarakat khususnya bidang pemasaran kepada masyarakat

7. (SDGs)

SDGs terkait	Uraian Kegiatan
Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi	Dengan meningkatkan ekonomi UKM, maka akan tercipta peningkatan pendapatan UKM, sehingga anggota UKM akan mendapatkan pekerjaan yang layak sesuai standart hidup, hal ini dapat menumbuhkan ekonomi di suatu daerah.

Energi Bersih dan Terjangkau	Turut mendukung kegiatan UKM untuk terus meningkatkan usaha Merekomendasikan UKM batik untuk mencoba memanfaatkan bahan alami sebagai pewarna batik Menjaga kelestarian alam
------------------------------	--

8. LUARAN DIJANJIKAN

Tahun Luaran	Kelompok Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian	Keterangan
1	Peningkatan level keberdayaan mitra: Aspek Pemasaran	Peningkatan Jumlah Omzet	Tercapai	Jumlah Penjualan meningkat ditunjukkan dengan laporan peningkatan omset usaha yang ditunjukkan di laporan keuangan
1	Artikel Ilmiah	Artikel ilmiah pada jurnal terindeks SINTA	Published	https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/soeropati
1	Rekognisi SKS mahasiswa	Rekognisi mahasiswa menjadi bagian MBKM minimal 6 (enam) SKS	Tercapai	Manajemen pemasaran
1	Publikasi berita pada media massa	Elektronik	Terbit	https://radarbromo.jawapos.com/
1	Karya audio visual	Video kegiatan	Unggah di Laman Youtube Lembaga	https://www.youtube.com/@rahmazarentertainment
1	Karya visual	Poster	Tercapai	https://yudharta.ac.id/

9. ANGGARAN

Rencana Anggaran Biaya penelitian mengacu pada PMK dan buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang berlaku.

Tahun 1 Total Rp21.625.000,00 | Disetujui Rp21.625.000,00

Kelompok	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total	URL Hps
Biaya Lainnya	Biaya pembuatan dokumen video	Pembuatan Video	Paket	1	131.250	131.250	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Alat Teknologi Tepat Guna	Desain website	Unit	1	2.000.000	2.000.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Alat Teknologi Tepat Guna	Aplikasi keuangan	Unit	1	2.812.500	2.812.500	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Alat Teknologi Tepat Guna	Atribut Foto produk	Unit	1	1.500.000	1.500.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Alat Teknologi Tepat Guna	Router	Unit	1	500.000	500.000	Lihat
Biaya Pelatihan	Biaya konsumsi	Konsumsi	OK (kali)	25	90.000	2.250.000	Lihat
Biaya Pelatihan	Biaya Paket Ruang dan Konsumsi	konsumsi FGD	OK (kali)	1	605.000	605.000	Lihat
Biaya Perjalanan	Uang Harian	uang harian	OH	6	250.000	1.500.000	Lihat
Biaya Lainnya	Biaya publikasi di media masa	publikasi media massa; koran	Paket	1	200.000	200.000	Lihat
Biaya Lainnya	Biaya Publikasi artikel di	publikasi artikel ilmiah	Paket	1	750.000	750.000	Lihat

Kelompok	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total	URL Hps
	Jurnal Nasional						
Biaya Upah dan Jasa	HR Pembantu teknis/Asisten Pelaksanaan kegiatan	Narasumber Workshop	OJ	2	1.081.250	2.162.500	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Alat Teknologi Tepat Guna	Aplikasi marketplace	Unit	1	1.000.000	1.000.000	Lihat
Biaya Perjalanan	Transport Lokal	Transportasi Perjalanan lokal	OK (kali)	6	290.625	1.743.750	Lihat
Biaya Pelatihan	Biaya Paket Ruang dan Konsumsi	Sewa ruangan	OK (kali)	3	490.000	1.470.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Alat Teknologi Tepat Guna	Domain dan Hosting	Unit	1	3.000.000	3.000.000	Lihat

*. KEMAJUAN PENELITIAN

A. RINGKASAN

Pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan digital masyarakat lokal melalui pembinaan dan pendampingan pada UKM Batik Canting Khas Gempol, sehingga mereka dapat beradaptasi dengan era digital dan meningkatkan daya saing serta produktivitas. Tim pengabdian menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan, termasuk workshop tentang digital marketing, penggunaan platform e-commerce, dan pengelolaan media sosial. Selain itu, dilakukan identifikasi potensi UKM, forum diskusi, dan pembuatan konten promosi. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan peningkatan kemampuan digital para pelaku UKM, dengan terbentuknya pemahaman yang lebih baik tentang teknologi dan pemasaran. UKM mampu menggunakan alat digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun citra merek yang lebih kuat. Implikasi dari pengabdian ini adalah peningkatan produktivitas UKM yang berdampak positif pada ekonomi lokal. Selain itu, adopsi teknologi digital mengarah pada peningkatan kualitas produk dan layanan, serta memperkuat posisi UKM dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Transformasi ini diharapkan menjadi model bagi UKM lainnya dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

B. KATA KUNCI

Digital Capability, Masyarakat Lokal, Digital Business Transformation, Pembinaan dan Pendampingan, UKM Batik Canting

LAPORAN AKHIR

**Pengabdian Masyarakat Pemula
Pengabdian Kepada Masyarakat Kompetitif Nasional**



**Penguatan *Digital capability* Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan
Digital Business Transformation
Pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan**

Tahun ke- 1 dari rencana 1 tahun

Ketua/Anggota Tim

Muhammad Nizar (NIDN. 0724018701)

M. Jamhuri

Antin Rakhmawati

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

Tahun Anggaran 2024

**SKEMA PEMBERDAYAAN BERBASIS MASYARAKAT
RUANG LINGKUP PENGABDIAN MASYARAKAT PEMULA**

**DIREKTORAT RISET, TEKNOLOGI, DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET DAN TEKNOLOGI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, BUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Pelaksana : Penguatan *Digital capability* Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan *Digital Business Transformation* Pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Nama Lengkap : Muhammad Nizar
NIDN : 07240187
Jabatan Fungsional : Lekrot
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nomor HP : 081249745821
Alamat surel (e-mail) : muhammadnizar@yudharta.ac.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : M. Jamhuri
NIDN : 0715046002
Perguruan Tinggi : Universitas Yudharta Pasuruan

Anggota (2)
Nama Lengkap : Antin Rakhmawati
NIDN : 0724129303
Perguruan Tinggi : Universitas Yudharta Pasuruan
Mitra Sasaran : UKM Batik
Nama : Canting Cantik
Alamat : Jl. Kepulungan 2, Dusun Kepulungan, Desakepulungan, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan

Penanggung Jawab : Siti Muflichah
Mitra Pemerintah : Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan
Nama : Tri Krisni Astuti S.Sos., M.M.
Alamat : Kantor Bersama Jl. Raci, Kec. Bangil, Pasuruan, Jawa Timur 67153

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke- 1 dari rencana 1 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 21.625.000 dari keseluruhan Rp. 21.625.000

Mengetahui,
Kepala LPPM-UYP,

Pasuruan, 27 Desember 2024
Ketua



Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP. Y. 0691103045

Muhammad Nizar
NIP.Y.0861109092

RINGKASAN

Pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan digital masyarakat lokal melalui pembinaan dan pendampingan pada UKM Batik Canting Khas Gempol, sehingga mereka dapat beradaptasi dengan era digital dan meningkatkan daya saing serta produktivitas. Tim pengabdian menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan, termasuk workshop tentang digital marketing, penggunaan platform e-commerce, dan pengelolaan media sosial. Selain itu, dilakukan identifikasi potensi UKM, forum diskusi, dan pembuatan konten promosi. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan peningkatan kemampuan digital para pelaku UKM, dengan terbentuknya pemahaman yang lebih baik tentang teknologi dan pemasaran. UKM mampu menggunakan alat digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun citra merek yang lebih kuat. Implikasi dari pengabdian ini adalah peningkatan produktivitas UKM yang berdampak positif pada ekonomi lokal. Selain itu, adopsi teknologi digital mengarah pada peningkatan kualitas produk dan layanan, serta memperkuat posisi UKM dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Transformasi ini diharapkan menjadi model bagi UKM lainnya dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "Penguatan *Digital capability* Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan" ini dapat diselesaikan dengan baik.

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital pada UKM Batik Canting Cantik yang berlokasi di Dusun Kepulungan, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya nyata untuk mendukung transformasi digital di sektor usaha kecil menengah, khususnya pada industri batik lokal, agar dapat beradaptasi dan berkembang dalam era digital.

Kami menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program ini, khususnya kepada mitra UKM Batik Canting Cantik yang dipimpin oleh Ibu Siti Muflichah, serta Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan, di bawah pimpinan Ibu Tri Krisni Astuti, S.Sos., M.M., atas kerja sama dan dukungannya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh anggota tim pengabdian, yaitu Dr. Drs. M. Jamhuri, S.PdI., M.PdI., dan Antin Rakhmawati, S.Sos., M.AB., serta para mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan yang turut serta dalam kegiatan ini.

Kami berharap hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan usaha dan digitalisasi UKM Batik Canting Cantik, serta menjadi sumbangsih bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pemanfaatan teknologi digital.

Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan menjadi rujukan bagi pelaksanaan program-program pengabdian kepada masyarakat selanjutnya.

Pasuruan, 27 Desember 2024

Ketua Tim Pengabdian
Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Yudharta Pasuruan



Dr. Muhammad Nizar, SE.Sy., M.E.I.

DAFTAR ISI

LAPORAN AKHIR	1
HALAMAN PENGESAHAN	2
RINGKASAN	3
PRAKATA	4
DAFTAR ISI	5
BAB 1. PENDAHULUAN	6
BAB 2. HASIL ANALISIS KONDISI EKSISTING MITRA SESUAI BIDANG PERMASALAHAN YANG DIANGKAT	9
1. Permasalahan Prioritas	9
2. Solusi	9
BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT	13
1. Tujuan Pengabdian Masyarakat	13
2. Manfaat Pengabdian Masyarakat	13
BAB 4. PERMASALAHAN DAN SOLUSI	15
1. Permasalahan Prioritas	15
2. Solusi	15
BAB 5. METODE DAN LIMA TAHAPAN PELAKSANAAN PENGABDIAN	17
BAB 6. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN	19
BAB 7. DELIVERY PENERAPAN PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI KE MASYARAKAT	29
1. Produk Teknologi Dan Inovasi	29
2. Penerapan Teknologi Dan Inovasi Kepada Masyarakat	29
3. Impact	30
BAB 8. LUARAN YANG DICAPAI	32
BAB 9. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	33
BAB 10. KESIMPULAN DAN SARAN	34
1. Kesimpulan	34
2. Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37
1. Jurnal	37
2. Buku	38
3. HKI	38
4. Publikasi Elektronik	39
5. Video	39

BAB 1. PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi lokal melalui pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah menjadi fokus utama dalam upaya mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia (1). Kabupaten Pasuruan, sebagai salah satu daerah yang kaya akan potensi sektor industri kreatif, terutama dalam produksi batik, menawarkan peluang yang besar untuk memperkuat ekonomi lokal (2). Di tengah dinamika ini, UKM Batik Canting Khas Gempol muncul sebagai mitra strategis yang memiliki potensi untuk ditingkatkan melalui penguatan *digital capability*.

Digital capability adalah kemampuan suatu organisasi untuk memanfaatkan teknologi digital dengan efektif untuk mencapai tujuan bisnis termasuk keterampilan digital, infrastruktur teknologi, proses bisnis yang terdigitalisasi, dan budaya yang mendukung inovasi digital (3). Kemampuan digital sangat penting dalam konteks ekonomi dan bisnis modern yang semakin tergantung pada teknologi (4). Organisasi yang memiliki *digital capability* yang kuat dapat mengambil keuntungan dari berbagai peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital, seperti meningkatkan efisiensi operasional(5), memperluas jangkauan pasar(6), meningkatkan interaksi dengan pelanggan (7), dan menciptakan produk dan layanan baru (8). Oleh karena itu setiap UKM di Indonesia perlu untuk membanun dan meningkatkan kemampuan digitalnya termasuk UKM Batik Canting Khas Gempol.

UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan menonjol sebagai produsen batik lokal yang telah berkontribusi dalam ekonomi lokal Kabupaten Pasuruan selama beberapa tahun terakhir. UKM Batik Canting Khas Gempol didirikan oleh para pengrajin lokal, UKM ini telah membangun reputasi yang solid atas kualitas produknya serta desain batik yang khas. Dengan jumlah karyawan mencapai 20 orang, mayoritas adalah penduduk setempat dan merupakan anggota PKK (Pemberdaya Kesejahteraan Keluarga). Ragam produk yang dihasilkan oleh UKM Batik Canting Khas Gempol meliputi berbagai macam jenis, mulai dari kain batik tradisional hingga produk-produk inovatif seperti tas dan aksesoris, produk-produk yang dibuat memberikan kontribusi yang signifikan bagi keberagaman produk batik.



Gambar 1. Kegiatan membatik UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Sejak mewabahnya pandemi COVID-19, industri pengrajin batik masih belum menemukan solusi untuk meningkatkan penjualan. Omset mereka terus menurun, sedangkan karyawan-karyawan mereka, yang sebagian besar adalah penduduk setempat, bergantung pada usaha membatik sebagai sumber penghidupan mereka. Meskipun berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan penjualan, seperti mengikuti pameran, namun belum ada solusi pasti terkait strategi pemasaran. Tantangan mereka semakin kompleks dengan munculnya produk-produk yang lebih terjangkau di platform online. Kegiatan pendampingan yang dilakukan Qomar, UKM perlu untuk ditingkatkan kapasitas digitalnya agar dapat mempromosikan produk dan berpartisipasi aktif dalam menjangkau konsumen di era digital ini (9).

Selain permasalahan utama di atas, beberapa hal yang menjadi permasalahan batik Canting khas Gempol Kabupaten Pasuruan diantaranya adalah kurangnya dukungan dari masyarakat sekitar atau pemangku kepentingan lainnya terhadap transformasi digital. Kurangnya kesadaran tentang pentingnya teknologi digital dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis juga menjadi penghambat. Dengan memahami dan mengatasi tantangan-tantangan ini, diharapkan UKM Batik Canting khas Gempol dapat sukses dalam transformasi digital mereka, memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan masyarakat setempat. Dengan memperkuat kapasitas digitalnya, diharapkan UKM Batik Canting Khas Gempol dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya serta memperluas jangkauan pasar. Melalui pendekatan yang komprehensif dan dukungan yang tepat, diharapkan transformasi digital ini akan memberikan dampak positif yang signifikan bagi ekonomi lokal dan masyarakat setempat, memperkuat potensi sektor industri kreatif Kabupaten Pasuruan secara keseluruhan, dalam pengabdian ini mitra tidak difokuskan pada pelatihan saja, namun ada penunjang berupa aplikasi yang langsung di praktikkan oleh mitra, diantaranya website, sosial media, serta aplikasi keuangan yang bekerjasama dengan

stakeholders.

Rumusan permasalahan dapat dipaparkan sebagai berikut. Pertama, bagaimana strategi penguatan *digital capability* masyarakat lokal dapat diimplementasikan melalui pembinaan digital business transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan? Pertanyaan ini menyoroti upaya yang diperlukan untuk memahami dan mengembangkan langkah-langkah konkret yang dapat diterapkan dalam meningkatkan kemampuan digital masyarakat lokal, terutama melalui program pembinaan yang difokuskan pada transformasi bisnis digital di UKM Batik Canting Khas Gempol. Kedua, bagaimana strategi penguatan *digital capability* masyarakat lokal dapat dilaksanakan melalui pendampingan *digital business transformation* pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan? Pertanyaan ini mengeksplorasi peran pendampingan dalam mendukung UKM Batik Canting Khas Gempol dalam mengadopsi dan menerapkan transformasi bisnis digital, serta mencari strategi yang efektif untuk memfasilitasi proses ini dengan baik. Dengan mempertimbangkan kedua aspek tersebut, diharapkan adanya pemahaman yang lebih dalam tentang cara memperkuat kemampuan digital masyarakat lokal melalui keterlibatan aktif dalam transformasi bisnis digital, khususnya di lingkungan UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan.

Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk memperkuat kapabilitas digital masyarakat lokal, khususnya dalam konteks pembinaan dan transformasi bisnis digital pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Canting Khas Gempol di Kabupaten Pasuruan. Melalui pendampingan ini, diharapkan UKM Batik Canting dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi digital dalam proses bisnisnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, serta memperluas jangkauan pasar bagi UKM tersebut. Dengan demikian, pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk mendukung perkembangan bisnis UKM Batik Canting secara individu, tetapi juga untuk memperkuat ekosistem digital di tingkat lokal, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan masyarakat setempat secara keseluruhan.

BAB 2. HASIL ANALISIS KONDISI EKSISTING MITRA SESUAI BIDANG PERMASALAHAN YANG DIANGKAT

1. Permasalahan Prioritas

Permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UKM Batik Canting Khas Gempol mencakup beberapa aspek kritis yang perlu mendapatkan penanganan yang tepat. Pertama, penurunan omset akibat pandemi COVID-19 menjadi perhatian utama. Hal ini disebabkan oleh kurangnya solusi yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk batik, serta ketergantungan karyawan pada usaha membatik sebagai satu-satunya sumber penghidupan. Kompleksitas tantangan semakin bertambah dengan kesulitan menjangkau konsumen di era digital. Selanjutnya, kurangnya kapasitas digital menjadi hambatan serius. Hal ini tercermin dari ketiadaan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk, serta minimnya dukungan dan kesadaran dari masyarakat dan pemangku kepentingan terhadap transformasi digital. Terdapat pula tantangan dalam memahami pentingnya teknologi digital dalam meningkatkan daya saing bisnis. Masalah ketiga terkait dengan keterbatasan akses dan infrastruktur, termasuk keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi batik, serta kendala teknis dalam mengadopsi teknologi produksi yang efisien. Sementara itu, manajemen usaha yang tidak optimal turut menjadi perhatian, terutama terkait dengan ketidakmampuan dalam mengelola keuangan secara efektif, kurangnya pemahaman tentang strategi manajemen operasional, dan rendahnya keterampilan dalam mengorganisir sumber daya manusia. Terakhir, tantangan dalam pemasaran dan jangkauan pasar juga menjadi hal yang harus diatasi, termasuk kurangnya penetrasi pasar lokal dan nasional, ketidakmampuan dalam membangun merek dan citra produk, serta keterbatasan dalam mengembangkan jaringan distribusi yang efisien. Penyelesaian atas permasalahan prioritas ini membutuhkan pendekatan yang komprehensif dan solusi yang tepat guna memperkuat kemampuan digital UKM Batik Canting Khas Gempol. Dengan demikian, diharapkan transformasi digital ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi ekonomi lokal dan masyarakat setempat serta memperkuat potensi sektor industri kreatif Kabupaten Pasuruan secara keseluruhan.

2. Solusi

Untuk mengatasi permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UKM Batik Canting Khas Gempol, berbagai solusi dapat diterapkan:

- a. Dalam menghadapi penurunan omset akibat pandemi COVID-19, diperlukan

langkah-langkah untuk meningkatkan kehadiran online melalui platform e-commerce dan media sosial guna memperluas jangkauan pasar. Kampanye pemasaran kreatif dan promosi produk secara digital juga dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Selain itu, penting untuk mengembangkan strategi penjualan online yang inklusif dan mudah diakses oleh konsumen, termasuk layanan pengiriman dan pembayaran yang fleksibel.

- b. Untuk mengatasi kurangnya kapasitas digital, diperlukan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik UKM dan karyawan mengenai penggunaan teknologi digital dan strategi pemasaran online. Kolaborasi dengan lembaga pendidikan, komunitas digital, dan pihak-pihak terkait juga dapat membantu dalam memfasilitasi transfer pengetahuan dan keterampilan digital. Selain itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan dari pemangku kepentingan terhadap pentingnya transformasi digital melalui seminar, lokakarya, dan pertemuan komunitas.
- c. Terkait dengan keterbatasan akses dan infrastruktur, penting untuk menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku lokal dan nasional guna memastikan ketersediaan dan kualitas bahan baku yang memadai. Pelatihan teknis kepada pengrajin batik juga perlu dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi batik secara efisien. Selain itu, memanfaatkan program pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat untuk mendukung investasi dalam teknologi produksi yang lebih modern dan efisien dapat menjadi langkah strategis.
- d. Untuk mengatasi manajemen usaha yang tidak optimal, diperlukan penyediaan bimbingan dan konsultasi manajemen kepada pemilik UKM guna meningkatkan pemahaman tentang manajemen keuangan, operasional, dan sumber daya manusia. Pembentukan kelompok diskusi atau forum bagi pemilik UKM juga dapat membantu dalam berbagi pengalaman dan praktik terbaik dalam mengelola usaha. Memfasilitasi akses pembiayaan dan bantuan teknis juga penting untuk meningkatkan kapasitas manajemen dan operasional UKM.
- e. Terkait dengan pemasaran dan jangkauan pasar, perlu dikembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi pada konsumen, termasuk identifikasi pasar sasaran dan penggunaan alat-alat pemasaran yang relevan. Membangun kemitraan dengan toko dan gerai lokal serta mengembangkan jaringan distribusi yang lebih luas juga diperlukan untuk meningkatkan penetrasi pasar. Selain itu,

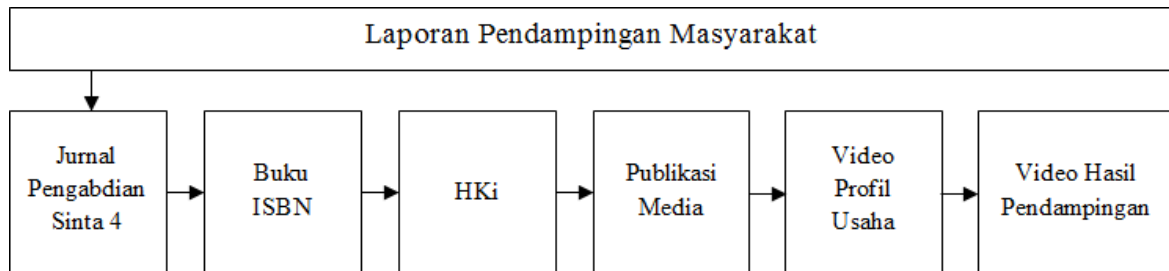
memanfaatkan promosi dan acara komunitas lokal dapat membantu dalam membangun merek dan citra produk yang kuat di tingkat lokal dan nasional.

Dengan menerapkan solusi ini secara holistik dan berkelanjutan, diharapkan UKM Batik Canting Khas Gempol dapat mengatasi tantangan yang dihadapinya, memperkuat kemampuan digitalnya, dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat setempat di Kabupaten Pasuruan.

Luaran pemberdayaan berbasis masyarakat dengan judul penguatan digital capability masyarakat lokal melalui pembinaan dan pendampingan digital business transformation pada UKM batik canting khas Gempol Kabupaten Pasuruan berupa jurnal *Soeropati: Journal of Community Service* jurnal pengabdian masyarakat terakreditasi sinta 4, Buku ber ISBN, HKI, publikasi pada media masa, video profile UKM Batik Canting Khas Gempol, serta luaran video hasil penelitian. Adapun target penyelesaian luaran sebagai berikut:

Tabel 1. Target penyelesaian luaran berdasarkan penanggung jawab.

No.	Target Penyelesaian	Penanggung Jawab
1.	Menyelesaikan penulisan dan pengeditan jurnal " <i>Soeropati: Journal of Community Service</i> " hingga sesuai standar akreditasi SINTA 4.	Muhammad Nizar
2.	Menerbitkan buku dengan ISBN yang berisi tentang penguatan digital capability masyarakat lokal dan transformasi bisnis digital pada UKM Batik Canting Khas Gempol.	Antin Rakhmawati
3.	Mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas konsep, inovasi,	Muhammad Jamhuri
4.	Mengkoordinasikan publikasi artikel atau liputan pada media massa "Radar Bromo" yang relevan untuk meningkatkan visibilitas dan pemahaman masyarakat terhadap program pemberdayaan.	Muhammad Noval Amirudin
5.	Memproduksi video profil UKM Batik Canting Khas Gempol yang menyoroti proses transformasi digital dan dampaknya terhadap bisnis dan masyarakat setempat.	Faridha Amalia
6.	Menghasilkan luaran berupa video presentasi hasil penelitian yang menyajikan temuan, rekomendasi, dan manfaat dari pembinaan dan pendampingan digital business transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol.	Muhammad Nizar



Gambar 1. Target penyelesaian luaran

Untuk mendukung pemberdayaan masyarakat ini, beberapa kajian sudah pernah di bahas, diantaranya:

- a. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) dan *Viral Marketing* Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung. Yang diterbitkan pada jurnal sketsa bisnis, tahun 2019.(10)
- b. Strategi Pengembangan *Digital Marketing* dan *Personal Selling Halal Food* di Kopi Telu Sawah View Pandaan Pasuruan. Yang diterbitkan pada jurnal Alkasb: *Journal of Islamic Economics* tahun 2022.(11)

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan Pengabdian Masyarakat

- a. Meningkatkan Kapasitas Digital UKM: Meningkatkan kemampuan digital para pelaku UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan melalui pembinaan dan pelatihan tentang transformasi bisnis digital, sehingga mereka dapat lebih kompetitif di pasar digital.
- b. Mendorong Transformasi Bisnis: Mendorong UKM untuk melakukan transformasi digital dalam operasional bisnis mereka, dengan memanfaatkan teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan platform digital lainnya guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
- c. Memperkuat Branding dan Pemasaran Produk: Membantu UKM Batik Canting Khas Gempol dalam memperkuat strategi branding dan pemasaran produk melalui digital marketing yang efektif, termasuk pembuatan konten promosi dan penggunaan platform e-commerce secara optimal.
- d. Meningkatkan Kemandirian Ekonomi UKM: Membantu pelaku UKM meningkatkan kemandirian ekonomi dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mengatasi tantangan penurunan omset dan menjangkau pasar yang lebih luas.
- e. Membangun Kesadaran Akan Pentingnya Digitalisasi: Membangun kesadaran di kalangan pelaku UKM dan masyarakat lokal tentang pentingnya kemampuan digital untuk keberlangsungan dan daya saing usaha di era globalisasi.

2. Manfaat Pengabdian Masyarakat

- a. Peningkatan Daya Saing UKM: UKM Batik Canting Khas Gempol akan memiliki daya saing yang lebih baik melalui pemanfaatan teknologi digital, yang akan membantu mereka bersaing di pasar nasional maupun internasional.
- b. Pengembangan Ekonomi Lokal: Dengan penguatan kemampuan digital, UKM dapat memperluas pasar mereka, meningkatkan pendapatan, dan pada akhirnya memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Pasuruan.
- c. Peningkatan Aksesibilitas dan Jangkauan Pasar: UKM akan mampu memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen lebih luas, termasuk memanfaatkan marketplace dan media sosial, sehingga produk-produk lokal bisa lebih dikenal di tingkat nasional maupun internasional.

- d. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital: Pelaku UKM dan karyawan mereka akan mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan terkait digitalisasi bisnis, pemasaran digital, serta manajemen operasional yang lebih efisien.
- e. Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Program ini tidak hanya meningkatkan ekonomi pelaku UKM, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat lokal melalui penguatan kapasitas dan akses terhadap pengetahuan serta teknologi baru.

BAB 4. PERMASALAHAN DAN SOLUSI

1. Permasalahan Prioritas

Permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UKM Batik Canting Khas Gempol mencakup beberapa aspek kritis yang memerlukan penanganan tepat. Pertama, penurunan omset akibat pandemi COVID-19 menjadi perhatian utama, disebabkan oleh kurangnya solusi efektif untuk meningkatkan penjualan produk batik dan ketergantungan karyawan pada usaha membatik sebagai satu-satunya sumber penghidupan. Kompleksitas tantangan semakin bertambah dengan kesulitan menjangkau konsumen di era digital. Selanjutnya, kurangnya kapasitas digital menjadi hambatan serius, terlihat dari ketiadaan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk serta minimnya dukungan dan kesadaran masyarakat dan pemangku kepentingan terhadap transformasi digital. Terdapat pula tantangan dalam memahami pentingnya teknologi digital untuk meningkatkan daya saing bisnis. Masalah ketiga terkait keterbatasan akses dan infrastruktur, termasuk kesulitan dalam mengakses bahan baku berkualitas, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi batik, serta kendala teknis dalam mengadopsi teknologi produksi yang efisien. Selain itu, manajemen usaha yang tidak optimal menjadi perhatian, terutama dalam mengelola keuangan secara efektif, kurangnya pemahaman tentang strategi manajemen operasional, dan rendahnya keterampilan dalam mengorganisir sumber daya manusia. Terakhir, tantangan dalam pemasaran dan jangkauan pasar juga harus diatasi, termasuk kurangnya penetrasi pasar lokal dan nasional, ketidakmampuan dalam membangun merek dan citra produk, serta keterbatasan dalam mengembangkan jaringan distribusi yang efisien. Penyelesaian permasalahan prioritas ini membutuhkan pendekatan komprehensif dan solusi yang tepat guna memperkuat kemampuan digital UKM Batik Canting Khas Gempol. Dengan demikian, diharapkan transformasi digital ini dapat memberikan dampak positif signifikan bagi ekonomi lokal dan masyarakat setempat, serta memperkuat potensi sektor industri kreatif Kabupaten Pasuruan secara keseluruhan.

2. Solusi

Untuk mengatasi permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UKM Batik Canting Khas Gempol, berbagai solusi dapat diterapkan:

- a. Meningkatkan Kehadiran Online: Dalam menghadapi penurunan omset akibat pandemi COVID-19, penting untuk meningkatkan kehadiran online melalui platform e-commerce dan media sosial. Kampanye pemasaran kreatif dan promosi produk

secara digital dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Selain itu, pengembangan strategi penjualan online yang inklusif, termasuk layanan pengiriman dan pembayaran yang fleksibel, sangat penting.

- b. **Pelatihan Kapasitas Digital:** Untuk mengatasi kurangnya kapasitas digital, pelatihan dan pendampingan bagi pemilik UKM dan karyawan tentang penggunaan teknologi digital dan strategi pemasaran online perlu dilakukan. Kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan komunitas digital dapat membantu memfasilitasi transfer pengetahuan dan keterampilan. Meningkatkan kesadaran pemangku kepentingan tentang pentingnya transformasi digital juga diperlukan melalui seminar dan lokakarya.
- c. **Kemitraan untuk Akses dan Infrastruktur:** Menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku lokal dan nasional penting untuk memastikan ketersediaan dan kualitas bahan baku yang memadai. Pelatihan teknis kepada pengrajin batik perlu dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dalam proses produksi. Memanfaatkan program pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat untuk mendukung investasi dalam teknologi produksi yang modern juga menjadi langkah strategis.
- d. **Bimbingan Manajemen Usaha:** Penyediaan bimbingan dan konsultasi manajemen kepada pemilik UKM penting untuk meningkatkan pemahaman tentang manajemen keuangan, operasional, dan sumber daya manusia. Pembentukan kelompok diskusi bagi pemilik UKM dapat membantu berbagi pengalaman dan praktik terbaik dalam mengelola usaha. Akses pembiayaan dan bantuan teknis juga penting untuk meningkatkan kapasitas manajemen UKM.
- e. **Strategi Pemasaran yang Efektif:** Untuk meningkatkan pemasaran dan jangkauan pasar, perlu dikembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk identifikasi pasar sasaran dan penggunaan alat pemasaran yang relevan. Membangun kemitraan dengan toko dan gerai lokal serta mengembangkan jaringan distribusi yang lebih luas diperlukan untuk meningkatkan penetrasi pasar. Memanfaatkan promosi dan acara komunitas lokal dapat membantu membangun merek yang kuat.

Dengan menerapkan solusi ini secara holistik dan berkelanjutan, diharapkan UKM Batik Canting Khas Gempol dapat mengatasi tantangan yang dihadapinya, memperkuat kemampuan digital, dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat setempat di Kabupaten Pasuruan.

BAB 5. METODE DAN LIMA TAHAPAN PELAKSANAAN PENGABDIAN

Strategi pengabdian yang diusulkan didasarkan pada model partisipatoris, di mana keterlibatan aktif dan mobilisasi sosial menjadi elemen kunci dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini diambil karena pentingnya meningkatkan literasi, kesejahteraan ekonomi, serta mengatasi keterbatasan yang dihadapi oleh kelompok dampingan. Selain itu, pengabdian ini diperlukan karena kelompok dampingan dan masyarakat secara keseluruhan belum mampu mencapai kemandirian tanpa dukungan eksternal. Partisipasi dan kolaborasi sosial memainkan peran penting dalam membangun kesadaran bahwa pengabdian ini adalah agen perubahan sosial. Dalam hal ini, peran institusi pendidikan tinggi sangat penting sebagai wadah untuk menyalurkan pengetahuan dan memperkuat posisinya sebagai pemangku kepentingan eksternal yang mengorganisir dan membentuk elemen masyarakat, khususnya kelompok dampingan.

Jenis kegiatan pengabdian yang dirumuskan mencakup dua aktivitas utama. Pertama, pembinaan dan pendampingan transformasi bisnis digital melalui pelatihan, workshop, dan seminar bagi pelaku UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan. Materi yang disampaikan meliputi digital marketing untuk UKM, konsep bisnis digital, strategi perdagangan melalui marketplace, dan pola pemasaran modern, serta edukasi umum untuk memotivasi dan menginspirasi anggota maupun non-anggota agar ikut berpartisipasi. Kedua, promosi dan pameran produk UKM Batik Canting secara digital yang bertujuan memperkenalkan produk dan jasa mereka kepada masyarakat luas melalui platform digital. Promo dan pameran ini bertujuan agar produk UKM Batik Canting dapat dikenal lebih luas di pasar Indonesia. Pelaku UKM terlibat dalam serangkaian workshop, mulai dari digital capability untuk meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan bisnis digital, pembangunan platform digital untuk memperkuat kehadiran online, hingga engagement rate digital marketing untuk memperdalam strategi pemasaran. Selain itu, mereka juga memperluas jaringan kerjasama melalui komunitas HPSI dan berpartisipasi dalam pameran online guna memperkenalkan produk-produk unggulan mereka.

Tabel 2. Rencana program pengabdian

Program Pengabdian	Agenda Kegiatan
Pra Kegiatan	1. Identifikasi potensi UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan.
	2. Melakukan perizinan kepada komunitas terkait penguatan digital capability melalui pembinaan dan pendampingan digital business transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten

	Pasuruan.
Proses Pendampingan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Forum Group Discussion 2. Pelatihan/Workshop: <ol style="list-style-type: none"> a. Workshop Pengenalan Digital Capability <ol style="list-style-type: none"> 1) Mengapa harus piawai digital? 2) Mengapa menggunakan e-commerce? 3) Memahami strategi corong pemasaran 4) Memulai dengan WhatsApp Business dan media sosial 5) Tips menambah kontak pelanggan b. Workshop Pembuatan Digital Platform <ol style="list-style-type: none"> 1) Mengenal ragam saluran promosi 2) Praktik terbaik menggunakan WhatsApp Business 3) Menciptakan keunggulan produk 4) Menyusun konten promosi dan komunikasi yang efektif 5) Cerdas kelola transaksi dan keuangan c. Workshop Engagement Rate Digital Marketing <ol style="list-style-type: none"> 1) Memperkuat konten, tagar, dan kata kunci yang tepat 2) Membuat katalog produk yang meyakinkan 3) Tips membuat foto dan video untuk konten promosi 4) Menyusun konten untuk membangun kesetiaan konsumen 5) Memperluas jangkauan pemasaran dengan pasukan reseller dan iklan
Penerapan Hasil Pengabdian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendampingan 2. Expo (mengadakan pameran hasil produksi UKM secara online)
Pelaporan Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan perkembangan pengabdian kepada masyarakat 2. Publikasi hasil pengabdian berupa jurnal, buku, dan HKI 3. MoU UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan dengan Universitas Yudharta Pasuruan 4. Seminar hasil.

Tabel 3. Rencana Materi Pengabdian

Hari Pertama	Hari Kedua	Hari Ketiga
Mengapa harus piawai digital?	Mengenal ragam saluran promosi	Memperkuat konten, tagar, dan kata kunci yang tepat
Mengapa menggunakan e-commerce?	Praktik terbaik menggunakan WhatsApp Business	Membuat katalog produk yang meyakinkan
Memahami strategi corong pemasaran	Menciptakan keunggulan produk	Tips membuat foto dan video untuk konten promosi
Memulai dengan WhatsApp Business dan sosial media	Menyusun konten promosi dan komunikasi yang efektif	Menyusun konten untuk membangun kesetiaan konsumen
Tips menambah kontak pelanggan	Cerdas kelola transaksi dan keuangan	Memperluas jangkauan pemasaran dengan pasukan reseller dan iklan

BAB 6. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Identifikasi potensi UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan.

Pada tahap awal kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan, tim pengabdian melakukan langkah-langkah identifikasi potensi UKM. Identifikasi ini merupakan bagian penting dari proses pemberdayaan untuk memahami kekuatan dan tantangan yang dihadapi oleh UKM tersebut.

1. Observasi dan Pengumpulan Data Tim pengabdian melakukan observasi langsung di lokasi UKM Batik Canting Khas Gempol untuk memahami potensi dan kapasitas bisnis yang dimiliki. Proses ini melibatkan wawancara dengan pemilik UKM dan karyawan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah, perkembangan usaha, serta tantangan yang dihadapi, khususnya dalam aspek digitalisasi dan pemasaran.
2. Analisis Potensi Produk Tim mengidentifikasi bahwa UKM Batik Canting Khas Gempol memiliki keunggulan dalam memproduksi batik tulis dengan motif khas daerah setempat. Produk yang dihasilkan memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi, namun pemasaran produk masih terbatas pada jaringan lokal. Kualitas produk dinilai cukup baik, tetapi belum didukung oleh strategi promosi dan branding yang memadai.
3. Kesiapan Digitalisasi Dalam aspek kesiapan digital, ditemukan bahwa UKM ini masih sangat minim dalam pemanfaatan teknologi digital. Karyawan dan pemilik UKM belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai penggunaan platform digital untuk promosi, penjualan, maupun manajemen operasional. Selain itu, UKM belum memanfaatkan media sosial dan e-commerce secara maksimal untuk memperluas jangkauan pasar.
4. Infrastruktur dan Kebutuhan Pelatihan Dari hasil identifikasi, disimpulkan bahwa UKM Batik Canting Khas Gempol memerlukan peningkatan kapasitas dalam penggunaan teknologi digital. Infrastruktur digital seperti akses internet dan perangkat teknologi dasar sudah tersedia, namun karyawan dan pemilik UKM membutuhkan pelatihan mengenai strategi digital marketing, penggunaan marketplace, serta manajemen keuangan berbasis digital.
5. Potensi Pengembangan dan Jaringan Tim pengabdian juga menemukan bahwa UKM ini memiliki potensi besar untuk berkembang melalui penguatan jaringan kerja sama dengan pihak-pihak eksternal, seperti komunitas pengusaha batik lainnya, lembaga

pendidikan, dan pemerintah daerah. Pengembangan merek dan pemasaran yang lebih strategis, termasuk pengembangan identitas produk yang lebih kuat, menjadi salah satu peluang utama untuk memperluas pangsa pasar.

Kesimpulan Identifikasi ini menunjukkan bahwa UKM Batik Canting Khas Gempol memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh melalui digitalisasi dan peningkatan kapasitas dalam bidang pemasaran dan manajemen. Dengan pendampingan yang tepat dalam transformasi digital, UKM ini dapat memperluas pasar, meningkatkan omset, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap ekonomi lokal.

2. Melakukan perizinan kepada komunitas Batik Canting, Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan.

Sebagai bagian dari pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan judul Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan, tim pengabdian Universitas Yudharta Pasuruan telah melaksanakan proses perizinan kepada pihak-pihak terkait untuk memastikan kelancaran dan legalitas kegiatan.

1. Pengajuan Perizinan kepada Komunitas Batik Canting Khas Gempol Langkah awal yang diambil oleh tim adalah melakukan koordinasi dengan komunitas UKM Batik Canting Khas Gempol. Proses ini dilakukan melalui kunjungan langsung ke sentra produksi batik dan pertemuan dengan pengurus serta pemilik UKM. Tim pengabdian menjelaskan maksud dan tujuan dari kegiatan ini, yakni untuk memberikan pembinaan dan pendampingan dalam rangka transformasi digital yang akan membantu UKM tersebut dalam meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital. Hasil dari pertemuan ini sangat positif. Komunitas Batik Canting Khas Gempol menyambut baik inisiatif ini dan memberikan izin penuh kepada tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan yang direncanakan. Mereka juga menyatakan kesediaan untuk berkolaborasi penuh dalam semua tahapan kegiatan, mulai dari pelatihan digital marketing, pendampingan pembuatan platform digital, hingga expo online produk batik.
2. Koordinasi dan Perizinan dengan Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan Selanjutnya, tim pengabdian mengajukan perizinan kepada Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan. Proses ini dilakukan untuk memastikan dukungan dari pemerintah daerah, serta sebagai bentuk formalitas dan pelaporan terkait kegiatan yang melibatkan UKM di wilayah Kabupaten Pasuruan. Tim pengabdian mengirimkan surat permohonan resmi

kepada Dinas Koperasi, yang menjelaskan detail kegiatan, tujuan, dan manfaat yang diharapkan dari program ini. Dalam pertemuan yang dilakukan dengan perwakilan Dinas Koperasi, pihak dinas sangat mendukung program ini karena sejalan dengan program pemerintah dalam mendukung pemberdayaan UKM, terutama dalam aspek digitalisasi dan transformasi bisnis. Dinas Koperasi juga menyatakan kesiapan mereka untuk memfasilitasi kegiatan ini, terutama dalam hal memberikan akses informasi dan dukungan teknis terkait kebijakan pemerintah yang relevan bagi perkembangan UKM. Selain itu, pihak dinas juga bersedia membantu promosi kegiatan ini agar bisa diikuti oleh lebih banyak UKM di Kabupaten Pasuruan yang mungkin juga membutuhkan pendampingan serupa.

3. Tindak Lanjut dan Persiapan Kegiatan Setelah mendapatkan izin dari Komunitas Batik Canting Khas Gempol dan Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan, tim pengabdian mulai melakukan persiapan lebih lanjut. Ini termasuk penjadwalan pelatihan, persiapan materi, serta koordinasi dengan narasumber dan fasilitator yang akan membantu dalam proses pendampingan.

Kesimpulan Proses perizinan dengan Komunitas Batik Canting Khas Gempol dan Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan berjalan lancar dan telah mendapatkan persetujuan serta dukungan penuh. Hal ini memberikan dasar yang kuat bagi tim pengabdian Universitas Yudharta Pasuruan untuk melanjutkan tahap-tahap berikutnya dari program ini, yakni pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dalam rangka digital business transformation bagi UKM Batik Canting Khas Gempol. Dengan adanya perizinan ini, diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan sesuai rencana, memberikan dampak yang signifikan bagi UKM setempat, serta berkontribusi pada penguatan ekonomi digital di Kabupaten Pasuruan.

3. Forum Group Discussion

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen Universitas Yudharta Pasuruan, salah satu agenda utama dalam program ini adalah pelaksanaan Forum Group Discussion (FGD). FGD ini bertujuan untuk menggali pemahaman, mengidentifikasi permasalahan, serta merumuskan solusi bersama dengan UKM Batik Canting Khas Gempol dalam rangka memperkuat kapabilitas digital dan transformasi bisnis secara digital. Kegiatan FGD ini dilaksanakan pada 10 Agustus 2024 di Kantor Desa Kepulungan Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan. Acara ini dihadiri oleh tim pengabdian, perwakilan dari UKM Batik Canting

Khas Gempol, serta pemangku kepentingan terkait seperti perwakilan dari Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan dan tokoh masyarakat setempat.

Tujuan dari FGD ini adalah:

- a. Menyelaraskan visi dan misi transformasi digital bagi UKM Batik Canting Khas Gempol.
- b. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam digitalisasi usaha dan penerapan teknologi.
- c. Merumuskan strategi bersama untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang pasar digital.
- d. Menggali masukan dari pelaku UKM tentang kebutuhan spesifik mereka terkait digital marketing, e-commerce, dan pengelolaan bisnis digital.

Diskusi dilakukan secara terbuka dengan memanfaatkan pendekatan partisipatif, di mana semua peserta memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan gagasan mereka. FGD dibagi menjadi beberapa sesi, yaitu:

- a. Sesi Pemaparan: Tim pengabdian memberikan pemaparan tentang pentingnya transformasi digital, tren bisnis modern, dan peluang e-commerce bagi UKM.
- b. Sesi Identifikasi Masalah: Peserta FGD mengungkapkan berbagai permasalahan yang mereka hadapi, seperti rendahnya pemahaman tentang teknologi digital, sulitnya mengakses pasar online, dan keterbatasan modal untuk pengembangan bisnis digital.
- c. Sesi Solusi dan Strategi: Tim pengabdian bersama peserta FGD merumuskan solusi yang relevan dan dapat diimplementasikan untuk membantu UKM Batik Canting Khas Gempol memperkuat kemampuan digitalnya.

Dari FGD yang dilakukan, ditemukan beberapa poin penting yang menjadi fokus utama dalam penguatan digital capability UKM Batik Canting Khas Gempol, antara lain:

- a. Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Digital: Mayoritas peserta menyatakan bahwa mereka belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran online, penggunaan media sosial, dan manajemen e-commerce.
- b. Kendala Infrastruktur: Sebagian besar pelaku UKM juga menyebutkan bahwa mereka masih mengalami keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet yang stabil dan perangkat pendukung.
- c. Kebutuhan Pelatihan Intensif: Ada kebutuhan yang kuat untuk pelatihan teknis yang lebih mendalam mengenai penggunaan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, serta pembuatan website sederhana untuk memasarkan produk batik.

- d. Kolaborasi dan Jaringan: Peserta juga mengusulkan perlunya kolaborasi antar UKM di wilayah Kabupaten Pasuruan untuk memperluas jaringan pemasaran dan berbagi pengalaman dalam mengatasi tantangan digitalisasi.

Sebagai tindak lanjut dari FGD ini, tim pengabdian merencanakan beberapa kegiatan, yaitu:

- a. Menyusun modul pelatihan digital yang sesuai dengan kebutuhan UKM Batik Canting Khas Gempol.
- b. Mengadakan workshop tentang pembuatan dan pengelolaan platform digital untuk pemasaran produk.
- c. Mendorong kolaborasi antar UKM dan instansi terkait untuk mendukung pengembangan digital capability secara berkelanjutan.

Kegiatan FGD ini berhasil mengidentifikasi tantangan-tantangan utama yang dihadapi oleh UKM Batik Canting Khas Gempol dalam melakukan transformasi digital. Selain itu, berbagai solusi dan strategi yang diusulkan dalam diskusi ini memberikan arahan yang jelas untuk kegiatan pendampingan selanjutnya. Dengan adanya diskusi terbuka seperti ini, diharapkan UKM Batik Canting Khas Gempol dapat lebih siap menghadapi era digital dan meningkatkan daya saingnya di pasar lokal maupun nasional.

4. Pelatihan/Workshop

Sebagai bagian dari upaya peningkatan kapabilitas digital pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan, tim pengabdian Universitas Yudharta Pasuruan telah menyelenggarakan rangkaian pelatihan dan workshop yang berfokus pada penguatan kemampuan digital serta transformasi bisnis berbasis teknologi. Pelatihan ini dirancang untuk membekali para pelaku UKM dengan keterampilan praktis dalam menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing produk.

Rangkaian pelatihan/workshop dilaksanakan pada 29-30 Agustus 2024 di hall meeting Masjid Merah Pandaan Pasuruan, dengan diikuti oleh para pelaku UKM Batik Canting Khas Gempol serta beberapa stakeholder terkait. Kegiatan ini terbagi dalam tiga bagian utama yang meliputi: Workshop Pengenalan Digital Capability, Workshop Pembuatan Digital Platform, dan Workshop Engagement Rate Digital Marketing.

Pada Workshop Pengenalan Digital Capability, tujuan utama kegiatan ini adalah memperkenalkan konsep dasar kapabilitas digital dan cara pemanfaatan teknologi digital untuk mendorong pertumbuhan UKM di era modern. Peserta diberikan pemahaman

tentang pentingnya menguasai teknologi digital, terutama untuk menghadapi persaingan global serta membuka peluang baru dalam bisnis. Salah satu materi yang disampaikan adalah mengapa penggunaan e-commerce sangat penting. Peserta diajarkan manfaat platform e-commerce, seperti kemudahan akses ke pasar yang lebih luas dan potensi peningkatan penjualan secara online. Selain itu, tim pengabdian menjelaskan strategi pemasaran berbasis digital dengan konsep marketing funnel yang memandu calon konsumen dari tahap pengenalan produk hingga pengambilan keputusan pembelian. Pelatihan ini juga memperkenalkan WhatsApp Business dan media sosial sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang mudah dijangkau, beserta strategi memulai penggunaannya. Diskusi interaktif pun dilakukan untuk berbagi tips memperluas jaringan kontak pelanggan melalui platform digital.

Dalam Workshop Pembuatan Digital Platform, fokus utamanya adalah pada pembuatan dan pengelolaan platform digital untuk mendukung kegiatan promosi dan penjualan online. Peserta diperkenalkan pada berbagai saluran promosi seperti marketplace, website, dan aplikasi mobile yang relevan bagi UKM. Selain itu, pelatihan langsung tentang penggunaan WhatsApp Business secara optimal juga dilakukan. Peserta dilatih menciptakan keunggulan produk melalui branding yang kuat serta diberikan panduan dalam menyusun konten promosi dan komunikasi yang efektif sesuai target pasar. Sesi ini juga memberikan wawasan tentang pengelolaan keuangan digital dengan menggunakan platform pembayaran yang aman dan efisien.

Workshop Engagement Rate Digital Marketing berfokus pada penguatan strategi digital marketing dengan meningkatkan engagement rate. Peserta diajari cara memperkuat konten dengan penggunaan tagar dan kata kunci yang tepat agar lebih mudah ditemukan di platform digital. Selain itu, mereka diperkenalkan cara membuat katalog produk yang menarik secara visual dan informatif. Workshop ini juga mencakup tips mengambil foto dan video untuk konten promosi dengan menggunakan alat sederhana seperti smartphone. Diskusi mendalam mengenai penyusunan konten untuk membangun loyalitas pelanggan melalui storytelling juga dilakukan. Terakhir, peserta dibimbing untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan pasukan reseller serta strategi iklan yang efektif di platform digital.

Dari pelatihan ini, para pelaku UKM Batik Canting Khas Gempol mendapatkan pengetahuan yang lebih baik tentang pentingnya kapabilitas digital dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan bisnis mereka. Beberapa peserta sudah mulai menerapkan teknik-teknik digital marketing yang diajarkan selama workshop,

seperti penggunaan WhatsApp Business untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan memperbaiki katalog produk mereka. Tim pengabdian juga melakukan evaluasi melalui survei kepada peserta, yang menunjukkan bahwa 90% dari mereka merasa pelatihan ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital.

Pelatihan dan workshop yang dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Yudharta Pasuruan ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan digital pelaku UKM Batik Canting Khas Gempol. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu UKM dalam memperkuat kehadiran mereka di pasar digital serta meningkatkan daya saing mereka dalam menghadapi tantangan ekonomi di masa mendatang.

5. Pendampingan operasional program

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim dari Universitas Yudharta Pasuruan melakukan pendampingan operasional program kepada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan sebagai bagian dari upaya penguatan digital capability. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses transformasi digital yang telah dirancang dapat berjalan sesuai dengan target dan sasaran yang ditetapkan. Pendampingan operasional difokuskan pada beberapa aspek kunci yang meliputi:

- a. Implementasi E-Commerce dan Media Sosial: Tim pengabdian melakukan pendampingan langsung kepada pelaku UKM dalam mengelola toko online mereka di berbagai platform e-commerce. Pelaku UKM dibimbing untuk mempraktikkan cara membuat akun, mengunggah produk, menyusun deskripsi yang efektif, serta melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Proses ini dibantu dengan strategi pemasaran yang telah diperkenalkan sebelumnya dalam workshop.
- b. Pengelolaan Konten Digital: Tim juga mendampingi dalam proses penyusunan dan manajemen konten promosi yang akan diunggah di platform digital. Bimbingan ini meliputi pemilihan visual produk yang menarik, penyusunan narasi yang efektif, hingga penggunaan tagar (#) dan kata kunci yang relevan agar produk UKM lebih mudah ditemukan oleh konsumen di dunia maya. Pendampingan ini dilakukan secara bertahap, dengan mengevaluasi setiap konten yang dihasilkan sebelum diunggah ke media sosial dan platform e-commerce.

- c. **Pengelolaan Transaksi dan Keuangan Digital:** Dalam rangka meningkatkan efisiensi operasional, tim pengabdian juga memberikan pendampingan mengenai penggunaan aplikasi keuangan digital. Pelaku UKM dilatih untuk menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi keuangan seperti catatan transaksi, pelaporan keuangan, dan sistem pembayaran digital. Langkah ini diharapkan dapat membantu pelaku UKM dalam mengelola transaksi harian secara lebih profesional dan teratur.
- d. **Monitoring dan Evaluasi Program:** Pendampingan operasional ini tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga pada monitoring dan evaluasi berkala terhadap capaian program. Tim pengabdian melakukan evaluasi mingguan terkait perkembangan yang telah dicapai oleh UKM Batik Canting dalam aspek digitalisasi operasional bisnis mereka. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk menentukan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.
- e. **Pendampingan Strategi Pemasaran dan Engagement Konsumen:** Dalam mendukung keberlanjutan program, tim pengabdian memberikan panduan kepada UKM Batik Canting untuk membangun engagement yang lebih baik dengan konsumen melalui platform digital. Pendampingan ini meliputi strategi pembuatan konten interaktif, memaksimalkan penggunaan fitur WhatsApp Business, serta memanfaatkan iklan digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Dengan pelaksanaan pendampingan operasional program ini, diharapkan UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan dapat mengoptimalkan penerapan digital business transformation secara berkelanjutan. Hal ini akan memperkuat daya saing UKM, meningkatkan jangkauan pasar, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih inklusif di Kabupaten Pasuruan.

6. Expo

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengabdian dari Universitas Yudharta Pasuruan turut serta dalam Expo yang diselenggarakan oleh HIPSI (Himpunan Pengusaha Santri Indonesia) di Bangil, Pasuruan. Kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan hasil pendampingan yang telah dilakukan terhadap UKM Batik Canting Khas Gempol dan memberikan kesempatan kepada pelaku UKM untuk memperluas jangkauan pasar serta memperkenalkan produk-produk unggulan mereka kepada masyarakat luas.

Pada expo ini, UKM Batik Canting Khas Gempol menampilkan berbagai produk batik khas yang telah dipromosikan dan dikembangkan melalui program transformasi

digital yang difasilitasi oleh tim pengabdian. Produk-produk ini mencerminkan hasil peningkatan kualitas desain dan pemasaran yang dilakukan selama masa pendampingan, terutama dalam hal branding, penggunaan platform e-commerce, serta konten promosi yang lebih kreatif dan menarik.

Selain memamerkan produk, pelaku UKM juga memanfaatkan expo ini untuk berinteraksi langsung dengan pengunjung dan calon pelanggan, serta memperluas jaringan bisnis dengan pengusaha lain yang tergabung dalam HIPSI. Tim pengabdian turut aktif dalam memberikan dukungan teknis selama expo, memastikan bahwa UKM Batik Canting dapat memaksimalkan peluang untuk memperkenalkan produk mereka serta mengoptimalkan engagement dengan pengunjung.

Expo ini juga menjadi kesempatan bagi pelaku UKM untuk mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen, yang kemudian akan menjadi bahan evaluasi dan perbaikan dalam pengelolaan bisnis mereka di masa depan. Tim pengabdian mencatat bahwa partisipasi dalam expo ini sangat penting untuk memvalidasi efektivitas program transformasi digital yang telah diterapkan, sekaligus memperkuat eksposur UKM di tingkat lokal dan nasional.

Secara keseluruhan, keterlibatan dalam expo bersama HIPSI di Bangil ini berhasil memberikan dampak positif bagi UKM Batik Canting Khas Gempol. Melalui kegiatan ini, diharapkan UKM Batik Canting dapat terus mengembangkan usaha mereka dan memanfaatkan kapabilitas digital yang telah diperoleh untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di industri batik lokal maupun nasional.

7. Seminar Monitoring dan evaluasi tingkat Universitas

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengabdian dari Universitas Yudharta Pasuruan turut serta dalam seminar monitoring dan evaluasi tingkat universitas yang diadakan oleh LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat). Kegiatan ini bertujuan untuk memantau dan mengevaluasi capaian serta perkembangan program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh dosen di berbagai fakultas di Universitas Yudharta Pasuruan.

Seminar ini menjadi forum penting bagi tim pengabdian untuk melaporkan hasil-hasil yang telah dicapai dalam program "Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan." Tim pengabdian memaparkan secara rinci tahap-tahap pelaksanaan kegiatan, mulai dari identifikasi potensi UKM, pelatihan digital,

pendampingan dalam pembuatan platform digital, hingga evaluasi efektivitas program di lapangan.

Dalam sesi monitoring dan evaluasi, tim pengabdian menerima masukan dan umpan balik dari panel LPPM dan dosen lainnya terkait dengan aspek pelaksanaan, metode pendampingan, serta luaran yang diharapkan. Tim pengabdian juga memaparkan tantangan yang dihadapi selama proses pendampingan, seperti keterbatasan infrastruktur digital di kalangan UKM dan rendahnya kesadaran digital pada awal program. Namun, dengan pendekatan yang kolaboratif dan partisipatif, tim pengabdian berhasil meningkatkan keterlibatan pelaku UKM Batik Canting dalam adopsi teknologi digital.

Selain evaluasi capaian, seminar ini juga memberikan peluang untuk bertukar pengalaman dengan tim pengabdian lain, memperkaya wawasan tentang berbagai strategi dalam meningkatkan dampak positif dari program pengabdian kepada masyarakat. Diskusi juga menekankan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi, pelaku usaha, dan pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan digital capability dan daya saing UKM di wilayah Pasuruan.

Secara keseluruhan, keikutsertaan dalam seminar ini memberikan manfaat signifikan bagi tim pengabdian dalam merefleksikan pelaksanaan program, sekaligus memastikan bahwa tujuan pengabdian masyarakat tercapai dengan baik. Evaluasi yang komprehensif ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas program pengabdian di masa mendatang, serta memperkuat peran Universitas Yudharta Pasuruan dalam memberdayakan masyarakat lokal melalui transformasi digital.

BAB 7. DELIVERY PENERAPAN PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI KE MASYARAKAT

1. Produk Teknologi Dan Inovasi

Produk Teknologi dan Inovasi (Hard dan Soft) yang diterapkan pada UKM Batik Canting Khas Gempol mencakup dua dimensi yang saling melengkapi: "hard" dan "soft." Dimensi "hard" adalah pada alat dan perangkat fisik yang berfungsi sebagai fondasi dalam transformasi digital UKM. Hal ini meliputi aplikasi pemasaran yang dirancang untuk mengoptimalkan kehadiran online, pembuatan media sosial yang efektif, serta penggunaan marketplace dan platform e-commerce yang memfasilitasi akses langsung ke pasar global. Penggunaan alat-alat ini tidak hanya memperluas jangkauan pemasaran, tetapi juga meningkatkan visibilitas produk, yang sangat krusial dalam era di mana konsumen semakin bergantung pada saluran digital untuk berbelanja.

Di sisi lain, dimensi "soft" berfokus pada pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan metode yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi secara maksimal. Pelatihan yang diberikan mencakup aspek-aspek penting seperti digital marketing, manajemen bisnis, dan pengelolaan media sosial. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk membekali pelaku UKM dengan keterampilan praktis yang memungkinkan mereka untuk tidak hanya memahami tetapi juga menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan pengetahuan ini, mereka dapat mengelola hubungan dengan pelanggan, menganalisis perilaku konsumen, dan menyesuaikan penawaran produk berdasarkan kebutuhan pasar yang dinamis.

Kombinasi antara produk teknologi dan inovasi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional UKM, tetapi juga mendorong pertumbuhan daya saing yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan alat-alat digital yang tepat dan didukung oleh pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran, UKM Batik Canting Khas Gempol memiliki potensi untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pangsa pasar, dan pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal. Penerapan yang efektif dari kedua dimensi ini akan menciptakan ekosistem bisnis yang adaptif, inovatif, dan responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar, menjadikan UKM lebih resilient di tengah tantangan yang dihadapi di era globalisasi dan digitalisasi.

2. Penerapan Teknologi Dan Inovasi Kepada Masyarakat

Penerapan Teknologi dan Inovasi kepada Masyarakat (Relevansi dan Partisipasi Masyarakat) menggarisbawahi pentingnya proses integrasi teknologi dan inovasi ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya dalam konteks UKM Batik Canting Khas

Gempol. Sub-bab ini menjelaskan bagaimana penerapan teknologi tidak hanya sekadar transfer alat dan metode baru, tetapi juga melibatkan penyesuaian yang mendalam terhadap kebutuhan dan kondisi lokal.

Proses pelatihan dan pendampingan menjadi inti dari strategi ini, dirancang untuk memastikan bahwa masyarakat tidak hanya memahami fungsi teknologi yang diperkenalkan, tetapi juga mampu memanfaatkannya secara optimal. Pelatihan ini mencakup pengenalan pada alat-alat digital, praktik pemasaran yang efektif, serta pengelolaan media sosial. Melalui pendekatan yang interaktif dan partisipatif, peserta didorong untuk aktif terlibat dalam proses belajar, sehingga pemahaman mereka terhadap teknologi menjadi lebih kontekstual dan aplikatif. Ini bukan hanya meningkatkan keterampilan individu, tetapi juga membangun rasa percaya diri dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, partisipasi masyarakat dalam proses penerapan teknologi dan inovasi terbukti menjadi kunci keberhasilan. Masyarakat tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai kontributor aktif yang memberikan umpan balik konstruktif. Umpan balik ini sangat berharga, karena membantu tim pengabdian untuk menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan agar lebih relevan dengan kebutuhan spesifik masyarakat lokal. Misalnya, masukan mengenai kesulitan dalam penggunaan aplikasi tertentu atau saran tentang fitur tambahan yang diinginkan dapat mengarah pada pengembangan solusi yang lebih sesuai dengan konteks budaya dan sosial mereka.

Dengan memfokuskan pada relevansi dan partisipasi masyarakat, penerapan teknologi dan inovasi tidak hanya menghasilkan dampak yang lebih besar dalam hal efisiensi dan produktivitas, tetapi juga menciptakan rasa kepemilikan dan keterlibatan dalam proses perubahan. Ketika masyarakat merasa dilibatkan dalam setiap langkah, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi dan menerapkan teknologi baru, yang pada akhirnya akan memperkuat daya saing UKM serta mendorong perkembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Penerapan teknologi yang sensitif terhadap konteks lokal dan didukung oleh partisipasi aktif masyarakat memastikan bahwa inovasi bukan hanya sekadar teori, tetapi menjadi bagian integral dari praktik bisnis yang nyata dan berdampak.

3. Impact

Impact (Kebermanfaatan dan Produktivitas) dari penerapan produk teknologi dan inovasi di UKM Batik Canting Khas Gempol sangat signifikan, baik dalam aspek efisiensi operasional maupun peningkatan daya saing di pasar. Pada bagian ini, kita akan membahas lebih mendalam mengenai bagaimana kombinasi antara elemen "hard" dan "soft" teknologi memberikan dampak positif bagi keberlangsungan usaha.

Dari sisi "hard," penerapan alat dan perangkat fisik seperti aplikasi pemasaran, pembuatan media sosial, dan platform e-commerce telah membuka akses yang lebih luas bagi UKM untuk menjangkau konsumen. Aplikasi pemasaran memungkinkan mereka untuk melakukan promosi secara efektif, sementara keberadaan di media sosial memfasilitasi interaksi langsung dengan pelanggan. Marketplace dan platform e-commerce tidak hanya menyediakan saluran penjualan yang efisien, tetapi juga memungkinkan UKM untuk memamerkan produk mereka kepada audiens yang lebih besar, yang sebelumnya sulit dijangkau. Semua ini berkontribusi pada peningkatan volume penjualan dan pendapatan, yang menjadi indikator utama keberhasilan usaha.

Sementara itu, dari sisi "soft," inovasi dalam pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan digital marketing dan manajemen bisnis memberikan nilai tambah yang tak ternilai. Peserta pelatihan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, yang pada gilirannya membantu mereka untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif dan terarah. Keterampilan dalam pengelolaan media sosial juga memfasilitasi UKM dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, menciptakan loyalitas yang lebih tinggi.

Dampak dari penerapan teknologi dan inovasi ini tidak hanya terlihat dari peningkatan angka penjualan, tetapi juga dalam peningkatan produktivitas. Dengan mengadopsi teknologi digital, UKM dapat mengoptimalkan proses operasional mereka, mengurangi waktu yang diperlukan untuk tugas-tugas manual, dan meningkatkan akurasi dalam pengelolaan stok dan transaksi. Ini semua berkontribusi pada efisiensi yang lebih besar, memungkinkan pengusaha untuk fokus pada pengembangan produk dan inovasi lebih lanjut.

Secara keseluruhan, kombinasi produk teknologi "hard" dan "soft" yang diterapkan di UKM Batik Canting Khas Gempol telah menciptakan sinergi yang kuat, mendukung keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Melalui pemanfaatan teknologi yang tepat, UKM tidak hanya mampu bertahan di tengah tantangan pasar, tetapi juga berkembang menjadi pemain yang lebih kompetitif dalam industri batik, yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

BAB 8. LUARAN YANG DICAPAI

Program pengabdian masyarakat "Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation Pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan" diharapkan menghasilkan beberapa luaran signifikan, di antaranya:

- a. Laporan Pengabdian: Laporan yang mendokumentasikan seluruh proses, aktivitas, dan pencapaian program ini akan disusun secara komprehensif. Laporan ini akan menjadi dasar evaluasi dan referensi untuk program pengabdian masyarakat di masa depan.
- b. Jurnal Terakreditasi SINTA 4: Artikel ilmiah yang menggambarkan hasil dan dampak dari program pengabdian ini akan diterbitkan di jurnal "Jurnal Abdi Insani LPPM Universitas Mataram" terakreditasi SINTA 4, dengan jadwal penerbitan pada bulan September. Publikasi ini akan memperkaya literatur tentang penguatan kemampuan digital dalam pengembangan UKM.
- c. Hak Kekayaan Intelektual (HKI): Dalam rangka memberikan perlindungan terhadap inovasi dan hasil-hasil kreatif yang dihasilkan selama program pengabdian, HKI akan didaftarkan untuk menjaga hak cipta atas metode atau inovasi terkait transformasi digital UKM.
- d. Buku Ber-ISBN: Sebuah buku akan diterbitkan sebagai hasil dari program ini. Buku tersebut akan berfokus pada panduan praktis untuk transformasi digital UKM dan strategi pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi, yang dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pelaku usaha lainnya.
- e. Video Dokumentasi: Video yang mendokumentasikan kegiatan pengabdian akan diunggah di situs resmi Universitas Yudharta Pasuruan. Video ini akan memberikan gambaran visual tentang dampak program ini, serta menjadi media promosi dan informasi bagi masyarakat luas mengenai aktivitas pemberdayaan UKM Batik Canting Khas Gempol.

Dengan luaran-luaran ini, diharapkan program pengabdian tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada UKM, tetapi juga memberikan kontribusi pada literatur ilmiah, perlindungan kekayaan intelektual, dan dokumentasi publik yang dapat diakses secara luas.

BAB 9. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Dalam rangka memperkuat digital capability masyarakat lokal melalui pengabdian kepada masyarakat pada UKM Batik Canting Khas Gempol, kami telah merencanakan beberapa tahapan tindak lanjut yang bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program. Pertama, kami akan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelatihan dan workshop yang telah dilaksanakan untuk menilai pemahaman dan penerapan materi oleh peserta, serta mengumpulkan umpan balik untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan program, serta kebutuhan pelatihan tambahan. Selanjutnya, pendampingan berkelanjutan akan disusun, termasuk jadwal pendampingan langsung bagi UKM dalam penerapan digital marketing dan pengelolaan platform digital, serta sesi konsultasi reguler untuk membantu mereka mengatasi tantangan yang dihadapi.

Selain itu, kami berencana mengembangkan platform digital yang lebih terintegrasi untuk memudahkan akses informasi dan sumber daya bagi UKM, termasuk panduan pemasaran digital, alat analisis, dan jaringan kolaborasi. Workshop tambahan tentang pengelolaan platform digital dan penggunaan fitur canggih juga akan diadakan. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan menjadi bagian penting dari rencana ini; kami akan menjalin kemitraan dengan lembaga pemerintah, komunitas bisnis, dan institusi pendidikan lain untuk memperkuat dukungan terhadap UKM serta mendorong kerjasama dengan lembaga keuangan agar memberikan akses pembiayaan bagi UKM yang ingin mengembangkan usaha mereka.

Monitoring dan evaluasi program juga akan dilaksanakan dengan menetapkan indikator kinerja yang jelas untuk memantau perkembangan UKM setelah program, seperti peningkatan penjualan, jangkauan pasar, dan keterampilan digital. Kami akan mengadakan pertemuan evaluasi tahunan untuk menganalisis pencapaian dan merencanakan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan. Terakhir, hasil kegiatan dan pembelajaran dari program pengabdian ini akan disebarluaskan dalam bentuk jurnal, laporan, dan artikel di media lokal, serta melalui seminar atau konferensi untuk berbagi pengalaman dan praktik terbaik dengan UKM lain dan masyarakat luas. Dengan rencana tahapan ini, kami berharap dapat menciptakan dampak yang berkelanjutan bagi UKM Batik Canting Khas Gempol dan meningkatkan kemampuan digital masyarakat lokal dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital.

BAB 10. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan" telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Melalui serangkaian program, seperti pelatihan, workshop, dan pendampingan, tim pengabdian telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UKM dalam mengelola aspek digital bisnis. Peserta menunjukkan peningkatan dalam kemampuan memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan transaksi melalui platform digital.

Dari evaluasi yang dilakukan, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta mengenai pentingnya digitalisasi, e-commerce, dan strategi pemasaran digital. Selain itu, kolaborasi antara tim pengabdian dan UKM Batik Canting Khas Gempol berhasil membangun jaringan yang lebih luas, serta memperkuat kehadiran produk batik di pasar digital.

2. Saran

- a. Peningkatan Program Pelatihan: Diharapkan program pelatihan dan pendampingan dapat diperluas dengan materi yang lebih mendalam, termasuk analisis data pemasaran dan manajemen konten. Hal ini akan lebih memperkuat kemampuan digital UKM dalam menghadapi persaingan pasar.
- b. Keterlibatan Pemangku Kepentingan: Perlu adanya kolaborasi lebih lanjut dengan pemerintah daerah dan lembaga terkait untuk mendukung infrastruktur digital yang memadai, serta memberikan akses terhadap sumber daya yang diperlukan oleh UKM.
- c. Monitoring Berkelanjutan: Penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan UKM setelah program ini selesai, guna memastikan keberlanjutan dan efektivitas implementasi strategi yang telah dipelajari.
- d. Pengembangan Jaringan Distribusi: Disarankan untuk membangun jaringan distribusi yang lebih luas, termasuk kerjasama dengan retailer lokal dan platform e-commerce, agar produk batik lebih mudah diakses oleh konsumen.
- e. Promosi dan Branding yang Konsisten: UKM perlu terus mengembangkan strategi promosi dan branding yang konsisten untuk meningkatkan citra dan nilai produk batik mereka, baik secara lokal maupun nasional.

Dengan implementasi saran-saran di atas, diharapkan UKM Batik Canting Khas Gempol dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin digital. Melalui upaya ini, kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Pasuruan dapat semakin terwujud.

DAFTAR PUSTAKA

1. Antin Rakhmawati, Muhammad Nizar, & Kholid Murtadlo. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *SKETSA BISNIS*, 6(1), 13–21.
2. Apasrawirote, D., Yawised, K., & Muneesawang, P. (2022). Digital marketing capability: the mystery of business capabilities. *Marketing Intelligence and Planning*.
3. Brown, N. (2022). Scope and continuum of participatory research. *Int J Res Method Educ*.
4. Chinakidzwa, M., & Phiri, M. (2020). Impact of digital marketing capabilities on market performance of small to medium enterprise agro-processors in Harare, Zimbabwe. *Bus Theory Pract*.
5. Hartanti, H., & Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. *Widya Cipta J Sekr dan Manaj*.
6. Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan Kualitas UMKM Berbasis Digital dengan Metode Participatory Action Research (PAR). *Community Dev J J Pengabd Masy*.
7. Rupeika-Apoga, R., Petrovska, K., & Bule, L. (2022). The Effect of Digital Orientation and Digital Capability on Digital Transformation of SMEs during the COVID-19 Pandemic. *J Theor Appl Electron Commer Res*.
8. Saunila, M., Ukko, J., & Rantala, T. (2019). Value co-creation through digital service capabilities: the role of human factors. *Inf Technol People*.
9. Sufyan, M., Degbey, W. Y., Glavee-Geo, R., & Zoogah, D. B. (2023). Transnational digital entrepreneurship and enterprise effectiveness: A micro-foundational perspective. *J Bus Res*.
10. Susanto, Y., Effendi, M., Purwanto, M. B., & Pancasila, I. (2022). Sosialisasi Penggunaan Literasi Digital Dalam Memasarkan Produk UMKM di Desa Semangus Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musirawas. *Abdimas Galuh*.
11. Wang, X., Gu, Y., Ahmad, M., & Xue, C. (2022). The Impact of Digital Capability on Manufacturing Company Performance. *Sustain*.
12. Wardani, S., Widodo, A. S., Dhiani, H. P., Mutmainnah, M., & Utomo, N. A. (2021). Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh di Pondok Pesantren Al Hanif, Kel. Serua, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan. *J Abdimas Tri Dharma Manaj*, 2(1), 79.
13. Wulandari, T., Nurmalitasari, D., Susanto, K., Darmayanti, R., & Choirudin. (2022). Etnomatematika pada Batik Daun Sirih dan Burung Kepodang Khas Pasuruan. *Semin Nas Teknol Pembelajaran*.

LAMPIRAN

1. Jurnal



JURNAL ABDI INSANI

LPPM Universitas Mataram, Jalan Pendidikan Nomor 37 Kota Mataram NTB.
Website OJS : <http://abdiinsani.unram.ac.id/index.php/jurnal/index>

No. : 1805/JAI-LPPM/IX/2024
Lamp : 1
Hal : LoA - Penerimaan Naskah

Kepada
Yth. Author Jurnal Abdi Insani
Di-
Tempat

Kami mengucapkan terima kasih atas kepercayaan Bapak/Ibu atas pengiriman naskah artikel ilmiah kepada Jurnal Abdi Insani, yaitu:

Judul naskah : Penguatan Kapabilitas Digital UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan Melalui Pembinaan dan Pendampingan Transformasi Bisnis Digital
Penulis artikel : Muhammad Nizar, M. Jamhuri, Antin Rakhmawati
No. Artikel : 1805
Tanggal diterima : 06 Agustus 2024
Target Publikasi : Volume 11, Nomor 3, 2024

Naskah telah diperiksa secara sederhana sehingga diinformasikan bahwa naskah tersebut diterima dan sesuai dengan scope pada Jurnal Abdi Insani (JAI). Bersama LoA ini juga diinformasikan bahwa proses publikasi yang sesuai dengan aturan dan ketentuan penerbitan artikel ilmiah nasional, diantaranya adalah proses penelaahan oleh mitra bestari dan perbaikan naskah dari penulis, dapat dijalankan. Mohon kerja sama Bapak/Ibu agar proses publikasi ini dapat berjalan dengan baik.

Demikian LoA ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Mataram, 1 September 2024

Dewan Redaksi Jurnal Abdi Insani,
Editor In Chief,

Andre Rachmat Scabra, M.Si.



Home / Archives / Vol. 11 No. 3 (2024): Jurnal Abdi Insani / section editor

Penguatan Kapabilitas Digital UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan Melalui Pembinaan dan Pendampingan Transformasi Bisnis Digital

Muhammad Nizar
Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan

M. Jamhuri
Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan

Antin Rakhmawati
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Yudharta Pasuruan

DOI: <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1805>

Keywords: Digital Capabilities, Batik SMEs, Digital Business Transformation, SME Training, Digital Assistance, Digital Marketing, Digital Literacy, Business Development

Abstract



PDF (Bahasa Indonesia)



schoolar



2. Buku

TRANSFORMASI DIGITAL BISNIS BATIK: Membangun Kapabilitas Digital pada Batik Canting Khas Gempol Pasuruan

Penulis:
Dr. Muhammad Nizar, M.E.I
Dr. M. Jamburi, M.PdI
Antin Rakhmawati, M.AB

Editor: Wisma Soedarmadji, MT

Diterbitkan oleh:
Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya
Jl. Watu Damar, Karangploso-Malang
e-mail: antinrakhmawati@gmail.com
Phone: 081249745821
yayasanrahmazarkurniajaya.my.id

Malang, 5 September 2024

ISBN: 9786231025524

Tentang Hak Cipta

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini ke dalam bentuk apapun secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotokopi, upload di situs, upload di sosial media, tanpa izin tertulis dari penerbit. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Bab XII Ketentuan Pidana, Pasal 72 Ayat (1), (2), dan (6).

ii | Transformasi Digital Bisnis Batik



3. HKI

REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	: EC00202481291, 12 Agustus 2024
Pencipta	
Nama	: Dr. Muhammad Nizar, M.E.I.; 2 Dr. M. Jamburi, M.PdI.; 3 Antin Rakhmawati, M.AB.
Alamat	: Jl. Watu Damar, Girimoyo, Karangploso, Malang, Jawa Timur, 65152
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan
Alamat	: Jl. Univ. Yudharta (Ponpes. Ngalah) No. 7 Sengonagung, Purwosari, Pasuruan, Jawa Timur 67162
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Buku
Judul Ciptaan	: TRANSFORMASI DIGITAL BISNIS BATIK: Membangun Kapabilitas Digital Pada Batik Canting Khas Gempol Pasuruan
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 1 September 2024, di Pasuruan
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	: 000656635

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
d.l.h.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001

4. Publikasi Elektronik

Universitas Yudharta Pasuruan Gelar Pengabdian Masyarakat dengan Tema Penguatan Digital Capability pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol

Pasuruan, 5 September 2024 – Universitas Yudharta Pasuruan kembali melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kali ini dengan tema "Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol Kabupaten Pasuruan." Kegiatan ini berlangsung selama dua hari, pada tanggal 4 dan 5 September 2024, bertempat di Galery Batik Canting Cantik di Gempol Kabupaten Pasuruan.

Universitas Yudharta Pasuruan Gelar Pengabdian Masyarakat dengan Tema Penguatan Digital Capability pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol

Admin - September 06, 2024

Pasuruan, 5 September 2024 – Universitas Yudharta Pasuruan kembali melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kali ini dengan tema "Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol Kabupaten Pasuruan." Kegiatan ini berlangsung selama dua hari, pada tanggal 4 dan 5 September 2024, bertempat di Galery Batik Canting Cantik di Gempol Kabupaten Pasuruan.

Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya
Yayasan yang bergerak di bidang sosial, kemanusiaan, dan keagamaan.

Universitas Yudharta Pasuruan Gelar Pengabdian Masyarakat dengan Tema Penguatan Digital Capability pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol

- September 07, 2024

Pasuruan, 5 September 2024 – Universitas Yudharta Pasuruan kembali melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kali ini dengan tema "Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol Kabupaten Pasuruan." Kegiatan ini berlangsung selama dua hari, pada tanggal 4 dan 5 September 2024, bertempat di Galery Batik Canting Cantik di Gempol Kabupaten Pasuruan.

5. Video

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PENGUATAN DIGITAL CAPABILITY MASYARAKAT LOKAL MELALUI PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION PADA UKM BATIK CANTING CANTIK KHAS GEMPOL KABUPATEN PASURUAN

MUHAMMAD NIZAR
M. JAMHURI
ANTIN RAHMAWATI

Pengabdian Kepada Masyarakat: Penerapan Teknologi pada UKM Batik Canting Cantik Pasuruan

Yudharta Official
3.83 subscribers



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Gedung NKRI Jl. Yudharta No. 7 Sengonagung Purwosari Pasuruan 67162

SURAT KEPUTUSAN

DEKAN FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

Nomor : 052/S1/FAI.UYP/I/08/2024

Tentang

PENETAPAN USULAN REKOGNISI MATA KULIAH SEMESTER GANJIL 2024/2025

DEKAN FAKULTAS AGAMA ISLAM

- Menimbang : Bahwa dalam rangka memberikan penghargaan akademik terhadap capaian atau prestasi mahasiswa dalam bentuk pengakuan dan penyeteraan prestasi dipandang perlu untuk menetapkan usulan rekognisi mata kuliah pada semester ganjil 2024/2025
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang pendidikan tinggi.
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
4. SK Mendiknas No. 146/D/O/2002 tentang Pendirian Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Permendikbud No.3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
6. Permendikbud No. 5 Tahun 2020 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Nama-nama mahasiswa yang mendapatkan pengakuan/rekognisi mata kuliah pada semester ganjil 2024/2025.
2. Lampiran surat keputusan ini merupakan satu kesatuan yang melekat dalam satu kesatuan.

Ditetapkan di : Pasuruan
Pada Tanggal : 15 Agustus 2024
Dekan,



Dr. Achmad Yusuf, M.Pd
NIP.Y 0860905069



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Gedung NKRI Jl. Yudharta No. 7 Sengonagung Purwosari Pasuruan 67162

Lampiran : Lampiran Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam
Nomor : 052/S1/FAI.UYP/I/08/2024
Tentang : Penetapan Usulan Rekognisi Mata Kuliah Semester Ganjil 2024/2025

No.	Nama	NIM	Prodi	Bentuk Kegiatan Pembelajaran
1.	Faridha Amalia	202186290016	Ekonomi Syariah	PKM Dosen
	Rekognisi Matakuliah		1. Aplikasi Komputer (2 SKS) 2. Sistem Informasi Manajemen (2 SKS) 3. Kewirausahaan (2 SKS)	
	Kegiatan Mahasiswa		1. Dokumentasi. 2. Menjadwalkan Rapat. 3. Pemberitaan. 4. Menyebarkan undangan. 5. MC. 6. Administrasi kegiatan.	

No.	Nama	NIM	Prodi	Bentuk Kegiatan Pembelajaran
2.	Muhammad Noval Amirudin	202269140004	Ekonomi Syariah	PKM Dosen
	Rekognisi Matakuliah		1. Perpajakan (2 SKS) 2. Kewirausahaan (2 SKS), 3. Aplikom (2 SKS)	
	Kegiatan Mahasiswa		1. Desain Poster, Banner dan video. 2. Pembayaran pajak. 3. Pemberitaan. 4. Menyebarkan undangan. 5. Administrasi keuangan.	

Ditetapkan di : Pasuruan
Pada Tanggal : 15 Agustus 2024
Dekan,



Dr. Achmad Yusuf, M.Pd
NIP.Y 0860905069



Penguatan *Digital Capability* Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan *Digital Business Transformation* Pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, kemampuan beradaptasi terhadap teknologi menjadi kunci bagi keberlanjutan usaha, termasuk bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol di Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk berkembang melalui transformasi digital. Namun, keterbatasan dalam pemahaman dan penerapan teknologi digital sering kali menjadi kendala utama bagi pelaku usaha lokal. Oleh karena itu, upaya penguatan digital capability melalui pembinaan dan pendampingan digital business transformation sangat diperlukan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UKM Batik Canting Cantik dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal, baik dalam aspek produksi, pemasaran, maupun pengelolaan bisnis, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing ekonomi lokal di era digital.

Tujuan

- Meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UKM Batik Canting Gempol dalam menggunakan teknologi digital.
- Mendukung proses transformasi digital dalam aspek produksi, pemasaran, dan manajemen bisnis UKM.
- Mendorong pelaku UKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar digital untuk memperluas jangkauan konsumen.
- Meningkatkan daya saing UKM Batik Canting Gempol di pasar lokal, nasional, maupun internasional.
- Membantu meningkatkan efisiensi operasional melalui penerapan solusi digital.

Mitra Sasaran

Kelompok masyarakat yang produktif secara ekonomi UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan Jl. Kepulungan 2, Dusun Kepulungan, Desa Kepulungan, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan



Metode Pengabdian

Metode pengabdian ini menggunakan Participatory Action Research (PAR), yang melibatkan partisipasi aktif pelaku UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol dalam setiap tahapan kegiatan. Melalui observasi partisipatif, tim pengabdian mengidentifikasi masalah terkait keterbatasan digital, kemudian merencanakan dan melaksanakan pembinaan serta pendampingan untuk mendukung transformasi digital dalam bisnis. Setelah implementasi, refleksi bersama dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi, diikuti dengan tindak lanjut yang dirancang untuk memastikan keberlanjutan perubahan. Pendekatan PAR ini bertujuan untuk menciptakan solusi yang relevan dan berkelanjutan bagi UKM.

MATERI 1: PENGENALAN TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK UKM

- Definisi dan konsep transformasi digital dalam bisnis.
- Pentingnya transformasi digital bagi keberlangsungan UKM di era digital.
- Studi kasus penerapan digitalisasi pada UKM di industri kreatif, khususnya batik.

MATERI 2: DIGITAL MARKETING DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL

- Strategi pemasaran digital yang efektif bagi UKM.
- Pemanfaatan platform media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) untuk promosi produk Batik Canting.
- Teknik pembuatan konten kreatif dan menarik untuk meningkatkan engagement dan penjualan.

MATERI 3: MANAJEMEN BISNIS BERBASIS DIGITAL

- Penerapan aplikasi manajemen keuangan dan inventori digital untuk UKM.
- Penggunaan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar (Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll).
- Automasi proses bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional UKM.

Manfaat

- Pelaku UKM mampu menerapkan strategi digital marketing yang efektif untuk meningkatkan penjualan.
- Terjadinya peningkatan kualitas manajemen bisnis melalui penggunaan aplikasi digital.
- UKM menjadi lebih siap menghadapi persaingan di era digital dengan pengetahuan dan teknologi yang tepat.
- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal melalui optimalisasi potensi bisnis berbasis digital.
- Membangun jaringan kolaborasi dan pemasaran online yang lebih luas bagi produk-produk UKM.

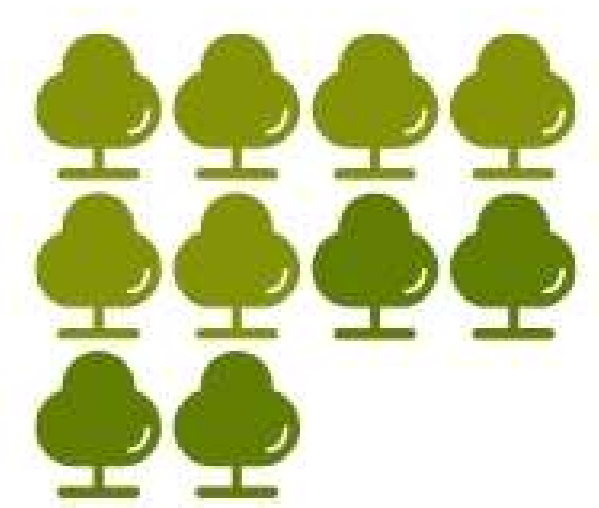
TIM PELAKSANA
Muhammad Nizar
M. Jamhuri
Antin Rakhmawati

Pembahasan Pengabdian

Pengabdian ini berhasil meningkatkan keterampilan digital pelaku UKM Batik Canting Cantik Gempol dalam pemasaran online dan manajemen bisnis. Hasilnya, terjadi peningkatan penjualan dan efisiensi operasional. Program ini juga mendukung ekonomi lokal dan memperkuat peran Universitas Yudharta Pasuruan dalam pengembangan masyarakat. Kolaborasi ini menunjukkan dampak positif dari digitalisasi terhadap UKM dan komunitas.



Kini UKMnya meningkat



Menjangkau pasar global

Kesimpulan

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pelaku UKM Batik Canting Gempol berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam digitalisasi bisnis, terutama dalam pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Penerapan aplikasi manajemen keuangan juga membantu meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, terjadi peningkatan penjualan dan jangkauan konsumen secara signifikan. Pelaku UKM kini lebih percaya diri untuk beradaptasi dengan perkembangan digital, serta tercipta jaringan kolaborasi antar-UKM lokal untuk memperkuat pemasaran produk secara online.

IMPLIKASI BAGI PELAKU UKM BATIK CANTING GEMPOL

Pelaku UKM mendapatkan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan manajemen bisnis, sehingga mereka lebih siap menghadapi persaingan di era digital dan mampu memperluas jangkauan pasar.

IMPLIKASI BAGI PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN PASURUAN

Program ini mendukung inisiatif pemerintah daerah dalam meningkatkan daya saing UKM lokal dan memberdayakan ekonomi masyarakat melalui digitalisasi, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi regional.

IMPLIKASI BAGI UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

Pengabdian ini memperkuat peran universitas sebagai agen perubahan sosial melalui pengembangan dan pendampingan UKM, sekaligus memperluas dampak penelitian dan pendidikan di bidang digitalisasi bisnis.



FGD



Workshop 1



Workshop 2



Workshop 3



Observation



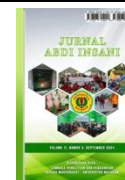
Money



Membatik



One Produk



PENGUATAN KAPABILITAS DIGITAL UKM BATIK CANTING KHAS GEMPOL KABUPATEN PASURUAN MELALUI PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL

*Strengthening Digital Capability Of Batik Canting Smes In Gempol, Pasuruan Regency
Through Coaching And Support In Digital Business Transformation*

Muhammad Nizar^{1*}, M. Jamhuri², Antin Rakhmawati³

¹Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan, ²Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, ³Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan

Alamat Jl. Yudharta No. 7 Sengonagung Purwosari Pasuruan 67162

*Alamat Korespondensi: muhammadnizar@yudharta.ac.id

(Tanggal Submission: 06 Agustus 2024, Tanggal Accepted : 17 September 2024)



Kata Kunci :

Kapabilitas Digital, UKM Batik, Transformasi Bisnis Digital, Pembinaan UKM, Pendampingan Digital, Pemasaran Digital, Literasi Digital, Pengembangan Bisnis

Abstrak :

UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama. Program ini dirancang untuk memberikan pembinaan dan pendampingan transformasi bisnis digital. Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan kapabilitas digital dan memotivasi anggota UKM untuk lebih aktif memanfaatkan teknologi digital. Program ini menggunakan model partisipatif atau *participatory action research* yang melibatkan pelatihan, workshop, dan seminar, serta sesi konsultasi individual untuk meningkatkan keterampilan digital peserta. Hasil keehatan sebanyak 20 peserta mengikuti pelatihan dan workshop, dengan rata-rata kehadiran 97%. Peningkatan signifikan terlihat dalam pemahaman digital peserta, dengan rata-rata skor *post-test* mencapai 90% dibandingkan *pre-test* 50%. Sebanyak 95% peserta berhasil membuat konten digital dan 90% mampu menggunakan platform media sosial untuk promosi. Dalam 2 bulan pasca pelatihan, 70% peserta melaporkan peningkatan penjualan online rata-rata 30%. Program ini berhasil meningkatkan kapabilitas digital UKM Batik Canting Khas Gempol, menunjukkan bahwa dukungan dan pembinaan eksternal efektif dalam memberdayakan UKM untuk bertransformasi secara digital.

Key word :

Digital Capabilities,

Abstract :

The Batik Canting Khas Gempol SMEs in Pasuruan Regency face challenges in adopting digital technology to expand their market and enhance



Batik SMEs,
Digital Business
Transformation,
SME Training,
Digital
Assistance,
Digital
Marketing,
Digital Literacy,
Business
Development

competitiveness. Low digital literacy is the main barrier. This program is designed to provide training and assistance for digital business transformation. The aim of this activity is to increase digital capabilities and motivate SME members to more actively utilize digital technology. This program uses a participatory action research model involving training, workshops, seminars, and individual consultation sessions to enhance participants' digital skills. As a result, 20 participants attended the training and workshops, with an average attendance rate of 97%. Significant improvements were observed in the participants' digital understanding, with an average post-test score of 90% compared to a pre-test score of 50%. About 95% of participants successfully created digital content, and 90% were able to use social media platforms for promotion. Within 2 months after the training, 70% of participants reported an average online sales increase of 30%. This program successfully improved the digital capabilities of Batik Canting Khas Gempol SMEs, demonstrating that external support and guidance are effective in empowering SMEs to undergo digital transformation.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Nizar, M., Jamhuri, M., & Rakhmawati, A. (2024). Penguatan Kapabilitas Digital UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan Melalui Pembinaan dan Pendampingan Transformasi Bisnis Digital. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 755-763. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1805>

PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi lokal melalui pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah menjadi fokus utama dalam upaya mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia (Santoso *et al.*, 2021). Kabupaten Pasuruan, sebagai salah satu daerah yang kaya akan potensi sektor industri kreatif, terutama dalam produksi batik, menawarkan peluang besar untuk memperkuat ekonomi lokal (Fibriyani & Mufidah, 2018). Di tengah dinamika ini, UKM Batik Canting Khas Gempol muncul sebagai mitra strategis dengan potensi besar untuk ditingkatkan melalui penguatan kapabilitas digital.



Gambar 1. Batik Tulis lokal Asosiasi Batik Kabupaten Pasuruan

Kapabilitas digital adalah kemampuan suatu organisasi untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif guna mencapai tujuan bisnis (Suryatiningsih *et al.*, 2022). Ini mencakup keterampilan digital, infrastruktur teknologi, proses bisnis yang terdigitalisasi, dan budaya yang mendukung inovasi digital. Kapabilitas digital sangat penting dalam konteks ekonomi dan bisnis modern yang semakin bergantung pada teknologi (Astuti, 2022). Organisasi dengan kapabilitas digital yang kuat dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital, seperti meningkatkan

efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan menciptakan produk serta layanan baru (Rofiq *et al.*, 2023). Oleh karena itu, setiap UKM di Indonesia perlu membangun dan meningkatkan kapabilitas digitalnya, termasuk UKM Batik Canting Khas Gempol.

UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan menonjol sebagai produsen batik lokal yang telah berkontribusi dalam ekonomi lokal Kabupaten Pasuruan selama beberapa tahun terakhir. Didirikan oleh para pengrajin lokal, UKM ini telah membangun reputasi solid atas kualitas produknya serta desain batik yang khas. Dengan jumlah karyawan mencapai 20 orang, mayoritas merupakan penduduk setempat dan anggota PKK (Pemberdaya Kesejahteraan Keluarga). Produk yang dihasilkan oleh UKM Batik Canting Khas Gempol meliputi berbagai jenis, mulai dari kain batik tradisional hingga produk inovatif seperti tas dan aksesoris, memberikan kontribusi signifikan bagi keberagaman produk batik.

Sejak pandemi COVID-19 melanda, industri pengrajin batik belum menemukan solusi untuk meningkatkan penjualan (Astuti, 2022). Pendapatan mereka terus menurun, sementara para karyawan, yang sebagian besar adalah penduduk setempat, sangat bergantung pada usaha membuat batik sebagai sumber penghidupan (Nizar, 2018a; Rozak *et al.*, 2022). Meskipun berbagai upaya seperti mengikuti pameran telah dilakukan untuk meningkatkan penjualan, menurut Amelia & Susanti, (2022) belum ada strategi pemasaran yang pasti. Tantangan mereka semakin rumit dengan hadirnya produk-produk yang lebih murah di platform online (Kunani & Dzikron, 2022; Nizar, 2018). Oleh karena itu, kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Sundari & Lestari, (2022) perlu meningkatkan kapasitas digital UKM agar dapat mempromosikan produk dan aktif menjangkau konsumen di era digital ini.

Selain permasalahan utama tersebut, beberapa kendala yang dihadapi oleh batik Canting khas Gempol Kabupaten Pasuruan adalah kurangnya dukungan dari masyarakat sekitar dan pemangku kepentingan lainnya terhadap transformasi digital. Kurangnya kesadaran akan pentingnya teknologi digital dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis juga menjadi hambatan (Alwi *et al.*, 2023). Dengan memahami dan mengatasi tantangan-tantangan ini, diharapkan UKM Batik Canting khas Gempol dapat berhasil dalam transformasi digital mereka, memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan masyarakat setempat. Dengan memperkuat kapasitas digital, UKM Batik Canting Khas Gempol diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar. Melalui pendekatan yang komprehensif dan dukungan yang tepat, diharapkan transformasi digital ini akan memberikan dampak positif yang signifikan bagi ekonomi lokal dan masyarakat setempat, serta memperkuat potensi sektor industri kreatif di Kabupaten Pasuruan secara keseluruhan. Dalam pengabdian ini, mitra tidak hanya difokuskan pada pelatihan, tetapi juga dilengkapi dengan aplikasi yang langsung dipraktikkan, seperti website, media sosial, serta aplikasi keuangan yang bekerja sama dengan pemangku kepentingan.

Rumusan permasalahan dapat diuraikan sebagai berikut. Pertama, bagaimana strategi penguatan kapabilitas digital masyarakat lokal dapat diimplementasikan melalui pembinaan transformasi bisnis digital pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan? Pertanyaan ini menyoroti upaya yang diperlukan untuk memahami dan mengembangkan langkah-langkah konkret yang dapat diterapkan dalam meningkatkan kemampuan digital masyarakat lokal, terutama melalui program pembinaan yang difokuskan pada transformasi bisnis digital di UKM Batik Canting Khas Gempol. Kedua, bagaimana strategi penguatan kapabilitas digital masyarakat lokal dapat dilaksanakan melalui pendampingan transformasi bisnis digital pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan? Pertanyaan ini mengeksplorasi peran pendampingan dalam mendukung UKM Batik Canting Khas Gempol dalam mengadopsi dan menerapkan transformasi bisnis digital, serta mencari strategi yang efektif untuk memfasilitasi proses ini dengan baik. Dengan mempertimbangkan kedua aspek tersebut, diharapkan adanya pemahaman yang lebih mendalam tentang cara memperkuat kemampuan digital masyarakat lokal melalui keterlibatan aktif dalam transformasi bisnis digital, khususnya di lingkungan UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan.

Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk memperkuat kapabilitas digital masyarakat lokal, khususnya dalam konteks pembinaan dan transformasi bisnis digital pada UKM Batik Canting Khas

Gempol di Kabupaten Pasuruan. Melalui pendampingan ini, diharapkan UKM Batik Canting dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi digital dalam proses bisnisnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, serta memperluas jangkauan pasar bagi UKM tersebut. Dengan demikian, pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk mendukung perkembangan bisnis UKM Batik Canting secara individu, tetapi juga untuk memperkuat ekosistem digital di tingkat lokal, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan masyarakat setempat secara keseluruhan.

METODE KEGIATAN

Strategi pengabdian yang diajukan berlandaskan pada model partisipatif atau *participatory action research*, di mana keterlibatan aktif dan aktivasi sosial menjadi elemen kunci dalam pemberdayaan masyarakat (Qomar *et al.*, 2022). Pendekatan ini penting untuk meningkatkan literasi pengetahuan, kesejahteraan ekonomi, dan mengatasi berbagai kekurangan yang dimiliki oleh subjek dalam program pengabdian ini (Cahyono *et al.*, 2023). Program ini juga diperlukan karena subjek dampingan dan masyarakat pada umumnya tidak dapat diharapkan untuk mandiri tanpa dukungan eksternal. Aspek penting dari partisipasi dan kolaborasi sosial dalam strategi ini adalah pentingnya membangun kesadaran mengenai peran pengabdian sebagai agen perubahan social (Kusumojanto *et al.*, 2022). Keberadaan institusi pendidikan tinggi juga sangat penting sebagai media untuk menyebarkan pengetahuan dan memperkuat peran mereka sebagai pemangku kepentingan eksternal yang membentuk dan mengorganisasi masyarakat, terutama subjek dalam pengabdian ini. Jenis kegiatan pengabdian yang direncanakan mencakup:

1. Pembinaan dan Pendampingan Transformasi Bisnis Digital: Aktivitas ini melibatkan pelatihan, workshop, dan seminar yang ditujukan untuk seluruh pelaku UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan. Materi yang disampaikan meliputi pemasaran digital untuk UKM, konsep bisnis digital, strategi perdagangan di marketplace, pola pemasaran modern, serta edukasi umum untuk anggota dan non-anggota agar termotivasi dan terinspirasi berpartisipasi.
2. Promo dan Expo Produk UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan secara Digital: Kegiatan ini bertujuan memperkenalkan produk dan layanan dari UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan kepada masyarakat luas melalui platform digital. Tujuannya adalah agar usaha, produk, dan layanan UKM Batik Canting Khas Gempol dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat Indonesia secara lebih luas.

Dalam pengabdian ini, keterlibatan pihak-pihak terkait serta bentuk keterlibatannya telah diatur secara rinci. Pertama, UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan akan aktif mengikuti serangkaian workshop, dimulai dengan workshop kemampuan digital, di mana anggota UKM akan menerima pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola aspek digital bisnis. Selanjutnya, dalam workshop pembangunan platform digital, mereka akan berkontribusi dalam pengembangan platform digital untuk memperkuat kehadiran dan aksesibilitas bisnis online mereka. Selain itu, mereka akan mengikuti workshop mengenai tingkat keterlibatan dalam pemasaran digital untuk memperdalam strategi pemasaran mereka. Adapun materi pengabdian untuk meningkatkan literasi pengrajin batik diantaranya:

Tabel 1. Materi pengabdian

Hari Pertama	Hari Kedua	Hari Ketiga
Mengapa harus piawai digital?	Mengenal ragam saluran promosi	Memperkuat konten dan tagar serta kata kunci yang tepat
Mengapa menggunakan e-commerce	Praktik terbaik menggunakan WhatsApp Business	Membuat katalog produk yang meyakinkan
Memahami strategi corong pemasaran	Menciptakan keunggulan produk	Tips membuat foto dan video untuk konten promosi

Memulai dengan WhatsApp Business dan sosial media	Menyusun konten promosi dan komunikasi yang efektif	Menyusun konten untuk membangun kesetiaan konsumen
Tips menambah kontak pelanggan	Cerdas kelola transaksi dan keuangan	Memperluas jangkauan pemasaran dengan pasukan reseller dan iklan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pembinaan dan Pendampingan Transformasi Bisnis Digital

Aktivitas pembinaan dan pendampingan melibatkan pelatihan, workshop, dan seminar yang ditujukan untuk seluruh pelaku UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan. Beberapa hasil utama dari kegiatan ini meliputi:

a. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital merupakan salah satu kegiatan utama dalam program pengabdian masyarakat ini. Tujuannya adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada anggota UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, perdagangan di marketplace, dan pola pemasaran modern. Pelatihan ini dirancang untuk membantu peserta memahami konsep bisnis digital dan bagaimana menerapkan teknologi dalam bisnis mereka agar lebih kompetitif dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Selama pelatihan, peserta diberikan materi yang meliputi dasar-dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk promosi, optimalisasi mesin pencari (SEO), strategi perdagangan di marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, serta teknik pemasaran konten yang menarik. Selain itu, peserta juga diajarkan tentang pentingnya analisis data dalam pemasaran digital, kemudian di akhir pelatihan peserta di berikan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program.

Tabel 2. Hasil dan evaluasi kegiatan pembinaan dan pendampingan transformasi bisnis digital

Kategori	Indikator	Hasil
Jumlah Peserta dan Partisipasi	Total peserta yang mengikuti pelatihan	20 orang
	Persentase kehadiran rata-rata	95%
Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman	Rata-rata skor pre-test	45%
	Rata-rata skor post-test	85%
Keterampilan Praktis	Persentase peningkatan rata-rata	40%
	Peserta yang berhasil membuat akun bisnis di media sosial dan marketplace	90%
Feedback Peserta	Peserta yang mampu membuat konten promosi digital (gambar dan video) yang menarik	85%
	Peserta yang menyatakan bahwa materi pelatihan relevan dan bermanfaat untuk pengembangan bisnis mereka	92%
Implementasi Pasca-Pelatihan	Peserta yang merasa lebih percaya diri dalam menerapkan strategi pemasaran digital setelah pelatihan	88%
	Peserta yang melaporkan peningkatan interaksi di media sosial bisnis mereka dalam waktu 2 bulan	70%
	Peserta yang mengalami peningkatan penjualan online sebesar rata-rata 25% dibandingkan sebelum pelatihan	60%

Hasil dari pelatihan pemasaran digital menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan secara signifikan. Peningkatan skor dari pre-test ke post-test menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep bisnis digital dan strategi pemasaran yang telah

diajarkan. Selain itu, implementasi keterampilan praktis yang diajarkan dalam pelatihan, seperti pembuatan akun bisnis di media sosial dan marketplace serta pembuatan konten promosi, menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam bisnis mereka.

Feedback positif dari peserta mengenai relevansi dan manfaat materi pelatihan menegaskan bahwa program ini berhasil memenuhi kebutuhan dan harapan peserta. Peningkatan interaksi di media sosial dan penjualan online pasca-pelatihan juga menjadi indikator bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi perkembangan bisnis peserta.

b. Workshop Kemampuan Digital

Workshop kemampuan digital merupakan salah satu komponen penting dalam program pengabdian masyarakat ini. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keterampilan digital anggota UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan. Workshop ini memberikan pelatihan intensif tentang penggunaan alat digital yang esensial untuk bisnis, termasuk pembuatan konten digital dan penggunaan platform media sosial.

Materi yang disampaikan mencakup dasar-dasar pembuatan konten digital, seperti fotografi produk, pembuatan video promosi, dan desain grafis sederhana menggunakan aplikasi yang mudah diakses. Selain itu, peserta juga dilatih cara menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Teknik-teknik peningkatan keterlibatan (*engagement*) di media sosial dan analisis kinerja konten juga menjadi bagian dari pelatihan ini.

Pelatihan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu menerapkan keterampilan digital yang mereka pelajari secara praktis dalam bisnis mereka sehari-hari. Melalui pendekatan *hands-on* dan praktik langsung, peserta diharapkan dapat mengembangkan kemampuan digital yang lebih mumpuni dan siap bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif. Kemudian di akhir pelatihan peserta di berikan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program.

Tabel 3. Hasil dan evaluasi kegiatan workshop kemampuan digital

Kategori	Indikator	Hasil
Jumlah Peserta dan Partisipasi	Total peserta yang mengikuti workshop	20 orang
	Persentase kehadiran rata-rata	97%
Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman	Rata-rata skor pre-test	50%
	Rata-rata skor post-test	90%
	Persentase peningkatan rata-rata	40%
Keterampilan Praktis	Peserta yang berhasil membuat konten digital (gambar dan video) selama workshop	95%
	Peserta yang berhasil menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk mereka	90%
Feedback Peserta	Peserta yang mampu melakukan analisis sederhana terhadap kinerja konten mereka di media sosial	85%
	Peserta yang menyatakan bahwa materi workshop relevan dan sangat bermanfaat untuk pengembangan bisnis mereka	93%
Implementasi Pasca-Pelatihan	Peserta yang merasa lebih percaya diri dalam menggunakan alat digital untuk bisnis setelah workshop	90%
	Peserta yang melaporkan peningkatan interaksi di media sosial bisnis mereka dalam waktu 2 bulan	75%

Hasil dari workshop kemampuan digital menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan keterampilan digital anggota UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan secara signifikan. Peningkatan skor dari pre-test ke post-test menunjukkan bahwa peserta mampu memahami dan menguasai penggunaan alat digital yang telah diajarkan. Selain itu, keterampilan

praktis yang diajarkan dalam workshop, seperti pembuatan konten digital dan penggunaan media sosial, menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam bisnis mereka.

Feedback positif dari peserta mengenai relevansi dan manfaat materi workshop menegaskan bahwa program ini berhasil memenuhi kebutuhan dan harapan peserta. Peningkatan interaksi di media sosial dan penjualan online pasca-workshop juga menjadi indikator bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi perkembangan bisnis peserta.

c. Seminar dan Edukasi

Seminar Edukasi Umum merupakan salah satu kegiatan dalam program pengabdian masyarakat ini yang bertujuan untuk memotivasi dan menginspirasi anggota dan non-anggota UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan agar lebih berpartisipasi aktif dalam transformasi bisnis digital. Seminar ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi dalam bisnis dan memberikan dorongan psikologis kepada peserta agar lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital.

Materi yang disampaikan dalam seminar mencakup berbagai topik motivasional tentang bagaimana bisnis dapat berkembang melalui digitalisasi, studi kasus dari UKM yang sukses menerapkan strategi digital, serta tips praktis untuk memulai dan mengembangkan bisnis di platform digital. Selain itu, seminar ini juga menghadirkan narasumber yang berpengalaman dalam bidang digital marketing dan bisnis online, yang membagikan pengalaman dan strategi mereka kepada peserta.

Seminar ini tidak hanya fokus pada penyampaian materi tetapi juga pada sesi tanya jawab dan diskusi interaktif, yang memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan mendapatkan solusi atas tantangan yang mereka hadapi. Melalui seminar ini, diharapkan peserta dapat mengubah mindset mereka dan lebih siap untuk mengambil langkah-langkah konkret dalam mengembangkan bisnis mereka melalui platform digital. Adapun hasil evaluasi kegiatan sebagai table 4.

Hasil dari seminar edukasi umum menunjukkan bahwa program ini berhasil memotivasi dan menginspirasi anggota dan non-anggota UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan secara signifikan. Peningkatan skor kepercayaan diri sebelum dan sesudah seminar menunjukkan bahwa peserta merasa lebih yakin dalam mengembangkan bisnis mereka melalui platform digital setelah mendapatkan pengetahuan dan motivasi dari seminar ini.

Feedback positif dari peserta mengenai relevansi dan manfaat materi seminar menegaskan bahwa program ini berhasil memenuhi kebutuhan dan harapan peserta. Peningkatan motivasi dan inspirasi yang dirasakan peserta, serta implementasi strategi digital pasca-seminar, menjadi indikator bahwa seminar ini memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi perkembangan bisnis peserta.

Tabel 4. Hasil dan evaluasi kegiatan seminar dan edukasi

Kategori	Indikator	Hasil
Jumlah Peserta	Total peserta yang mengikuti seminar	20 orang
dan Partisipasi	Persentase kehadiran rata-rata	98%
Peningkatan	Rata-rata skor kepercayaan diri sebelum seminar	60%
Pengetahuan	Rata-rata skor kepercayaan diri setelah seminar	90%
dan	Persentase peningkatan rata-rata	30%
Pemahaman		
Keterampilan	Peserta yang menyatakan bahwa seminar ini sangat memotivasi mereka untuk berpartisipasi aktif dalam transformasi bisnis digital	95%
Praktis	Peserta yang merasa terinspirasi oleh studi kasus dan pengalaman narasumber yang dibagikan selama seminar	92%
Feedback	Peserta yang menyatakan bahwa materi seminar relevan dan bermanfaat untuk pengembangan bisnis mereka	96%
Peserta		

	Peserta yang merasa lebih termotivasi untuk memanfaatkan teknologi digital setelah mengikuti seminar	94%
Implementasi	Peserta yang mulai mengimplementasikan strategi digital yang dipelajari selama seminar dalam waktu 2 bulan	80%
Pasca-Pelatihan	Peserta yang mengalami peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital sebesar rata-rata 20% dibandingkan sebelum mengikuti seminar	70%

2. Promo dan Expo Produk UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan secara Digital

Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan dari UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan kepada masyarakat luas melalui platform digital. Beberapa hasil utama dari kegiatan ini meliputi:

- Peningkatan Visibilitas Produk. Melalui promo dan expo digital, produk UKM Batik Canting Khas Gempol menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas, hal ini sebagaimana gambar 2, dimana komunitas mengikuti kegiatan expo di Surabaya. Hal ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan pengikut pada platform digital yang digunakan untuk promosi.
- Kolaborasi dengan Platform Digital. UKM berhasil menjalin kerjasama dengan beberapa platform digital untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini membantu meningkatkan aksesibilitas dan jangkauan pasar bagi produk-produk batik mereka.
- Feedback Positif dari Konsumen. Konsumen memberikan banyak umpan balik positif tentang produk batik yang dipromosikan secara digital. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi digital berhasil menarik minat dan meningkatkan penjualan produk.



Gambar 2. Kegiatan expo di Surabaya untuk mengenalkan batik Pasuruan

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat melalui pembinaan dan pendampingan transformasi bisnis digital bagi UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan telah berhasil meningkatkan kapabilitas digital dan visibilitas produk UKM. Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam program ini efektif dalam memberdayakan anggota UKM dan mendorong mereka untuk lebih aktif dalam mengembangkan bisnis melalui platform digital. Keberhasilan program ini juga menunjukkan pentingnya dukungan eksternal dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan dalam upaya memperkuat kapasitas digital UKM.

Berdasarkan hasil dan pembahasan, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut. Pertama, perlu ada program lanjutan yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa peningkatan kapabilitas digital UKM dapat terus berkembang. Kedua, UKM harus terus menjalin kerjasama dengan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Ketiga, penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap dampak dari kegiatan pengabdian ini untuk memastikan bahwa tujuan yang diharapkan dapat tercapai dengan baik. Program pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan kapabilitas digital UKM lainnya di berbagai daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M., Suastika, I. N., & Lasmawan, I. W. (2023). Peran Bumdes dalam menopang modal usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebaban. *Jurnal Istiqro*. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.1818>
- Amelia, D., & Susanti, E. (2022). Sosialisasi pemanfaatan sosial media sebagai strategi pemasaran digital bagi UKM Sari Bakery di era pandemi COVID-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3614>
- Astuti, P. (2022). Pendampingan pemasaran produk batik tulis Kebon Indah di masa pandemi. Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat. <https://doi.org/10.18196/ppm.41.853>
- Cahyono, E. A., Listyorini, I., Huda, N., & Abidin, M. Z. (2023). Pendampingan komunitas balai ternak "Jadid Farm" berbasis zakat produktif untuk meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Setiaji Sukosewu Bojonegoro. *I-Com: Indonesian Community Journal*. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3337>
- Fibriyani, V., & Mufidah, E. (2018). Pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 873. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.190>
- Kunani., & Dzikron, M. (2022). Strategi usaha untuk meningkatkan nilai tambah pada usaha penggilingan padi dengan menggunakan analisis rantai nilai (Value Chain). *Bandung Conference Series: Industrial Engineering Science*. <https://doi.org/10.29313/bcsies.v2i2.4565>
- Kusumojanto, D. D., Dewi, Y. R., Prameka, A. S., & Nur, R. A. A. (2022). Peningkatan produktivitas dan variasi usaha ekonomi perempuan pengrajin batik Desa Wonorejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang melalui pelatihan intensif batik tulis kantil. *Sivitas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. <https://doi.org/10.52593/svs.02.1.01>
- Nizar, M. (2018a). Pengaruh sumber daya manusia, permodalan, dan pemasaran terhadap kinerja usaha kecil dan menengah Sari Apel di Kecamatan Tutur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1–19.
- Nizar, M. (2018b). Pengaruh entrepreneurial orientation dan market orientation terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran pada UKM di Surabaya. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 147–162. <https://doi.org/10.35891/ml.v10i1.3769>
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas UMKM berbasis digital dengan metode participatory action research (PAR). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Rofiq, A., Anggraeni, R., Rabbani, F. R., & Reza, A. A. (2023). Peningkatan kapasitas UKM Kab. Malang melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. *Mangente: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.33477/mangente.v2i2.3495>
- Rozak, H. A., Basiya, R., & Fitriati, I. R. (2022). Kapabilitas dinamis dalam memediasi pengaruh kesiapan untuk berubah dan kepemimpinan yang lincah terhadap ekosistem digital UKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*. <https://doi.org/10.36694/jimat.v13i2.432>
- Santoso, A., Sulistyawati, A. I., & Wahdi, N. S. (2021). Pemberdayaan UKM melalui penyuluhan penyusunan laporan keuangan. *Jurnal Abdikaryasakti*. <https://doi.org/10.25105/ja.v1i2.9385>
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v1i1.23>
- Suryatiningsih, S., Sujana, A. P., & Ramadani, L. (2022). Pembangunan kapabilitas digital dalam upaya mewujudkan smart village Desa Citeureup Kabupaten Bandung. *Charity*. <https://doi.org/10.25124/charity.v5i1a.4542>

LAPORAN PUBLIKASI ELEKTRONIK

Publikasi dibagi menjadi 2, Publikasi untuk laporan kemajuan dan publikasi akhir kegiatan. Untuk publikasi laporan kemajuan, dosen hanya menerbitkan di media masa lokal, website kampus, website fakultas, media masa online. sedangkan laporan akhir kegiatan, akan dipublikasikan di Tribun Jatim.

1. Website Universitas Yudharta Pasuruan



<https://yudharta.ac.id/universitas-yudharta-pasuruan-gelar-pengabdian-masyarakat-dengan-tema-penguatan-digital-capability-pada-ukm-batik-canting-cantik-khas-gempol/>

2. Website Fakultas Agama Islam



<https://fai.yudharta.ac.id/2024/09/universitas-yudharta-pasuruan-gelar.html>

3. Media masa lokal

The screenshot shows a web browser displaying a news article on the website of Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya. The browser's address bar shows the URL: <https://www.yayasanrahmazarkurniajaya.my.id/2024/09/universitas-yudharta-pasuruan-gelar.html>. The website header includes the organization's name and a tagline: "Yayasan yang bergerak di bidang sosial, kemanusiaan, dan keagamaan." The article title is "Universitas Yudharta Pasuruan Gelar Pengabdian Masyarakat dengan Tema Penguatan Digital Capability pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol", dated September 07, 2024. A photograph shows a group of people, including several women in colorful traditional Indonesian batik attire, sitting on a stage. Below the photo, the text reads: "Pasuruan, 5 September 2024 – Universitas Yudharta Pasuruan kembali melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kali ini dengan tema "Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol Kabupaten Pasuruan." Kegiatan ini berlangsung selama dua hari, pada tanggal 4 dan 5 September 2024, bertempat di Galery Batik Canting Cantik di Gempol Kabupaten Pasuruan."

<https://www.yayasanrahmazarkurniajaya.my.id/2024/09/universitas-yudharta-pasuruan-gelar.html>

TRANSFORMASI DIGITAL BISNIS BATIK



**Membangun Kapabilitas Digital pada
Batik Canting Cantik Khas Gempol
Kabupaten Pasuruan**



Dr. Muhammad Nizar, M.E.I
Dr. M. Jamhuri, M.PdI
Antin Rakhmawati, M.AB

Penerbit
Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya

TRANSFORMASI DIGITAL BISNIS BATIK
Membangun Kapabilitas Digital pada Batik Canting Khas
Gempol Pasuruan

Dr. Muhammad Nizar, M.E.I
Dr. M. Jamhuri, M.PdI
Antin Rakhmawati, M.AB

Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya

TRANSFORMASI DIGITAL BISNIS BATIK: Membangun Kapabilitas Digital pada Batik Canting Khas Gempol Pasuruan

Penulis:

Dr. Muhammad Nizar, M.E.I

Dr. M. Jamhuri, M.PdI

Antin Rakhmawati, M.AB

Editor: Wisma Soedarmadji, MT

Diterbitkan oleh:

Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya

Jl. Watu Damar, Karangploso-Malang

e-mail: antinrakhmawati@gmail.com

Phone: 081249745821

yayasanrahmazarkurniajaya.my.id

Malang, 5 September 2024

ISBN: 9786231025524

Tentang Hak Cipta

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini ke dalam bentuk apapun secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotokopi, upload di situs, upload di sosial media, tanpa izin tertulis dari penerbit. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2022 tentang Hak Cipta, Bab XII Ketentuan Pidana, Pasal 72 Ayat (1), (2), dan (6).

KATA PENGANTAR

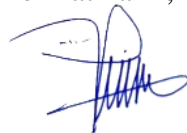
Sangatlah membanggakan untuk mempersembahkan buku ini, yang membahas tentang transformasi digital dalam industri batik. Sebagai warisan budaya yang kaya dan berharga, batik merupakan bagian integral dari identitas Indonesia. Namun, dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi, kami menghadapi tantangan baru dalam menjaga keberlangsungan dan relevansi bisnis batik.

Buku ini bertujuan untuk menjadi panduan bagi para pelaku bisnis batik yang ingin mengadaptasi dan memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Dari strategi pemasaran online hingga implementasi sistem manajemen yang efisien, kami merangkum berbagai pendekatan praktis dan solusi inovatif untuk membantu bisnis batik bertransformasi secara digital.

Kami ingin menyampaikan terima kasih kepada para kontributor yang telah berbagi wawasan, pengalaman, dan pengetahuan mereka dalam pembuatan buku ini. Semoga buku ini menjadi sumber inspirasi dan panduan yang berharga bagi Anda semua dalam menjalankan bisnis batik secara efektif di era digital ini. Selamat membaca, dan semoga kesuksesan selalu menyertai langkah-langkah transformasi bisnis batik Anda.

Malang, 5 September 2024

Hormat kami,



Muhammad Nizar, M.E.I

DAFTAR ISI

COVER	i
INFORMASI BUKU	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENGERTIAN BATIK	1
1. Batik Tulis	4
2. Batik Cap	5
3. Batik Lukis	6
BAB 2 STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UKM BATIK	7
1. Segmentasi Pasar	8
2. Penargetan Pasar.....	9
3. Posisi Pasar.....	10
4. Pengembangan Produk	12
5. Penetapan Harga	13
6. Distribusi	15
7. Promosi.....	17
8. Branding	19
9. Kolaborasi.....	21
10. Pelayanan Pelanggan	23
BAB 3 SOSIAL MEDIA YANG HARUS DIGUNAKAN UKM BATIK UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI DAN PENJUALAN BATIK.....	27
1. Sosial Media Marketing.....	27
2. Cara Menentukan Media Sosial untuk UKM	36
3. Cara Sederhana Foto Produk Dengan HP Untuk Toko Online	39
BAB 4 KEMITRAAN USAHA UKM DENGAN MARKETPLACE.....	45
1. Enam Hal yang Perlu Diperhatikan Sebelum Menjual Produk Batik Canting Cantik di <i>Marketplace</i>	45
2. Cara Membuat Instagram Shopping	48
3. Syarat dan Cara Daftar Akun TikTok Shop untuk Jualan Online	53
DAFTAR PUSTAKA.....	57

BAB 1

PENGERTIAN BATIK

Batik adalah sesuatu yang sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia saat ini dan merupakan salah satu warisan budaya yang unik dari nusantara. Keunikan batik terletak pada berbagai motifnya yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Menurut Hakim, (2018) secara etimologis dan terminologis, batik berasal dari kata "*mbat*" dan "*tik*". Dalam bahasa Jawa, "*mbat*" berarti melempar berulang kali, sedangkan "*tik*" berasal dari kata titik. Jadi, membatik dapat diartikan sebagai proses melempar titik berulang kali pada kain.



Gambar 1. Aktifitas membatik yang dimulai dengan menebali pola dengan lilin

Ada juga yang berpendapat bahwa kata batik berasal dari kata "*amba*" yang berarti kain lebar dan "*titik*". Dengan demikian, batik adalah titik-titik yang digambar pada kain lebar untuk

menciptakan pola-pola indah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, (2018) batik didefinisikan sebagai kain bergambar yang pembuatannya dilakukan dengan cara khusus, yakni dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain, yang kemudian diolah melalui proses tertentu.



Gambar 2. Image di batik memiliki makna tersendiri, bukan sekedar gambar biasa

Batik telah ada sejak zaman Majapahit dan tetap populer hingga saat ini. Walaupun tidak ada yang bisa memastikan kapan tepatnya batik diciptakan, motif-motif batik telah ditemukan pada artefak seperti candi dan patung. Menurut Yuliati, (2010), kesenian batik merupakan seni menggambar di atas kain untuk pakaian yang awalnya menjadi bagian dari budaya keluarga kerajaan di Indonesia. Pada awalnya, batik hanya dibuat di dalam keraton untuk pakaian raja, keluarga, serta pengikutnya. Batik yang digunakan di lingkungan istana dianggap sebagai milik

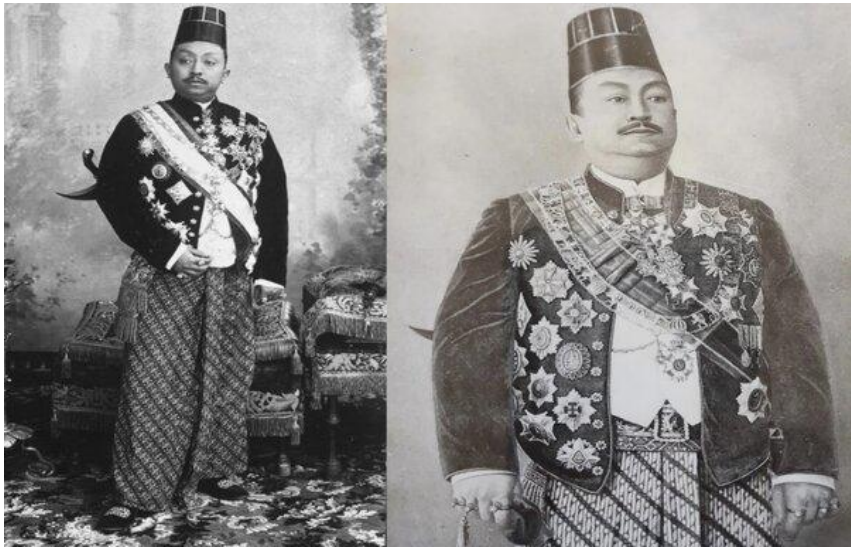
eksklusif, dan orang lain tidak diizinkan menggunakannya. Hal ini mencerminkan kekuasaan raja serta tata laku masyarakat yang menjadi dasar dalam penciptaan batik. Akhirnya, terbentuklah konsep batik klasik dan tradisional, di mana penentuan tingkatan klasik merupakan hak prerogatif raja.



Gambar 3. Sejarah Batik di Indonesia

Banyaknya pengikut raja yang tinggal di luar keraton menyebabkan keterampilan membuat batik menyebar dan ditiru oleh masyarakat sekitar. Bahkan, membatik menjadi pekerjaan wanita untuk mengisi waktu luang mereka. Akibatnya, batik yang awalnya hanya dikenakan oleh keluarga keraton, akhirnya menjadi pakaian rakyat. Pada awal kemunculannya, motif batik terbentuk dari simbol-simbol bermakna yang bernuansa tradisional Jawa, Islam, Hinduisme, dan Buddhisme. Seiring

perkembangannya, batik diperkaya dengan pengaruh budaya lain seperti Cina dan Eropa modern.



Gambar 4. Raja-Raja di Indonesia dahulu memakai batik

Wulandari, (2022) mengemukakan bahwa terdapat tiga jenis batik berdasarkan teknik pembuatannya, yaitu:

1. **Batik Tulis**

Batik tulis dibuat secara manual dengan tangan menggunakan alat bantu bernama canting untuk menerapkan malam pada motif batik. Proses pembuatan batik tulis memerlukan kesabaran dan ketelitian yang tinggi karena setiap titik dalam motif mempengaruhi hasil akhirnya. Motif yang dihasilkan dengan cara ini tidak akan pernah sama persis. Kerumitan dalam pembuatannya inilah yang membuat

harga batik tulis sangat mahal. Batik jenis ini dikenakan oleh raja, pembesar keraton, dan bangsawan sebagai simbol kemewahan.



Gambar 5. Pembuatan batik dengan metode tulis menggunakan canting.

2. Batik Cap

Batik cap dibuat dengan menggunakan cap atau stempel bermotif batik yang terbuat dari tembaga. Cap ini menggantikan fungsi canting sehingga dapat mempercepat proses pembuatan. Motif batik cap dianggap kurang memiliki nilai seni karena semua motifnya identik. Harga batik cap relatif murah karena dapat diproduksi secara massal.



Gambar 6. Pembuatan batik dengan metode tulis menggunakan cap.

3. Batik Lukis

Batik lukis dibuat dengan melukiskan motif menggunakan malam pada kain putih. Pembuatan motif batik lukis tidak terpaku pada pakem motif batik yang ada, melainkan dibuat sesuai dengan keinginan pelukis, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 7. Batik lukis memiliki harga yang mahal karena termasuk dalam kategori batik yang eksklusif dan diproduksi dalam jumlah terbatas.



Gambar 7. Pembuatan batik dengan metode tulis menggunakan lukis.

Batik sebagai warisan nenek moyang yang kaya akan makna dan keindahan, merupakan bagian tak terpisahkan dari identitas budaya Indonesia. Penting untuk terus mempertahankan dan mempromosikan keberlanjutan warisan ini agar tetap hidup dan dihargai oleh generasi masa depan.

BAB 2

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UKM BATIK

Strategi pemasaran adalah rencana atau pendekatan yang sistematis untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa. Tujuan utama dari strategi pemasaran adalah untuk mencapai tujuan bisnis tertentu, seperti meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, atau memperkuat hubungan dengan pelanggan (Ma'rifah, 2023).



Gambar 8. Kegiatan Fashion Batik untuk mempromosikan penjualan.

UKM (Usaha, Kecil, dan Menengah) batik memiliki peran penting dalam melestarikan warisan budaya Indonesia sekaligus menggerakkan perekonomian lokal. Untuk tetap bertahan dan

berkembang di pasar yang semakin kompetitif, UKM batik perlu memperhatikan strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu UKM batik meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan membangun merek yang kuat (Rozi, 2017).

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah langkah pertama yang krusial dalam strategi pemasaran. Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang luas dan heterogen menjadi beberapa kelompok atau segmen yang lebih kecil dan homogen berdasarkan karakteristik tertentu. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan, preferensi, atau perilaku serupa sehingga perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

UKM batik perlu memahami siapa target pasar mereka. Segmentasi dapat dilakukan berdasarkan demografi (usia, jenis kelamin, pendapatan), geografi (wilayah atau daerah), dan psikografi (gaya hidup, nilai, dan preferensi). Dengan segmentasi yang tepat, UKM batik dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka untuk memenuhi kebutuhan spesifik setiap segmen. Berikut adalah beberapa contoh potensi segmentasi pasar untuk batik anak, yang dapat membantu UKM batik dalam mengidentifikasi dan menargetkan konsumen secara lebih efektif.



Gambar 9. Segmentasi batik untuk anak-anak, sudah banyak modelnya dan motifnya.

2. Penargetan Pasar

Setelah segmentasi, langkah berikutnya adalah penargetan pasar. Penargetan pasar, atau *market targeting*, adalah proses dalam pemasaran di mana perusahaan memilih satu atau lebih segmen pasar yang telah diidentifikasi melalui segmentasi pasar untuk difokuskan. Tujuan dari penargetan pasar adalah untuk mengalokasikan sumber daya pemasaran secara efisien dan efektif pada segmen-segmen yang paling potensial dan menguntungkan, sehingga perusahaan dapat menciptakan dan menawarkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan preferensi spesifik dari segmen tersebut (Ma'rifah, 2023).

UKM batik harus memilih segmen pasar yang paling potensial dan sesuai dengan kapasitas produksi serta sumber daya yang dimiliki. Misalnya, segmen pasar premium dapat ditargetkan dengan produk batik eksklusif berkualitas tinggi, sementara segmen pasar yang lebih luas dapat ditargetkan dengan produk batik yang lebih terjangkau.

3. Posisi Pasar

Posisi pasar yang unik adalah kunci untuk membedakan produk batik dari pesaing. Posisi pasar yang unik, atau unique market positioning, adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk menciptakan dan mengkomunikasikan persepsi yang berbeda dan menarik tentang produk atau mereknya di benak konsumen dibandingkan dengan pesaing. Tujuan utama dari posisi pasar yang unik adalah untuk membuat produk atau merek tersebut menjadi pilihan yang jelas dan berbeda dari yang lain dalam pasar yang kompetitif, sehingga dapat menarik perhatian dan loyalitas konsumen (Basalamah, 2018).

Keunikan produk mencakup fitur dan manfaat khusus yang tidak ditawarkan oleh pesaing, serta penekanan pada kualitas superior atau keandalan produk. Citra merek melibatkan pengembangan identitas merek yang kuat melalui logo, slogan, dan desain kemasan yang mencerminkan nilai dan kepribadian merek, serta menciptakan asosiasi emosional yang positif dengan

merek melalui cerita, heritage, atau nilai-nilai yang dijunjung tinggi (Utama, 2019).

Nilai tambah termasuk layanan pelanggan yang luar biasa, seperti garansi, dukungan purna jual, atau layanan khusus, serta memberikan pengalaman pelanggan yang unik melalui inovasi dalam cara produk disajikan, dijual, atau dikirimkan. Target konsumen yang spesifik dicapai melalui segmentasi pasar, dengan memfokuskan strategi pemasaran pada segmen pasar tertentu yang memiliki kebutuhan atau preferensi yang spesifik, serta menyesuaikan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan unik dari segmen pasar yang ditargetkan.

Misalkan sebuah UKM batik ingin menciptakan posisi pasar yang unik untuk produk batik anak. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan:

- a. Keunikan Produk. Menekankan penggunaan bahan yang ramah kulit dan teknik pewarnaan alami yang aman untuk anak-anak, serta menghadirkan motif-motif batik yang eksklusif dan dirancang khusus untuk anak-anak dengan karakter ceria dan penuh warna.
- b. Citra Merek. Membangun identitas merek yang kuat dengan logo dan slogan yang mudah diingat dan mencerminkan keceriaan anak-anak, serta mengkomunikasikan cerita di balik setiap motif batik yang mengedukasi anak-anak tentang budaya dan tradisi.

- c. Nilai Tambah. Menyediakan layanan personalisasi, seperti menambahkan nama anak pada pakaian batik atau menawarkan paket hadiah khusus untuk ulang tahun, serta mengadakan workshop atau acara khusus di mana anak-anak dapat belajar tentang proses pembuatan batik dan menciptakan motif mereka sendiri.
- d. Target Konsumen yang Spesifik. Menargetkan orang tua yang peduli dengan warisan budaya dan mencari pakaian berkualitas untuk anak-anak mereka, serta menyediakan berbagai ukuran dan desain yang dapat disesuaikan sesuai dengan preferensi dan kebutuhan anak-anak.

Dengan menciptakan posisi pasar yang unik, UKM batik dapat menonjol di pasar yang kompetitif, menarik perhatian konsumen yang tepat, dan membangun loyalitas merek yang kuat. Posisi pasar yang unik membantu konsumen untuk memahami mengapa produk tersebut berbeda dan lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga memudahkan mereka dalam membuat keputusan pembelian.

4. Pengembangan Produk

Untuk tetap relevan dan menarik, UKM batik harus terus mengembangkan produk mereka. Ini bisa berarti menambahkan variasi baru seperti pakaian, aksesoris, dan dekorasi rumah, atau meningkatkan kualitas produk dengan bahan baku yang lebih baik dan teknik pembuatan yang terampil. Inovasi dalam desain juga

penting untuk menarik minat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama. Gambar di bawah merupakan batik ecoprint menjadi alternatif menjaga lingkungan dan alam, dengan memanfaatkan dedaunan sebagai motif dan pewarna alami.



Gambar 10. Batik Ecoprint.

5. Penetapan Harga

Penetapan harga yang tepat adalah aspek krusial dalam strategi pemasaran bagi UKM batik untuk mempengaruhi persepsi nilai produk di mata konsumen dan mencapai tujuan penjualan yang diinginkan. Pendekatan dalam menetapkan harga harus mempertimbangkan nilai produk, biaya produksi, posisi pasar, dan strategi kompetitif. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut beserta contoh implementasi strategi penetapan harga yang efektif (Lestari, 2019):

- a. Penyesuaian dengan Nilai Produk. Harga harus mencerminkan nilai produk batik, termasuk keunikan desain, kualitas bahan, dan teknik pembuatan yang digunakan. UKM batik perlu memahami apa yang membuat produk mereka berbeda dan menetapkan harga yang sepadan dengan nilai tambah yang ditawarkan. Misalnya, UKM Canting Cantik dapat menetapkan harga yang lebih tinggi untuk koleksi batik premium yang menggunakan bahan-bahan eksklusif atau teknik pewarnaan yang lebih rumit. Sebaliknya, produk dengan desain yang lebih sederhana atau menggunakan bahan yang lebih umum dapat ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
- b. Penyesuaian dengan Segmen Pasar. Strategi penetapan harga harus disesuaikan dengan karakteristik segmen pasar yang ditargetkan. UKM batik perlu mempertimbangkan daya beli, preferensi harga, dan sensitivitas konsumen terhadap harga dalam menetapkan rentang harga yang tepat. Contoh UKM Canting Cantik dapat menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah atau diskon untuk batik anak-anak atau mahasiswa yang merupakan segmen pasar yang lebih sensitif terhadap harga. Sementara itu, untuk koleksi batik premium yang ditujukan untuk kalangan profesional atau kolektor,

mereka dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dengan penekanan pada kualitas dan keunikan desain.

- c. Diskon dan Promosi. Penggunaan diskon, promosi, atau penawaran khusus pada momen-momen tertentu seperti Hari Batik Nasional atau akhir tahun dapat menjadi strategi efektif untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan dalam jangka waktu yang singkat. Contoh UKM Canting Cantik dapat mengadakan promo diskon 20% untuk semua produk batik selama periode peringatan Hari Batik Nasional. Mereka juga bisa memberikan promo *buy 1 get 1 free* untuk produk tertentu pada akhir tahun sebagai bagian dari strategi *clearance inventory*.

6. Distribusi

Distribusi yang efektif adalah kunci bagi UKM batik untuk memastikan bahwa produk mereka dapat dijangkau oleh konsumen potensial dengan cara yang efisien dan tepat. Strategi distribusi yang baik tidak hanya mencakup pemilihan saluran distribusi yang tepat tetapi juga memastikan ketersediaan produk yang konsisten dan pelayanan yang memuaskan. Berikut implementasi dari strategi distribusi yang efektif untuk UKM batik:

- a. Saluran Distribusi yang Beragam. Memanfaatkan berbagai saluran distribusi seperti toko offline, pameran seni dan craft, serta *platform e-commerce* membantu UKM batik untuk

menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Setiap saluran distribusi memiliki kelebihan dan tantangan sendiri, sehingga kombinasi yang tepat dapat memaksimalkan potensi penjualan. UKM Canting Cantik dapat menjual produk mereka melalui toko offline di lokasi strategis seperti pusat perbelanjaan atau galeri seni lokal. Mereka juga bisa berpartisipasi dalam pameran seni atau event craft yang dihadiri oleh penggemar seni tradisional atau produk lokal. Selain itu, mendirikan toko online di platform e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen di seluruh Indonesia dan bahkan mancanegara.

- b. Kerjasama dengan Mitra Distribusi. Bermitra dengan reseller, agen, atau distributor lokal dapat membantu UKM untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Mitra distribusi ini biasanya memiliki jaringan dan pengetahuan lokal yang dapat membantu memperkenalkan dan mendistribusikan produk batik kepada konsumen potensial. UKM Canting Cantik dapat menjalin kerjasama dengan toko-toko fashion atau butik lokal yang tertarik untuk menjual produk batik mereka. Melalui kerjasama ini, mereka dapat menempatkan produknya di lebih banyak titik penjualan tanpa harus mengurus distribusi secara langsung. Selain itu, bekerja sama dengan agen atau distributor yang memiliki saluran

distribusi yang mapan dapat membantu memperluas cakupan geografis penjualan batik mereka.

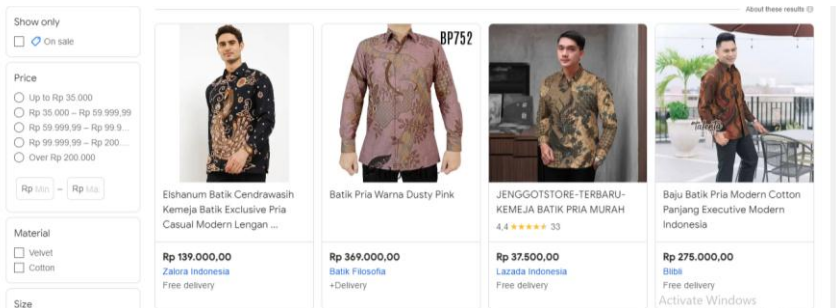
Dengan menerapkan strategi distribusi yang komprehensif dan terintegrasi, UKM Canting Cantik dapat tidak hanya meningkatkan ketersediaan produk di pasaran tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Distribusi yang efektif tidak hanya membantu meningkatkan penjualan tetapi juga memperkuat citra merek dan memberikan kesempatan untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dalam industri batik yang kompetitif.

7. Promosi

Promosi yang tepat merupakan salah satu strategi kunci dalam membangun kesadaran dan minat konsumen terhadap produk batik dari UKM. Dalam era digital seperti sekarang, penggunaan media sosial menjadi sangat penting untuk mempromosikan produk dan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan potensial. Berikut ini adalah beberapa elemen dan strategi promosi yang dapat diterapkan oleh UKM batik untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka:

- a. Pemanfaatan Media Sosial. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memberikan platform yang kuat untuk memamerkan keindahan dan keunikan produk batik. Melalui posting gambar produk, video proses pembuatan, atau konten yang menginspirasi, UKM dapat menjangkau audiens yang

lebih luas secara global. UKM Canting Cantik dapat mengunggah foto produk batik terbaru dengan detail motif dan informasi tentang teknik pembuatannya. Mereka juga bisa memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories atau Live untuk memberikan sneak peek tentang koleksi baru atau untuk berinteraksi langsung dengan pengikut mereka.



Gambar 11. Kini beli batik dapat dilakukan secara online, harganya terjangkau.

- b. **Promosi dan Diskon Tertentu.** Mengadakan promosi atau memberikan diskon pada momen-momen khusus seperti Hari Batik Nasional atau perayaan lokal dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong pembelian impulsif. UKM bisa menawarkan diskon khusus atau promo beli satu gratis satu untuk memperingati Hari Batik Nasional, serta mempromosikan penawaran ini melalui media sosial dan situs web mereka untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.
- c. **Penggunaan Influencer atau Brand Ambassador.** Menggandeng influencer atau brand ambassador yang

memiliki pengikut yang besar dan loyal dapat membantu meningkatkan eksposur merek secara signifikan. Mereka dapat membantu memperkenalkan produk batik kepada audiens mereka yang sudah tertarik pada gaya hidup atau kebudayaan. UKM Canting Cantik dapat bekerja sama dengan seorang influencer atau public figure lokal yang memiliki minat pada seni dan budaya lokal. Influencer ini dapat memposting foto menggunakan produk batik UKM dan menceritakan pengalaman positif mereka, sehingga membantu membangun citra merek yang positif dan meningkatkan minat konsumen.

Dengan menggabungkan strategi-strategi promosi ini secara efektif, UKM batik dapat tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga membangun kesadaran yang kuat terhadap merek mereka di pasar yang kompetitif. Promosi yang tepat juga membantu menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, memperkuat citra merek, dan membuka peluang untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

8. Branding

Branding adalah proses yang melibatkan penciptaan, pengelolaan, dan penguatan citra merek yang kuat dan konsisten di mata konsumen. Bagi UKM batik, membangun branding yang efektif sangat penting karena akan membantu membedakan produk mereka di pasar yang kompetitif. Beberapa

elemen kunci dalam branding yang perlu diperhatikan antara lain adalah logo, kemasan produk, dan cerita di balik produk.

Logo merupakan identitas visual yang mewakili nilai dan identitas merek. Sebuah logo yang baik tidak hanya mudah dikenali tetapi juga mencerminkan karakteristik unik dari produk batik yang ditawarkan. Misalnya, UKM Canting Cantik dapat merancang logo yang mencerminkan keindahan dan keunikan dari motif batik yang mereka produksi, serta mudah diingat oleh pelanggan potensial.

Kemasan produk juga memainkan peran penting dalam branding. Kemasan yang menarik dan profesional tidak hanya melindungi produk tetapi juga meningkatkan nilai estetika dan persepsi kualitas produk. Sebagai contoh, UKM batik dapat mengemas produk mereka dengan desain kemasan yang menarik, mungkin dengan menambahkan informasi mengenai asal-usul batik dan teknik pembuatannya, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi konsumen.

Selain itu, cerita di balik produk atau *brand storytelling* juga merupakan strategi branding yang efektif. Menceritakan proses pembuatan batik, nilai-nilai tradisional yang dijunjung tinggi, atau inspirasi di balik motif-motif batik yang mereka ciptakan tidak hanya memberikan keunikan tetapi juga menciptakan ikatan emosional dengan konsumen. Contoh dari UKM Canting Cantik bisa melibatkan cerita tentang warisan

budaya lokal atau kisah perjuangan dalam melestarikan seni batik tradisional.



Gambar 12. Pemerintah turut mempromosikan batik.

Dengan memperhatikan semua elemen branding ini secara holistik, UKM Canting Cantik dapat membangun citra merek yang kuat dan menginspirasi kepercayaan serta loyalitas dari pelanggan mereka. Branding yang efektif tidak hanya menciptakan perbedaan yang jelas dari pesaing tetapi juga mengkomunikasikan nilai-nilai dan keunikan produk batik, sehingga meningkatkan daya tarik dan nilai produk di pasar.

9. Kolaborasi

Kolaborasi dengan desainer, seniman, atau industri lain merupakan strategi yang potensial bagi UKM batik untuk menciptakan produk yang lebih menarik, inovatif, dan relevan dengan pasar saat ini. Dengan bekerja sama dengan desainer atau

seniman yang memiliki visi dan pendekatan kreatif yang berbeda, UKM batik dapat menggabungkan keahlian tradisional dalam pembuatan batik dengan elemen desain kontemporer atau tema yang sedang tren. Misalnya, kolaborasi dengan seorang desainer mode lokal dapat menghasilkan koleksi batik yang tidak hanya indah secara estetika tetapi juga sesuai dengan selera dan gaya hidup pelanggan saat ini.

Selain itu, bergabung dengan komunitas dan asosiasi UKM batik dapat memberikan manfaat yang signifikan. Komunitas ini seringkali menjadi tempat untuk berbagi pengalaman, pengetahuan, dan sumber daya dengan sesama pelaku industri. Melalui pertemuan, workshop, atau forum diskusi yang diadakan oleh asosiasi, UKM batik dapat memperluas jaringan bisnis mereka, menjalin kemitraan baru, dan mendapatkan insight tentang tren pasar atau teknologi terbaru dalam industri batik.

Sebagai contoh, UKM Canting Cantik di Gempol, Kabupaten Pasuruan, dapat menggandeng seorang seniman lokal untuk menciptakan motif batik yang unik dan modern, menggabungkan teknik tradisional dengan elemen desain kontemporer yang menarik bagi generasi muda. Kolaborasi ini tidak hanya menghasilkan produk yang menarik perhatian pasar yang lebih luas tetapi juga memperkuat citra merek sebagai inovator dalam industri batik lokal.

Bergabung dengan Asosiasi Pengrajin Batik Indonesia atau menghadiri acara komunitas lokal seperti pameran seni atau festival batik juga dapat membantu UKM Canting Cantik untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dan membangun basis penggemar yang setia terhadap produk-produk mereka. Dengan memanfaatkan kolaborasi dan jaringan komunitas dengan efektif, UKM Canting Cantik dapat mengembangkan bisnis mereka dengan lebih baik di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis.

10. Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan yang baik adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pelayanan pelanggan adalah serangkaian kegiatan dan interaksi yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, atau masalah pelanggan dengan cara yang efektif dan memuaskan. Ini meliputi semua bentuk komunikasi, layanan, dan dukungan yang diberikan kepada pelanggan sepanjang siklus hidup produk atau layanan, mulai dari sebelum pembelian hingga setelah penjualan. Pelayanan pelanggan yang baik tidak hanya fokus pada menyelesaikan masalah atau kebutuhan pelanggan secara tepat waktu, tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang dapat membangun kepercayaan, loyalitas, dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Untuk UKM Canting Cantik di Gempol, Kabupaten Pasuruan, kesuksesan dapat dicapai dengan menerapkan strategi pelayanan pelanggan yang efektif. Respons yang cepat terhadap pertanyaan dan permintaan pelanggan merupakan langkah awal yang krusial. Memastikan adanya saluran komunikasi yang mudah dijangkau seperti nomor telepon yang responsif atau email dengan waktu tanggapan maksimal 24 jam dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, pelayanan yang ramah dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan juga penting. Melatih staf untuk memberikan sapaan hangat, bantuan yang baik, baik saat kunjungan langsung maupun interaksi melalui media sosial, serta memastikan setiap pelanggan merasa dihargai akan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Pengelolaan keluhan pelanggan dengan efisien juga krusial; mendirikan prosedur standar seperti formulir keluhan dan memberikan pelatihan kepada staf untuk menyelesaikan masalah dengan solusi yang memuaskan dapat mencegah eskalasi konflik. Untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan, UKM Canting Cantik bisa mengembangkan program loyalitas yang menarik, seperti diskon khusus atau promosi eksklusif untuk anggota program, serta mengirimkan informasi terbaru untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan. Dengan strategi ini, UKM Canting Cantik dapat membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal serta meningkatkan reputasi di pasar lokal.



Gambar 13. Kegiatan promosi batik banyak digelar, untuk meningkatkan minat beli.

Banyak kegiatan promosi batik yang digelar untuk meningkatkan minat beli di kalangan masyarakat. Berbagai acara, seperti pameran, bazar, dan festival, sering kali menjadi sarana utama untuk memperkenalkan berbagai motif dan jenis batik kepada publik. Selain itu, kampanye di media sosial dan kolaborasi dengan influencer juga gencar dilakukan untuk menarik perhatian generasi muda. Langkah-langkah ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan batik, tetapi juga untuk melestarikan warisan budaya yang tak ternilai ini. Dengan adanya upaya promosi yang terus menerus, diharapkan batik semakin dikenal dan diminati, baik di dalam maupun luar negeri (Prayogi, 2019).

BAB 3

SOSIAL MEDIA YANG HARUS DIGUNAKAN UKM BATIK UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI DAN PENJUALAN BATIK

1. Sosial Media Marketing

a. Pengertian Sosial Media Marketing

Sosial media marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan, membangun hubungan dengan audiens, dan menciptakan komunitas yang kuat di sekitar merek. Dalam konteks ini, media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan lainnya digunakan sebagai saluran komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran yang spesifik. Berikut beberapa elemen kunci dari sosial media marketing:

- 1) **Konten yang Relevan:** Konten yang menarik dan bermanfaat harus dibuat untuk menarik perhatian audiens target. Ini bisa berupa teks, gambar, video, infografis, dan lain-lain.
- 2) **Interaksi dengan Audiens:** Berinteraksi dengan pengikut melalui komentar, pesan, dan umpan balik adalah cara efektif untuk membangun hubungan yang lebih erat dan loyalitas merek.

- 3) Penggunaan Iklan Berbayar: Banyak platform media sosial menawarkan layanan iklan berbayar yang dapat membantu mencapai audiens yang lebih luas dan spesifik.
- 4) Analisis dan Pengukuran: Mengukur kinerja kampanye media sosial melalui metrik seperti jumlah tayangan, like, share, komentar, dan konversi untuk menilai efektivitas dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.
- 5) Engagement dan Keterlibatan: Mengelola dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens melalui konten interaktif, seperti kuis, polling, dan sesi tanya jawab.

Sosial media marketing memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, memahami kebutuhan mereka, dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan tren dan preferensi pasar yang terus berkembang.

b. Peran Sosial Media Marketing

Sosial media marketing memainkan peran penting dalam strategi pemasaran modern. Berikut adalah beberapa peran utama sosial media marketing:

- 1) Meningkatkan Brand Awareness: Sosial media adalah platform yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek. Melalui konten yang konsisten dan menarik, merek dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas mereka di pasar.

- 2) **Membangun Komunitas:** Sosial media memungkinkan merek untuk membangun komunitas loyal di sekitar produk atau layanan mereka. Ini menciptakan hubungan yang lebih erat antara merek dan konsumen, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- 3) **Interaksi dan Komunikasi:** Sosial media menyediakan saluran komunikasi langsung antara merek dan konsumen. Ini memungkinkan perusahaan untuk merespons pertanyaan, keluhan, dan umpan balik secara real-time, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 4) **Promosi Produk dan Layanan:** Melalui sosial media, perusahaan dapat mempromosikan produk dan layanan mereka kepada audiens yang lebih luas. Kampanye iklan berbayar di media sosial juga dapat disesuaikan untuk menjangkau target demografis yang spesifik.
- 5) **Mengumpulkan Data dan Insight:** Sosial media memberikan data yang berharga tentang perilaku konsumen, preferensi, dan tren pasar. Analisis data ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
- 6) **Meningkatkan Traffic dan SEO:** Berbagi konten di sosial media dapat meningkatkan traffic ke situs web perusahaan. Selain itu, keberadaan aktif di media sosial juga dapat meningkatkan peringkat SEO (Search Engine

Optimization) karena mesin pencari mempertimbangkan aktivitas media sosial sebagai indikator relevansi dan otoritas.

- 7) Mengelola Reputasi Online: Sosial media memungkinkan perusahaan untuk memantau dan mengelola reputasi mereka secara online. Tanggapan cepat terhadap ulasan negatif atau krisis dapat membantu mengendalikan kerusakan dan menjaga citra positif merek.
- 8) Mendorong Konversi dan Penjualan: Dengan strategi yang tepat, sosial media dapat menjadi alat yang kuat untuk mendorong konversi dan penjualan. Konten yang menarik dan call-to-action yang efektif dapat mendorong audiens untuk mengambil tindakan, seperti membeli produk atau mendaftar untuk layanan.
- 9) Kolaborasi dengan Influencer: Melalui sosial media, perusahaan dapat bekerja sama dengan influencer yang memiliki audiens besar dan berpengaruh. Kolaborasi ini dapat membantu meningkatkan kredibilitas dan mencapai audiens yang lebih luas.

Sosial media marketing adalah komponen penting dari strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan memanfaatkan potensi penuh dari media sosial, perusahaan dapat mencapai tujuan bisnis mereka, membangun hubungan

yang kuat dengan pelanggan, dan tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang.

c. Kelebihan Sosial Media Marketing

Sosial media marketing menawarkan berbagai kelebihan yang menjadikannya komponen penting dalam strategi pemasaran digital. Berikut adalah beberapa kelebihan utama:

- 1) **Biaya Efektif:** Pemasaran melalui media sosial biasanya lebih murah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan cetak atau televisi. Banyak platform media sosial yang memungkinkan pembuatan akun dan posting konten secara gratis, dan bahkan opsi iklan berbayarnya lebih terjangkau dibandingkan media iklan lainnya.
- 2) **Menjangkau Audiens yang Luas:** Media sosial memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens global tanpa batas geografis. Dengan miliaran pengguna aktif, potensi untuk mencapai pelanggan baru sangat besar.
- 3) **Targeting yang Tepat:** Sosial media menyediakan alat targeting yang canggih yang memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang sangat spesifik berdasarkan demografi, minat, perilaku, dan lokasi. Ini

memastikan bahwa konten dan iklan sampai kepada orang yang paling mungkin tertarik.

- 4) **Interaksi Langsung dengan Pelanggan:** Sosial media memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan melalui komentar, pesan pribadi, dan posting. Ini memfasilitasi komunikasi dua arah yang dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan memperkuat loyalitas merek.
- 5) **Feedback Real-Time:** Perusahaan dapat menerima feedback langsung dari pelanggan melalui sosial media, yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk, layanan, atau strategi pemasaran. Respon cepat terhadap feedback juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 6) **Meningkatkan Brand Awareness:** Kehadiran aktif dan konsisten di media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek secara signifikan. Konten yang dibagikan, di-like, dan di-comment dapat menyebar luas dan mencapai audiens yang lebih besar.
- 7) **Mendukung SEO (Search Engine Optimization):** Aktivitas di media sosial dapat meningkatkan peringkat SEO perusahaan. Konten yang sering dibagikan dan mendapatkan banyak interaksi dapat meningkatkan otoritas domain dan meningkatkan peringkat di mesin pencari.

- 8) Menganalisis Kompetitor: Media sosial memungkinkan perusahaan untuk memantau aktivitas dan strategi kompetitor. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dan mengidentifikasi peluang pasar.
- 9) Kreativitas dan Inovasi: Sosial media memberikan platform untuk kreativitas dan inovasi dalam konten pemasaran. Video, gambar, infografis, dan cerita interaktif dapat digunakan untuk menarik perhatian audiens dengan cara yang unik dan menarik.
- 10) Mengukur Keberhasilan Kampanye: Sosial media menyediakan alat analitik yang mendalam untuk mengukur keberhasilan kampanye pemasaran. Metrik seperti jumlah tayangan, interaksi, konversi, dan ROI dapat digunakan untuk mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi pemasaran.

Dengan kelebihan-kelebihan ini, sosial media marketing menjadi alat yang sangat efektif dalam mencapai tujuan bisnis, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan kehadiran merek di pasar yang kompetitif.

d. Kelemahan Sosial Media Marketing

Meskipun sosial media marketing memiliki banyak kelebihan, ada juga beberapa kelemahan yang perlu

diperhatikan oleh perusahaan. Berikut adalah beberapa kelemahan utama:

- 1) Waktu dan Sumber Daya: Mengelola sosial media yang efektif membutuhkan waktu dan sumber daya yang signifikan. Membuat konten berkualitas, berinteraksi dengan pengikut, dan memantau kinerja membutuhkan dedikasi dan tim yang terampil.
- 2) Risiko Reputasi: Kesalahan kecil dalam posting atau interaksi di sosial media dapat merusak reputasi merek. Komentar negatif atau ulasan buruk dapat menyebar dengan cepat dan mempengaruhi persepsi publik terhadap merek.
- 3) Ketergantungan pada Platform: Perusahaan sangat bergantung pada kebijakan dan algoritma platform sosial media. Perubahan algoritma yang tidak terduga dapat mempengaruhi jangkauan dan keterlibatan konten secara drastis.
- 4) Persaingan Tinggi: Sosial media adalah ruang yang sangat kompetitif dengan banyak merek yang berusaha menarik perhatian audiens yang sama. Membedakan diri dari kompetitor dan menarik perhatian audiens bisa menjadi tantangan besar.
- 5) Hasil Tidak Instan: Membangun kehadiran dan pengaruh di sosial media membutuhkan waktu. Hasil dari kampanye

sosial media sering kali tidak langsung terlihat, memerlukan kesabaran dan strategi jangka panjang.

- 6) Keamanan dan Privasi: Sosial media rentan terhadap masalah keamanan dan privasi. Perusahaan harus berhati-hati dalam mengelola data pelanggan dan informasi sensitif untuk menghindari kebocoran data dan serangan siber.
- 7) Pengukuran yang Kompleks: Meskipun ada banyak alat analitik, mengukur ROI (Return on Investment) dari kampanye sosial media bisa jadi kompleks. Tidak selalu mudah untuk menghubungkan interaksi sosial media langsung dengan penjualan atau konversi.
- 8) Rentan terhadap Kritik Publik: Sosial media memungkinkan pelanggan untuk mengungkapkan ketidakpuasan secara publik. Keluhan atau kritik yang tidak ditangani dengan baik dapat memperburuk citra merek.
- 9) Perubahan Tren: Tren di sosial media berubah dengan cepat. Perusahaan harus terus beradaptasi dengan tren baru untuk tetap relevan, yang bisa memerlukan perubahan strategi yang sering.
- 10) Keterbatasan Jangkauan Organik: Platform sosial media sering kali membatasi jangkauan organik konten untuk mendorong penggunaan iklan berbayar. Ini berarti

perusahaan mungkin perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Memahami kelemahan ini penting agar perusahaan dapat merancang strategi sosial media marketing yang lebih efektif, dengan memanfaatkan kelebihan dan mengatasi tantangan yang ada.

2. Cara Menentukan Media Sosial untuk UKM

Menentukan media sosial yang tepat untuk Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) adalah langkah penting untuk memaksimalkan efektivitas pemasaran digital. Berikut adalah panduan lengkap untuk membantu UKM memilih platform media sosial yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka:

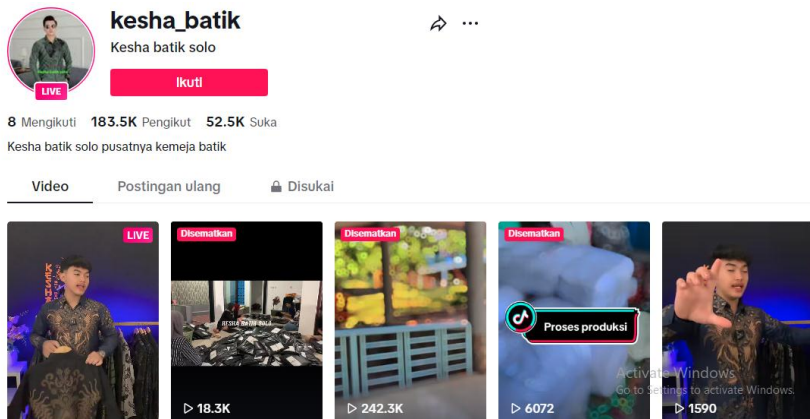
- a. Menentukan Tujuan Pemasaran. Sebelum memilih media sosial, UMKM harus menentukan tujuan pemasaran mereka. Beberapa tujuan umum meliputi:
 - 1) Meningkatkan *brand awareness*.
 - 2) Meningkatkan penjualan.
 - 3) Meningkatkan engagement dengan pelanggan.
 - 4) Mendapatkan feedback dan ulasan pelanggan.
 - 5) Menyediakan layanan pelanggan yang lebih baik.
- b. Memahami Target Audiens. Mengetahui siapa target audiens sangat penting dalam memilih platform media sosial. Pertimbangkan faktor-faktor berikut:

- 1) Usia. Platform seperti TikTok dan Instagram lebih populer di kalangan generasi muda, sementara Facebook dan LinkedIn lebih sering digunakan oleh orang dewasa dan profesional.
 - 2) Jenis kelamin. Beberapa platform mungkin memiliki demografi pengguna yang berbeda. Misalnya, Pinterest lebih banyak digunakan oleh perempuan.
 - 3) Minat dan Hobi. Platform tertentu lebih sesuai untuk audiens dengan minat spesifik, seperti Pinterest untuk seni dan kerajinan, atau LinkedIn untuk jaringan profesional.
- c. Menilai Jenis Konten yang Akan Dibuat. Jenis konten yang UMKM rencanakan untuk dibuat juga mempengaruhi pilihan platform (Nurlaily, 2021):
- 1) Konten Visual. Instagram, Pinterest, dan TikTok sangat cocok untuk konten yang bersifat visual seperti foto dan video pendek.
 - 2) Konten Teks dan Artikel. Facebook dan LinkedIn cocok untuk konten berbasis teks, artikel, dan pembaruan status.
 - 3) Video Panjang. YouTube adalah platform ideal untuk video yang lebih panjang dan konten yang mendalam.
 - 4) Interaksi Langsung. Instagram Live, Facebook Live, dan TikTok Live memungkinkan interaksi langsung dengan audiens melalui siaran langsung.

- d. Analisis Kompetitor. Melakukan analisis terhadap kompetitor dapat memberikan wawasan tentang platform mana yang efektif di industri yang sama. Perhatikan platform apa yang mereka gunakan, jenis konten yang mereka bagikan, dan bagaimana audiens merespons.
- e. Evaluasi Ketersediaan Sumber Daya. Pertimbangkan sumber daya yang tersedia, termasuk waktu, tenaga, dan anggaran. Beberapa platform memerlukan lebih banyak upaya untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi:
 - 1) Instagram dan TikTok membutuhkan konten visual yang menarik dan mungkin memerlukan keterampilan fotografi dan video.
 - 2) LinkedIn memerlukan konten profesional dan berkualitas tinggi yang relevan dengan industri.
- f. Memanfaatkan Data dan Analitik. Platform media sosial menawarkan alat analitik yang membantu mengukur keberhasilan kampanye. Pertimbangkan platform yang menyediakan data yang dapat membantu UKM memahami kinerja mereka:
 - 1) Facebook Insights.
 - 2) Instagram Analytics.
 - 3) YouTube Analytics.
 - 4) LinkedIn Analytics.

g. Penggunaan Platform Secara Terpadu. Memilih lebih dari satu platform mungkin diperlukan untuk mencapai audiens yang lebih luas. Namun, pastikan strategi di setiap platform saling mendukung dan konsisten dengan tujuan pemasaran keseluruhan.

Menentukan media sosial yang tepat untuk UKM memerlukan pemahaman mendalam tentang tujuan pemasaran, audiens target, jenis konten, dan sumber daya yang tersedia. Dengan strategi yang tepat, UKM dapat memaksimalkan keberadaan mereka di media sosial dan mencapai tujuan pemasaran mereka dengan lebih efektif.



Gambar 14. Tik tok sebagai media jualan yang menjanjikan.

3. Cara Sederhana Foto Produk Dengan HP Untuk Toko Online

Menghasilkan foto produk yang berkualitas tidak selalu memerlukan kamera mahal. Dengan menggunakan smartphone,

kamu bisa menciptakan gambar produk yang menarik dan profesional. Berikut adalah panduan lengkap untuk memaksimalkan potensi fotografi produk dengan kamera ponsel.

Foto produk adalah kunci utama dalam pemasaran online. Tanpa gambar yang menarik, produkmu sulit dikenal dan dijual. Foto yang berkualitas tidak hanya memikat mata, tetapi juga membangun kepercayaan calon pembeli. Berikut beberapa alasan mengapa kualitas foto produk sangat penting (Arviani, 2020):

- a. Meningkatkan Penjualan. Foto yang menarik membuat produkmu lebih menonjol di antara ribuan produk serupa.
- b. Membangun Kepercayaan. Calon pembeli cenderung lebih percaya pada toko yang menampilkan foto produk dengan kualitas tinggi.
- c. Meningkatkan *Brand Image*. Foto yang baik mencerminkan kualitas dan profesionalisme brand.

Teknik Foto Produk dengan HP

- a. Bersihkan Lensa Kamera. Pastikan lensa kamera ponsel bersih dari debu dan sidik jari. Gunakan kain microfiber atau tisu lembut untuk membersihkannya agar hasil foto jernih dan tajam.
- b. Pilih Tempat dengan Pencahayaan yang Baik. Pencahayaan adalah elemen krusial dalam fotografi. Pilih lokasi dengan pencahayaan alami, seperti dekat jendela atau di teras. Jika

- perlu, gunakan lampu tambahan untuk memastikan produk terlihat jelas tanpa bayangan.
- c. **Buat Konsep yang Menarik.** Konsep foto yang kreatif dapat membedakan produkmu dari pesaing. Misalnya, untuk produk sunscreen, pilih latar pantai yang relevan. Ide kreatif bisa ditemukan melalui brainstorming atau inspirasi dari berbagai sumber.
 - d. **Gunakan Background dan Properti Pendukung.** Pilih background yang tidak mengganggu fokus produk. Gunakan warna atau tekstur yang kontras dengan produk agar lebih menonjol. Tambahkan properti pendukung yang relevan untuk memberikan konteks pada produk, seperti alat masak untuk foto makanan.
 - e. **Atur Fokus Kamera.** Tekan layar ponsel untuk mengatur titik fokus pada produk. Untuk hasil yang lebih baik, kunci fokus dengan menahan layar pada titik yang diinginkan. Pastikan produk yang difoto berada di titik fokus agar tajam dan jelas.
 - f. **Ambil Foto dari Berbagai Angle.** Eksplorasi dengan berbagai sudut pengambilan foto, seperti dari depan, samping, atas, atau serong. Ini memberi kamu banyak pilihan dan memungkinkan evaluasi angle terbaik untuk produkmu.
 - g. **Lakukan Editing Sederhana.** Gunakan aplikasi editing seperti Adobe Lightroom atau VSCO untuk memperbaiki

pencahayaan, ketajaman, dan saturasi warna. Filter yang disediakan juga bisa menambah daya tarik foto produk.

- h. Perbanyak Referensi Foto dari Internet. Ambil inspirasi dari Instagram, Pinterest, atau situs lain. Amati elemen seperti background, properti, pencahayaan, dan angle pengambilan gambar untuk menghasilkan ide baru.



Gambar 15. Aktifitas Foto produk.

Tips Foto Produk untuk Berbagai Macam Produk sebagai berikut:

- a. Konsep Menggugah Selera. Pilih konsep yang menarik perhatian, misalnya makanan di meja makan dengan pencahayaan hangat.
- b. Saturasi Warna. Sesuaikan saturasi warna agar makanan terlihat lebih segar dan menggugah selera.

- c. Angle 45 Derajat. Ambil foto dari sudut 45 derajat untuk memberikan dimensi pada makanan.
- d. Flatlay. Foto dari atas (*flatlay*) memberikan tampilan yang estetik dan memudahkan melihat seluruh elemen makanan.
- e. Tambahkan Efek. Gunakan efek asap atau lelehan untuk meningkatkan daya tarik visual.

Foto Produk Baju dengan HP

- a. Background Polos. Gunakan background yang bersih dan polos untuk menonjolkan produk.
- b. Properti Pendukung. Tambahkan properti seperti kursi atau hanger untuk memberikan konteks.
- c. Foto di Tempat Umum. Ambil foto di lokasi yang relevan dengan produk, misalnya di taman untuk pakaian kasual.
- d. Gunakan Model. Foto dengan model yang sesuai dengan target pasar untuk menambah daya tarik.
- e. Perlihatkan Detail. Tampilkan detail seperti kerah, saku, atau tekstur kain.

Foto Produk Hijab dengan HP sebagai berikut:

- a. *Mix and Match*. Padukan hijab dengan pakaian yang cocok untuk menunjukkan variasi gaya.
- b. Detail Bahan dan Tekstur. Tampilkan detail bahan dan tekstur hijab agar lebih menarik.
- c. Tampilkan Warna dengan Jelas. Pastikan warna hijab terlihat nyata dan sesuai dengan produk.

- d. Aktivitas Sehari-hari. Foto penggunaan hijab dalam berbagai aktivitas sehari-hari untuk menunjukkan fungsionalitas.

BAB 4

KEMITRAAN USAHA UKM DENGAN *MARKETPLACE*

1. Enam Hal yang Perlu Diperhatikan Sebelum Menjual Produk Batik Canting Cantik di *Marketplace*

Sebagai UKM yang mengusung produk batik canting khas dengan sentuhan keunikan dan keindahan, memanfaatkan marketplace digital adalah langkah strategis untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Berikut adalah enam hal penting yang perlu diperhatikan sebelum memasarkan produk Batik Canting Cantik di marketplace (Suryana, 2014):

a. Traffic dari Marketplace

Salah satu keuntungan terbesar dari menjual di *marketplace* adalah akses ke basis data pelanggan yang besar. Pastikan untuk mengevaluasi traffic dari marketplace yang Anda pilih. Perhatikan apakah marketplace tersebut memiliki traffic yang cukup besar, aktif dalam transaksi, dan menunjukkan pertumbuhan dari waktu ke waktu. Memahami traffic ini sangat penting, terutama jika Anda memilih niche marketplace yang lebih kecil atau kurang terkenal. Misalnya, marketplace seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak yang sudah memiliki basis pengguna besar bisa menjadi pilihan yang tepat untuk menjangkau lebih banyak calon pembeli.

b. Konsumen Selalu Ada, Namun Bukan Berarti Penjualan Akan Selalu Terjadi

Walaupun marketplace memiliki basis pelanggan yang luas, bukan jaminan bahwa penjualan akan otomatis terjadi. Marketplace hanya menyediakan platform bagi Anda untuk bertemu dengan calon pelanggan yang aktif mencari produk seperti batik. Oleh karena itu, penting bagi Anda untuk memastikan bahwa produk Batik Canting Cantik Anda tidak hanya ditemukan, tetapi juga menarik minat untuk dibeli. Beberapa cara untuk meningkatkan traffic dan konversi termasuk:

- 1) **Pengoptimalan Daftar Produk.** Gunakan kata kunci yang relevan dan tepat. Alat seperti Google Keyword Tool dapat membantu Anda menemukan kata kunci populer. Pastikan juga kategori produk dan sub-kategori produk Anda sesuai dan relevan, sehingga produk Anda mudah ditemukan oleh pencari batik.
- 2) **Tingkatkan Visibilitas Produk.** Tingkatkan peringkat produk dengan menggabungkan beberapa produk terkait dalam daftar variasi, seperti kombinasi motif batik berbeda atau produk dengan ukuran dan warna yang beragam. Ini dapat membantu meningkatkan peringkat produk Anda di pencarian marketplace.

c. Struktur Biaya

Menjual produk di marketplace melibatkan berbagai biaya. Lakukan riset terhadap struktur biaya marketplace yang akan Anda gunakan, termasuk biaya penjualan, biaya pencatatan produk, dan biaya lainnya. Pertimbangkan juga biaya tambahan seperti pengiriman, pemasaran, dan dukungan opsional dari platform marketplace tersebut. Pastikan struktur biaya ini sesuai dengan anggaran dan strategi bisnis Anda.

d. Dukungan dari Marketplace yang Anda Pilih

Banyak marketplace menyediakan dukungan untuk membantu Anda mengoptimalkan hasil penjualan. Dukungan ini bisa berupa alat pemasaran, pengelola akun khusus, atau akses ke fitur premium. Teliti lebih lanjut mengenai dukungan yang tersedia di marketplace pilihan Anda dan apakah ada biaya tambahan yang terkait dengan layanan tersebut. Hal ini dapat membantu Anda lebih efektif dalam mengelola dan mengembangkan bisnis Batik Canting Cantik Anda.

e. Aturan & Regulasi

Marketplace memiliki aturan dan regulasi yang berbeda-beda. Pastikan Anda memahami dan mematuhi aturan khusus yang berlaku, seperti kebijakan pengembalian produk, ketentuan pengiriman, dan peraturan lainnya. Fleksibilitas dan kontrol mungkin lebih terbatas dibandingkan dengan menjual melalui website atau webstore sendiri. Pastikan Anda siap mematuhi

kebijakan dan prosedur yang ada di marketplace tersebut, agar brand Batik Canting Cantik Anda dapat tampil dengan optimal.

f. Pengelolaan Beberapa Saluran Sekaligus

Menjual di berbagai saluran penjualan bisa memperluas jangkauan dan mempercepat pertumbuhan bisnis, tetapi pengelolaannya bisa rumit. Menyusun daftar produk secara manual di berbagai marketplace, mengelola stok, dan memenuhi pesanan bisa memakan waktu dan biaya besar. Potensi masalah seperti kesalahan manusia, penjualan berlebih, pengaturan stok yang tidak efektif, dan keterlambatan dalam pengiriman bisa memengaruhi kepuasan pelanggan dan reputasi brand Anda.

Dengan memperhatikan keenam hal ini, Batik Canting Cantik dapat memilih marketplace yang tepat dan memaksimalkan potensi penjualan secara efektif, sehingga lebih banyak orang dapat menikmati keindahan dan keunikan batik khas Indonesia.

2. Cara Membuat Instagram Shopping

Di era digital saat ini, platform online adalah kunci untuk memperluas jangkauan bisnis. Selain marketplace, media sosial seperti Instagram memiliki potensi besar untuk memasarkan produk Anda. Fitur bisnis Instagram Shopping memudahkan pebisnis menjangkau pengguna Instagram dan menghubungkan produk dengan website atau marketplace (Adhim, 2021).

Instagram Shopping adalah fitur gratis dari Instagram yang memungkinkan penjual memasarkan produk mereka langsung di aplikasi. Fitur ini memudahkan pelanggan untuk melihat dan membeli produk tanpa harus meninggalkan Instagram, serta memungkinkan penjual membuat katalog produk dan menambahkan tag produk di postingan dan cerita. Adapun manfaat instagram shopping sebagai berikut:

- a. Produk Lebih Mudah Ditemukan oleh Konsumen. Dengan Instagram Shopping, produk Anda bisa diakses dengan mudah melalui profil bisnis Anda, meningkatkan *engagement rate* (ER) akun bisnis.
- b. Mudahnya Penyampaian Informasi Produk ke Konsumen. Informasi produk seperti harga dan deskripsi dapat disampaikan langsung di Instagram tanpa membuat pelanggan meninggalkan aplikasi, yang dapat meningkatkan peluang pembelian.
- c. Menjangkau Konsumen Lebih Banyak. Instagram Shopping membantu menjangkau lebih banyak calon konsumen karena produk yang muncul di bagian Shop disesuaikan dengan aktivitas pengguna.
- d. *Closing Rate* Meningkat dengan Kerja Sama Influencer. Bekerja sama dengan influencer menggunakan fitur Instagram Shopping for Creators dapat meningkatkan closing rate karena

influencer dapat langsung mengarahkan pengikut ke produk Anda.

- e. Memperluas dan Meningkatkan Produk Baru. Fitur peluncuran produk (*Product Launches*) memungkinkan Anda memberitahukan pengikut tentang produk baru, yang dapat meningkatkan penjualan saat peluncuran.
- f. Fitur Saved Produk bagi Calon Konsumen. Calon konsumen dapat menyimpan produk yang mereka minati untuk pembelian di kemudian hari.
- g. Kemudahan dalam Promosi Produk. Instagram menyediakan berbagai fitur promosi seperti Shopping Ads untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Fitur Instagram Shopping ini sangat memanjakan para pebisnis, karena memang diorientasikan secara khusus untuk hal tersebut. Berikut ini beberapa fitur dari Instagram Shopping yang perlu diketahui, antara lain:

- a. Instagram Shopping Tag. Memberikan label produk di postingan dan katalog, memungkinkan pelanggan melihat harga dan detail produk.
- b. Katalog Produk. Menampilkan produk dalam katalog yang bisa diakses oleh audiens, dengan gambar, nama, dan tag harga.

- c. Halaman Detail Produk. Menampilkan informasi lengkap tentang produk termasuk gambar, harga, deskripsi, dan link ke website toko online.
- d. Instagram Shopping Ads. Mengiklankan produk untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- e. Shopping Tag di Akun Tertentu. Memungkinkan produk Anda di-tag oleh influencer dalam postingan mereka.
- f. Product Launches. Membuat pengumuman tentang peluncuran produk baru dengan fitur countdown.

Sebelum memulai cara membuat Instagram Shopping, kamu harus terlebih dulu memenuhi persyaratan yang ada. Sebab, tidak sembarang akun bisnis Instagram dapat membuat Instagram Shopping, karena itu, perhatikan beberapa syarat berikut ini agar permintaanmu diterima oleh Instagram.

- a. Akun Instagram harus terdaftar sebagai akun bisnis.
- b. Bisnis berlokasi di area yang didukung oleh Instagram Shopping.
- c. Produk memenuhi syarat Instagram.
- d. Terhubung dengan halaman Facebook bisnis.
- e. Memenuhi standar kebijakan perdagangan Instagram dan Facebook.
- f. Terhubung dengan katalog produk di Facebook.
- g. Bisnis memiliki website untuk berjualan.

Sebelum menggunakan fitur-fitur di dalamnya, ada beberapa cara membuat Instagram Shopping dan kamu harus mengetahuinya. Cara membuat Instagram Shopping adalah sebagai berikut.

- a. Aktifkan Akun Bisnis di Instagram. Ubah akun Instagram menjadi akun bisnis atau creator melalui pengaturan akun.
- b. Membuat Website. Buat website untuk meningkatkan kredibilitas dan memudahkan pembuatan Instagram Shopping.
- c. Membuat Halaman Facebook dan Menambahkan Katalog Produk
- d. Buat halaman Facebook dan tambahkan katalog produk untuk dihubungkan dengan Instagram Shopping. Menghubungkan ke Katalog yang Ada di Facebook. Aktifkan Instagram Shopping melalui aplikasi Instagram dengan menautkan akun bisnis ke katalog produk di Facebook.
- e. Menunggu Akun Ditinjau. Tunggu peninjauan oleh pihak Instagram, biasanya memakan waktu 3-7 hari.
- f. Mengaktifkan Fitur Shopping. Aktifkan fitur belanja di pengaturan Instagram setelah disetujui.
- g. Menambahkan Label di Produk. Tambahkan label produk di postingan agar konsumen dapat melihat katalog produk Anda.

3. Syarat dan Cara Daftar Akun TikTok Shop untuk Jualan Online

TikTok adalah platform media sosial yang sangat populer untuk berbagi video belakangan ini. Selain sebagai tempat hiburan dan kreasi, TikTok juga menyediakan berbagai fitur yang bisa dimanfaatkan pengguna, salah satunya adalah TikTok Shop. TikTok Shop merupakan marketplace e-commerce yang menghubungkan penjual, pembeli, dan konten kreator, memungkinkan pengguna untuk membeli produk langsung dari aplikasi tanpa meninggalkan platform. Jika Anda memiliki toko online atau berbagai jenis usaha, TikTok Shop bisa menjadi sarana efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Cara mendaftar akun TikTok Shop Seller sebenarnya cukup sederhana. Namun, ada beberapa persyaratan yang harus Anda penuhi. Salah satu persyaratan untuk mendaftar akun TikTok Shop Seller adalah menggunakan versi aplikasi yang bukan versi Lite.

Pengguna TikTok versi aplikasi non Lite. Akun TikTok utama telah memiliki sebanyak 2.000 follower. Akun TikTok aktif dan memiliki 50 video view selama 28 hari terakhir. Pengguna berusia minimal 18 tahun. Menu akun TikTok Shop akan muncul saat syarat dan ketentuan tersebut sudah terpenuhi.

Cara Daftar Akun TikTok Shop Seller

- a. Buka aplikasi TikTok. Buka aplikasi TikTok di ponsel Anda.
- b. Masuk ke Profil. Pilih menu Profil.
- c. Pilih ikon tiga titik. Klik ikon tiga titik untuk membuka pengaturan.
- d. Pilih Creator tools. Di bagian alat kreator, pilih opsi ini.
- e. Klik TikTok Shop di Monetization. Pada bagian Monetisasi, pilih TikTok Shop.
- f. Klik Apply. Ikuti syarat dan ketentuan, lalu klik Apply.
- g. Verifikasi dari TikTok: Tunggu proses verifikasi dari TikTok.
- h. Badge TikTok Shop. Setelah verifikasi, badge TikTok Shop akan muncul di profil Anda.

Cara Menjual Barang di TikTok Shop

- a. Buka TikTok Shop Seller Center. Login dengan akun TikTok Anda di laman TikTok Shop Seller Center.
- b. Isi informasi toko. Lengkapi identitas dan data lainnya seperti lokasi toko dan nomor kontak.
- c. Jenis bisnis. Tentukan apakah bisnis Anda adalah korporat atau perorangan.
- d. Verifikasi identitas. Upload foto KTP atau paspor untuk verifikasi identitas.
- e. Tambahkan produk. Klik Start to add products dan isi informasi produk seperti foto dan deskripsi.

- f. Hubungkan ke rekening bank. Pastikan untuk menghubungkan akun TikTok Shop Anda dengan rekening bank agar bisa menerima pembayaran.
- g. Mulai berjualan. Setelah semua langkah selesai, Anda bisa mulai berjualan dan mempromosikan produk di TikTok.

Cara Cek Performa TikTok Shop

- a. Unduh aplikasi TikTok Seller. Aplikasi ini tersedia di Play Store atau App Store.
- b. Login dengan akun terdaftar. Masuk menggunakan akun yang telah didaftarkan sebelumnya.
- c. Pantau performa toko. Di aplikasi TikTok Seller, Anda dapat mengunggah produk, melihat analisa data toko, seperti total penghasilan, jumlah pesanan, total penjualan, dan rincian produk yang dijual.

Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, Anda dapat mulai menjual produk di TikTok Shop dan menjangkau lebih banyak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State: Journal of International Studies (NSJIS)*, 1(1), 60-89.
- Indonesia, T. R. K. B. B. (2018). *Kamus besar bahasa Indonesia*.
- Yuliati, D. (2010). Mengungkap sejarah dan motif batik Semarang. *Paramita: Historical Studies Journal*, 20(1).
- Wulandari, A. (2022). *Batik Nusantara: Makna filosofis, cara pembuatan, dan industri batik*. Penerbit Andi.
- Ma'rifah, H. N., Azizah, R. A. N., Jordi, M. R., Amrullah, M. B. N., Ichsan, M. N., Yunanto, I. F., ... & Fatmah, E. A. (2023). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar di Batik New Colet Jombang. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 270-276.
- Rozi, A. F. (2017). Analisis strategi pemasaran pada djawa batik solo analysis marketing strategies On Djawa batik Solo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2).
- Basalamah, M. R., Athia, I., & Jannah, M. (2018). Strategi Pemasaran Yang Tepat Guna Dalam Menghadapi Persaingan Pasar UMKM. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 2(2), 190-197.
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.
- Lestari, A., Rosita, S. I., & Marlina, T. (2019). Analisis Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 173-178.


- Prayogi, S., Santosa, A., Manajamen, P., & Ekonomi, F. (2019). *The Influence of Product Quality, Prices and Promotions on Interest in Buying Sri Sulastri's Batik*. None.
- Nurlailiy, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347-356.
- Arviani, H., Candrasari, Y., Rahmadillah, O. N., & Priambodo, A. I. (2020). *Instabranding Kepribadian di Lima Brand UKM Kuliner*. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 112-122.
- Suryana, T. (2014). Pengaruh Lingkungan Eksternal, Internal dan Etika Bisnis terhadap Kemitraan Usaha serta Implikasinya pada Kinerja Usaha Kecil. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 68-88.
- Adhim, A. M. S., & Nasik, K. (2021). Pengaruh Model Kemitraan Perajin Batik dan UMKM terhadap Kesejahteraan Perajin Batik Tanjung Bumi Bangkalan. *Nuris Journal of Education and Islamic Studies*, 1(2), 142-157.
- Supriyadi, S., Christian, A., Suryani, I., & Rusdi, I. (2022). Pelatihan Canva Dalam Pembuatan Konten Promosi Media Sosial TikTok Pada Fatayat NU. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 566-572.



TRANSFORMASI DIGITAL BISNIS BATIK

Membangun Kapabilitas Digital pada Batik Canting
Cantik Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Buku ini menyajikan panduan komprehensif tentang bagaimana UKM Batik Canting Cantik di Gempol, Kabupaten Pasuruan, dapat bertransformasi secara digital untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar modern. Melalui pembinaan dan pendampingan, buku ini menguraikan langkah-langkah strategis untuk membangun kapabilitas digital, termasuk pemanfaatan teknologi dalam proses produksi, pemasaran, dan manajemen bisnis.



ISBN: Proses

ISBN 978-623-90-2552-4



Penerbit

Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya

URAIAN HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Penerapan Teknologi dalam Program Penguatan *Digital Capability* Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation pada UKM Batik Canting Cantik Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada Penguatan *Digital Capability* Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan *Digital Business Transformation* pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan dilaksanakan pada tanggal 4 Agustus 2024-30 September 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital para pelaku UKM dalam menghadapi era digitalisasi serta mendorong transformasi bisnis mereka secara digital. Berikut adalah uraian hasil pelaksanaan dari sisi penerapan teknologi.

1. Peningkatan Pemahaman Teknologi Digital

Selama kegiatan, para peserta, yang terdiri dari pelaku UKM Batik Canting, mendapatkan pemahaman mendalam mengenai pentingnya teknologi digital dalam pengembangan bisnis. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, para pelaku UKM diperkenalkan pada berbagai konsep dasar digitalisasi, seperti:

- a. Pemanfaatan Internet: Peserta diajarkan bagaimana internet dapat menjadi sarana untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform seperti media sosial dan e-commerce.

Gambar 1 pemanfaatan internet sebagai media promosi oleh Dinas Perdagangan Kabupaten Pasuruan



- b. Pengenalan Teknologi Finansial Digital: UKM Batik Canting diajarkan menggunakan aplikasi pembayaran digital (seperti e-wallet dan QRIS) untuk memudahkan transaksi secara nontunai.

Gambar 1 Teknologi Finansial Digital



Pembayaran melalui QRIS

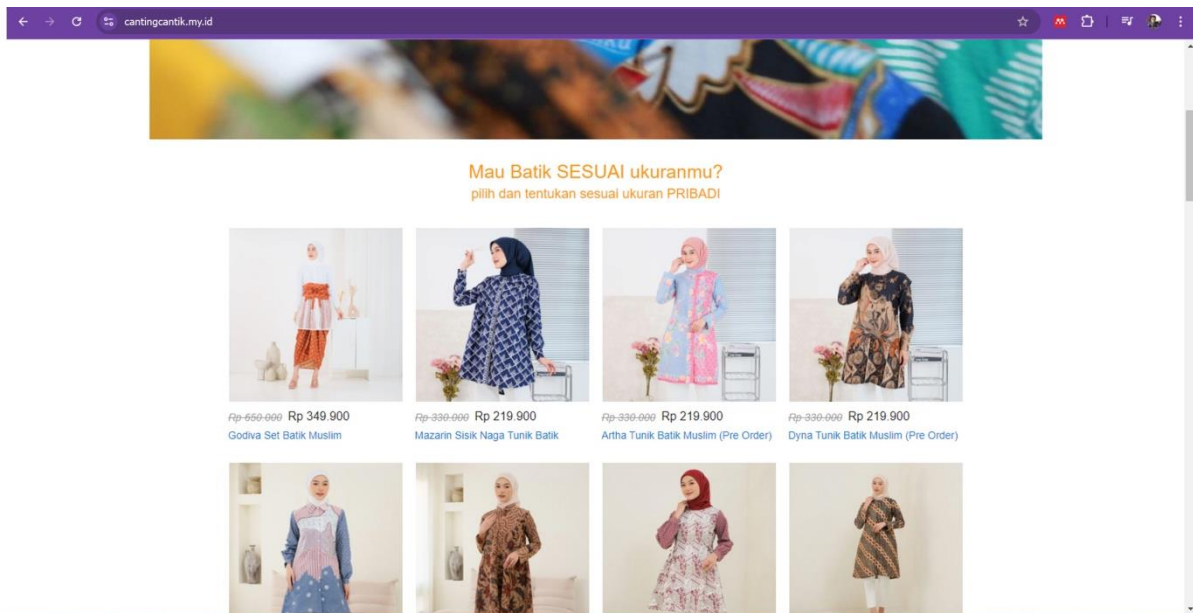


Pembayaran melalui e-wallet DANA

2. Implementasi Platform E-Commerce

Penerapan teknologi dimulai dengan membantu pelaku UKM membuat dan mengelola toko online di platform e-commerce lokal dan nasional, seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Peserta diajarkan cara mengunggah produk dengan deskripsi yang menarik dan foto berkualitas tinggi. Beberapa pencapaian utama adalah:

- a. Pembuatan Toko Online: Sebagian besar UKM berhasil membuat akun e-commerce dan mulai mengunggah produk Batik Canting mereka secara mandiri.



Website gallery canting cantik: <https://cantingcantik.my.id>

- b. Optimalisasi Penggunaan Media Sosial: UKM dibimbing dalam mengelola akun media sosial (Instagram, Facebook) sebagai sarana promosi. Mereka juga dilatih untuk menggunakan fitur iklan berbayar di platform ini guna meningkatkan visibilitas produk.



Pembayaran melalui QRIS



Pembayaran melalui e-wallet DANA

3. Digital Marketing dan Branding

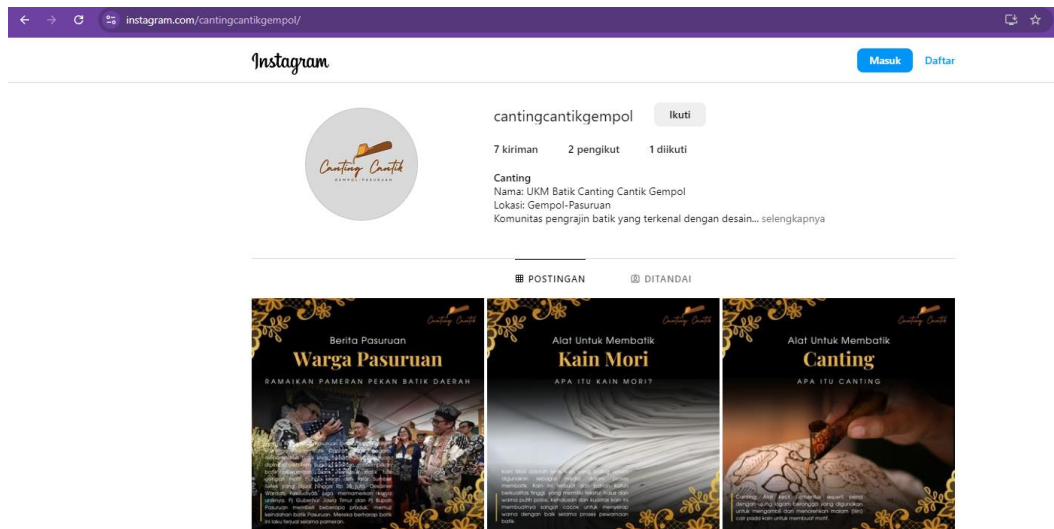
Pelatihan juga mencakup strategi pemasaran digital (*digital marketing*) yang efektif. Pelaku UKM belajar tentang pentingnya menciptakan *brand image* yang kuat secara online. Materi yang diberikan antara lain:

- a. *Content Creation*: Membuat konten pemasaran yang relevan dan menarik di media sosial serta platform e-commerce.
- b. SEO dan Analitik: Peserta dikenalkan pada dasar-dasar *Search Engine Optimization* (SEO) dan penggunaan analitik untuk memahami perilaku konsumen di dunia digital.

4. Pelatihan Fotografi Produk

Penerapan teknologi dalam aspek visual juga menjadi perhatian penting. Pelaku UKM Batik Canting dilatih untuk mengambil foto produk yang menarik menggunakan smartphone. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual produk yang diunggah ke platform e-commerce dan media sosial. Beberapa hasil yang dicapai adalah:

- c. Foto Produk Profesional: Peserta mampu mengambil foto produk dengan pencahayaan yang baik dan sudut pengambilan yang memperlihatkan detail motif batik.



5. Penggunaan Teknologi Manajemen Inventaris Digital

Dalam upaya meningkatkan efisiensi manajemen bisnis, pelaku UKM diperkenalkan pada aplikasi manajemen inventaris digital. Aplikasi ini memungkinkan pelaku usaha memonitor stok barang, mencatat transaksi, dan menghasilkan laporan keuangan secara otomatis. Implementasi ini memberikan dampak positif dalam hal:

- Pengelolaan Stok Barang yang Lebih Terstruktur: UKM dapat memantau stok bahan baku dan produk jadi secara real-time.
- Efisiensi Waktu dan Pengelolaan Keuangan: Dengan digitalisasi manajemen, pelaku UKM mengurangi risiko kesalahan perhitungan dan meningkatkan akurasi laporan keuangan.

6. Evaluasi dan Dampak Jangka Panjang

Setelah penerapan teknologi digital dalam program ini, evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam adopsi teknologi oleh pelaku UKM Batik Canting. Para peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional. Beberapa manfaat jangka panjang yang diproyeksikan dari program ini meliputi:

- Pertumbuhan Penjualan: Dengan penggunaan platform digital, UKM diharapkan mampu menjangkau konsumen lebih luas, baik di pasar lokal maupun nasional.
- Pengelolaan Bisnis yang Lebih Modern: Transformasi digital dalam manajemen bisnis memberikan efisiensi operasional yang lebih baik dan meminimalisir kesalahan dalam pengelolaan inventaris maupun keuangan.

Secara keseluruhan, program ini semoga dapat meningkatkan digital capability pelaku UKM Batik Canting, yang menjadi pondasi kuat bagi mereka dalam bersaing di era digital. Program ini diharapkan memberikan dampak jangka panjang dalam hal pertumbuhan bisnis dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

Penggunaan Anggaran

Nama Ketua : MUHAMMAD NIZAR

Judul : Penguatan Digital Capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan Dan Pendampingan Digital Business Transformation Pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Tahun Pelaksanaan : 2024

Dana Disetujui : Rp. 21.625.000

No	Komponen Biaya	No. Berkas	RAB	Jumlah Terealisasi
1	Biaya Lainnya		Rp. 1.081.250	Rp. 3.450.000
	Luaran tambahan pengabdian untuk Buku ber-ISBN	29.PKm.UYP.2024		Rp. 1.000.000
	Publikasi Luaran Jurnal Pengabdian	30.PKm.UYP.2024		Rp. 1.000.000
	Luaran pengabdian untuk HKI dan Berita Media Masa	28&31.PKm.UYP.2024		Rp. 1.150.000
	Luaran pengabdian untuk Video hasil pengabdian	32.PKm.UYP.2024		Rp. 300.000
2	Biaya Perjalanan		Rp. 3.243.750	Rp. 4.250.000
	SPPD Biaya perjalanan untuk Observasi pengabdian	01.PKm.UYP.2024		Rp. 450.000
	SPPD biaya perjalanan untuk Perizinan di Dinas Koperasi dan UKM	02.PKm.UYP.2024		Rp. 450.000
	SPPD Biaya perjalanan untuk Perizinan dan Sosialisasi Kegiatan di UKM Canting Cantik Gempol	03.PKm.UYP.2024		Rp. 450.000
	SPPD biaya perjalanan untuk Diskusi kegiatan dengan UKM tentang kegiatan dan materi yang akan di lakukan	04.PKm.UYP.2024		Rp. 450.000
	Pendampingan implementasi digital busines transformation	33.PKm.UYP.2024		Rp. 900.000
	Expo yang diselenggarakan oleh Himpunan Pengusaha Santri Kabupaten Pasuruan dan Bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Pasuruan	34.PKm.UYP.2024		Rp. 1.000.000
	MoU dengan organisasi batik canting cantik Gempol	34.PKm.UYP.2024		Rp. 550.000
3	Biaya Pelatihan		Rp. 4.325.000	Rp. 12.925.000
	Workshop: Penguatan Digital capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan Digital Business Transformation Pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan	09-23.PKm.UYP.2024		Rp. 12.325.000
	Kegiatan FDG yang	06.PKm.UYP.2024_07.P		Rp. 600.000

No	Komponen Biaya	No. Berkas	RAB	Jumlah Terealisasi
	meliputi biaya pelatihan	Km.UYP.2024_08.PKm.U YP.2024		
4	Biaya Upah dan Jasa		Rp. 2.162.500	Rp. 1.000.000
	Kegiatan FGD untuk upah dan jasa narasumber	05.PKm.UYP.2024		Rp. 1.000.000
Total			Rp. 21.625.000	Rp. 21.625.000

Sisa Dana : Rp. 0

Dana yang sudah digunakan : 100 %



Ketua Pelaksana

MUHAMMAD NIZAR
0724018701

LITERINDO

PT. LITERINDO BERKAH KARYA

PERCETAKAN & PENERBITANJl. Raya Apel No. 28A Semanding,
Sumbersekar, Dau - Kab. Malang (65151)
Telp./Fax : (0341) 5033268
Email : eduliteramalang@gmail.com**NOTA****Kepada Yth****Bpk Nizar****Tanggal Order :****Di Malang****15-Sep-24****Hp.****0812-4974-5821****Tanggal Ambil :****Ket.****JUDUL**

Transforamsi Digital Bisnis Batik

Mesin Digital

Ukuran

A5

1

Edit Bahasa

Kosong

Layout

Kosong

0

Desain Cover

Kosong

0

Isbn

Kosong

HALAMAN

62

Kertas

Bookpaper

Mesin POD

Oplag

20

0

Warna Is

Hitam Putih

0

Cover

Full Colours Ap260gr, Doft

0

BINDING

Lem

Srink

Plastik

Total Biaya**1,000,000**

Harga/eks.

50,000



JURNAL ABDI INSANI

LPPM Universitas Mataram. Jalan Pendidikan Nomor 37 Kota Mataram NTB.

Website OJS : <http://abdiinsani.unram.ac.id/index.php/jurnal/index>

INVOICE #1805

Dengan hormat,

Sehubungan dengan akan segera diterbitkannya artikel:

Judul naskah : PENGUATAN KAPABILITAS DIGITAL UKM BATIK CANTING KHAS GEMPOL KABUPATEN PASURUAN MELALUI PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL
Penulis naskah : Muhammad Nizar, M Jamhuri, Antin Rakhmawati
Edisi terbitan : Volume 11, Nomor 3, 2024
URL* : <http://abdiinsani.unram.ac.id/index.php/jurnal/issue/view/41>
DOI* : <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1805>
(URL/DOI akan segera aktif apabila artikel telah dipublish)

Author terkait dapat melakukan pembayaran yang sesuai dengan informasi pada [Publication-Fee](#), (rincian Terlampir). Bukti pembayaran dapat dikirimkan melalui OJS Jurnal Abdi Insani untuk menjadi dasar sehingga artikel dapat diteruskan untuk diproses pada tahapan publikasi berikutnya.

Item	Nominal (IDR)	Keterangan
Submission	0,-	
Article Processing Charges (APCs)	150.000,-	<i>lunas</i>
Publication Fees (PFs)	500.000,-	
Turnitin Check & Paraphrasing	100.000,-	<i>lunas</i>
Fast Track (SCs)	250.000,-	
Total	1.000.000,-	

Pembayaran dapat dilakukan melalui transfer ke rekening Bank BNI (**Kode 009**) **1237297518** atas nama *Andre Rachmat Scabra*.

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Mataram, 15 September 2024

Jurnal Abdi Insani,

Editor In Chief,



Andre Rachmat Scabra, M.Si.





UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 302/PSDM/S1/8/2024

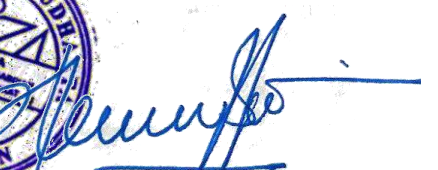
SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I
3.	a. Pangkat dan Golongan	:	Observasi pengabdian
	b. Jabatan	:	
	c. Gaji pokok	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
	d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	
4.	Maksud perjalanan dinas	:	Observasi pengabdian
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi
6.	a. Tempat berangkat	:	Universitas Yudharta Pasuruan
	b. Tempat tujuan	:	Kecamatan Gempol
7.	a. Lamanya perjalanan dinas	:	1 Hari
	b. Tanggal berangkat	:	10 Agustus 2024
	c. Tanggal kembali	:	10 Agustus 2024
8.	Pengikut	Nama	Status
	1	Antin Rakhmawati	Anggota
	2	M. Jamhuri	Anggota
9.	Pembebanan anggaran	:	
	a. Instansi	:	Hibah PKm Kemendikbud
	b. Mata anggaran	:	Rp. 450.000

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 09 Agustus 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan




Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP. Y 069110904



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 10 Agustus 2024 Ke : Kecamatan Gempol Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B: 296/MKI/4/1974.	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 302/PSDM/S1/8/2024
Tanggal SPPD : Observasi awal Pengabdian Kepada Masyarakat
Untuk pembayaran :

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	200.000
2. Uang Harian	250.000
Jumlah	450.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 450.000,- (Empat Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)

Pasuruan, 10 Agustus 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I

NIP.Y 0861109092



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 303/PSDM/S1/8/2024

SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I
3.	a. Pangkat dan Golongan	:	Perizinan Dinas Koperasi dan UKM
	b. Jabatan	:	
	c. Gaji pokok	:	Raci-Bangil-Pasuruan
	d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	
4.	Maksud perjalanan dinas	:	Observasi pengabdian
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi
6.	a. Tempat berangkat	:	Universitas Yudharta Pasuruan
	b. Tempat tujuan	:	Raci-Bangil-Pasuruan
7.	a. Lamanya perjalanan dinas	:	1 Hari
	b. Tanggal berangkat	:	15 Agustus 2024
	c. Tanggal kembali	:	15 Agustus 2024
8.	Pengikut	Nama	Status
	1	Antin Rakhmawati	Anggota
	2	M. Jamhuri	Anggota
9.	Pembebanan anggaran	:	
	a. Instansi	:	Hibah PKm Kemendikbud
	b. Mata anggaran	:	Rp. 450.000

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 14 Agustus 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan




Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP. Y 069110904



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 15 Agustus 2024 Ke : Raci-Bangil-Pasuruan Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B: 296/MKI/4/1974.	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 303/PSDM/S1/8/2024
Tanggal SPPD : Perizinan Dinas Koperasi dan UKM
Untuk pembayaran :

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	200.000
2. Uang Harian	250.000
Jumlah	450.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 450.000,- (Empat Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)

Pasuruan, 15 Agustus 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I

NIP.Y 0861109092



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

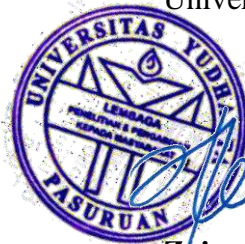
Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 303/PSDM/S1/8/2024

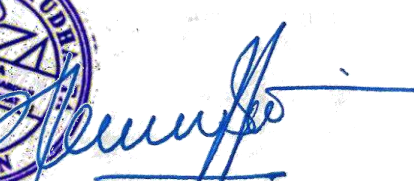
SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I
3.	a. Pangkat dan Golongan	:	Ketua Tim/ Lektor
	b. Jabatan	:	
	c. Gaji pokok	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
	d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	
4.	Maksud perjalanan dinas	:	Perizinan dan Sosialisasi Kegiatan
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi
6.	a. Tempat berangkat	:	Universitas Yudharta Pasuruan
	b. Tempat tujuan	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
7.	a. Lamanya perjalanan dinas	:	1 Hari
	b. Tanggal berangkat	:	20 Agustus 2024
	c. Tanggal kembali	:	20 Agustus 2024
8.	Pengikut	Nama	Status
	1	Antin Rakhmawati	Anggota
	2	M. Jamhuri	Anggota
9.	Pembebanan anggaran	:	
	a. Instansi	:	Hibah PKm Kemendikbud
	b. Mata anggaran	:	Rp. 450.000

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 19 Agustus 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan




Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP.Y 069110904



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 20 Agustus 2024 Ke : Gempol Kabupaten Pasuruan Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B: 296/MKI/4/1974.	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 304/PSDM/S1/8/2024
Tanggal SPPD : Perizinan dan Sosialisasi Kegiatan
Untuk pembayaran :

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	200.000
2. Uang Harian	250.000
Jumlah	450.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 450.000,- (Empat Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)

Pasuruan, 20 Agustus 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I

NIP.Y 0861109092



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 304/PSDM/S1/8/2024

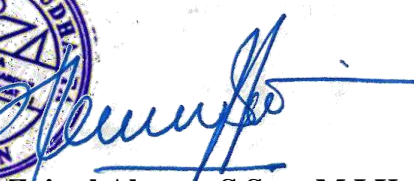
SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I
3.	a. Pangkat dan Golongan	:	Ketua Tim/ Lektor
	b. Jabatan	:	
	c. Gaji pokok	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
	d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	
4.	Maksud perjalanan dinas	:	Diskusi kegiatan Bersama TIM Batik Canting Cantik
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi
6.	a. Tempat berangkat	:	Universitas Yudharta Pasuruan
	b. Tempat tujuan	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
7.	a. Lamanya perjalanan dinas	:	1 Hari
	b. Tanggal berangkat	:	25 Agustus 2024
	c. Tanggal kembali	:	25 Agustus 2024
8.	Pengikut	Nama	Status
	1	Antin Rakhmawati	Anggota
	2	M. Jamhuri	Anggota
9.	Pembebanan anggaran		
	a. Instansi	:	Hibah PKm Kemendikbud
	b. Mata anggaran	:	Rp. 450.000

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 24 Agustus 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan




Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP. Y 069110904



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 25 Agustus 2024 Ke : Gempol Kabupaten Pasuruan Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B: 296/MKI/4/1974.	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 304/PSDM/S1/8/2024
Tanggal SPPD : Diskusi kegiatan Bersama TIM Batik Canting Cantik
Untuk pembayaran :

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	200.000
2. Uang Harian	250.000
Jumlah	450.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 450.000,- (Empat Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)

Pasuruan, 25 Agustus 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I

NIP.Y 0861109092

KWITANSI HKI

- 1. 28.PKm.UYP.2024 Biaya Lainnya Luaran 1. HKI
- 2. 31.PKm.UYP.2024 Biaya Lainnya 4. Berita


No. 441

Telah terima dari Amir Solih


Uang sejumlah 1.150.000

Untuk pembayaran HKI
Berita (tanpa jura)

Rp. 1.150.000



KWITANSI EDITING VIDEO PKM
32.PKm.UYP.2024


Tanggal 15/9 2024
Tuan _____
Toko M. Jauhuri

NOTA No. _____

Banyaknya	NAMA BARANG	Harga	Jumlah
1	Editing Video logo K220	10 mt.	300.000
			}

Tanda terima Barang-barang yang sudah
dibeli tidak dapat ditukar
atau dikembalikan. Jumlah Rp. 300.000

ELEVEN KOMPUTER

- 9. 12.PKm.UYP.2024
- 10. 13.PKm.UYP.2024
- 11. 20.PKm.UYP.2024

Teknologi dan Inovasi
Teknologi dan Inovasi
Teknologi dan Inovasi

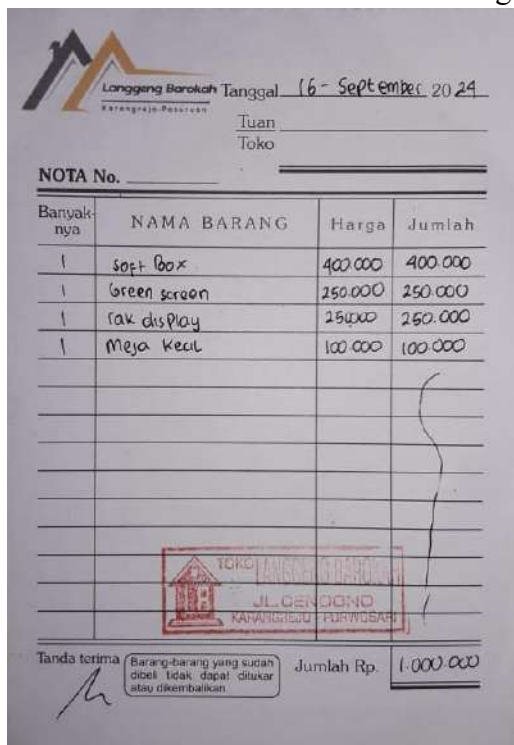
- 4. Aplikasi Akuntansi
- 5. Aplikasi Marketplace
- 12. Website



12. 21.PKm.UYP.2024

Teknologi dan Inovasi

13. Atribut foto produk




13. 23.PKm.UYP.2024

Tepat Guna

15. Sewa ruangan

No. _____
Telah terima dari Resa Kepulauan
Uang sejumlah 150.000
Untuk pembayaran Keberfihan Ruang Rapat

Rp. 150.000,-





**UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN**

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)
Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari
Pasuruan Tel/Fax : (0343) 611186

DAFTAR DANA TRANSPORTASI KEGIATAN

Penguatan Digital capability Masyarakat Lokal Melalui Pembinaan dan Pendampingan
Digital Business Transformation
Pada UKM Batik Canting Khas Gempol Kabupaten Pasuruan

Acara : Pengabdian Masyarakat
Tanggal : 17 September 2024
Tempat : Hall Balai Desa Kepulungan Gempol Pasuruan
Penanggung Jawab : Muhammad Nizar

No.	Nama	Nominal	TTD
1.	SITI SAADAH	100.000	<i>[Signature]</i>
2.	SITI UTAMI	100.000	<i>[Signature]</i>
3.	FAZRIATUN NISA'	100.000	<i>[Signature]</i>
4.	MURDIYAH	100.000	<i>[Signature]</i>
5.	MAGHIROTUL LAILIYA	100.000	<i>[Signature]</i>
6.	MUSTIKANINGTELASIH	100.000	<i>[Signature]</i>
7.	NUR HIKMA	100.000	<i>[Signature]</i>
8.	RISMA DWI FEBRIANTI	100.000	<i>[Signature]</i>
9.	RISKA ROICHATUL JANNAH	100.000	<i>[Signature]</i>
10.	HIDAYATUL UMMAH	100.000	<i>[Signature]</i>
11.	PUPUT DWI WANDINI	100.000	<i>[Signature]</i>
12.	AURELIA PUSPA MANGGALI	100.000	<i>[Signature]</i>
13.	JAMILAH	100.000	<i>[Signature]</i>
14.	FARIDA RAMADHANI	100.000	<i>[Signature]</i>
15.	AFIDATU AININ NISA'	100.000	<i>[Signature]</i>
16.	CENDI FIBTIA	100.000	<i>[Signature]</i>
17.	NADIA IBRAHIM	100.000	<i>[Signature]</i>
18.	A LLATURRO FFAH	100.000	<i>[Signature]</i>
19.	AFIDATU AININ NISA'	100.000	<i>[Signature]</i>
20.	ROGHIBA FILLAH	100.000	<i>[Signature]</i>
21.	RENITA FIRNANDA PUTRI	100.000	<i>[Signature]</i>
22.	FATIMAH AZ ZAHIRAH	100.000	<i>[Signature]</i>
23.	ANA MARDINATUL ILMI	100.000	<i>[Signature]</i>
24.	SITI ALVIYANING TIYAS	100.000	<i>[Signature]</i>
25.	FATIKHATUS SA'DIYA	100.000	<i>[Signature]</i>

METERAI TERBUKA
Muhammad Nizar, M.E.I



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

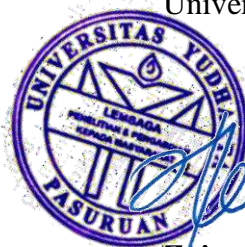
Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 305/PSDM/S1/9/2024

SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom	
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I	
3.	a. Pangkat dan Golongan	:	Workshop PKm	
	b. Jabatan	:		
	c. Gaji pokok	:	Kecamatan Pandaan Kabupaten	
	d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	Pasuruan	
4.	Maksud perjalanan dinas	:	Observasi pengabdian	
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi	
6.	a. Tempat berangkat	:	Universitas Yudharta Pasuruan	
	b. Tempat tujuan	:	Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan	
7.	a. Lamanya perjalanan dinas	:	1 Hari	
	b. Tanggal berangkat	:	17 September 2024	
	c. Tanggal kembali	:	17 September 2024	
8.	Pengikut		Nama	Status
	1		Antin Rakhmawati	Anggota
	2		M. Jamhuri	Anggota
9.	Pembebanan anggaran			
	a. Instansi	:	Hibah PKm Kemendikbud	
	b. Mata anggaran	:	Rp. 450.000	

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 16 September 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan



Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom

NIP. Y 069110904

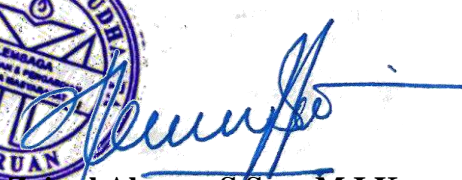
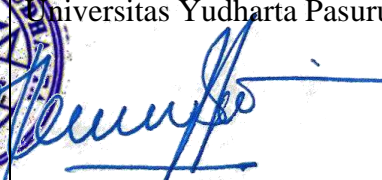
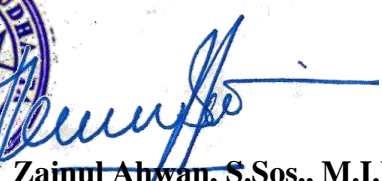


UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 17 September 2024 Ke : Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B:	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 305/PSDM/S1/9/2024

Tanggal SPPD : Workshop PKm

Untuk pembayaran :

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	200.000
2. Uang Harian	250.000
Jumlah	450.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 450.000,- (Empat Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)

Pasuruan, 17 September 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I

NIP.Y 0861109092

**BIAYA UPAH DAN JASA KEGIATAN FGD
UNTUK NARASUMBER**

05.PKm.UYP.2024

 UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN
Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung
Purwosari Pasuruan Tel/Fax : (0343) 611186

TANDA TERIMA


Tanggal, 29-08-2024

Terima dari : Amir Pahkawati

Kwitansi/Nota : 1. Rp. 500.000
2. Rp.
3. Rp.
4. Rp.
5. Rp.
6. Rp.
7. Rp.
Total Rp. 500.000

Kembali hari & tanggal:

Yang Menerima
(Amir Pahkawati)

 UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN
Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung
Purwosari Pasuruan Tel/Fax : (0343) 611186

TANDA TERIMA

Tanggal, 29-08-2024

Terima dari : M. Wizar

Kwitansi/Nota : 1. Rp. 500.000
2. Rp.
3. Rp.
4. Rp.
5. Rp.
6. Rp.
7. Rp.
Total Rp. 500.000

Kembali hari & tanggal:

Yang Menerima
(M. Wizar, M.Pd.)



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)
Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan
Tel/Fax : (0343) 611186

Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 304/PSDM/S1/12/2024

SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I
3.	a. Pangkat dan Golongan b. Jabatan c. Gaji pokok d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	Ketua Tim/ Lektor : : : Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
4.	Maksud perjalanan dinas	:	Pendampingan implementasi <i>digital business transformation</i>
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi
6.	a. Tempat berangkat b. Tempat tujuan	:	Universitas Yudharta Pasuruan : Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
7.	a. Lamanya perjalanan dinas b. Tanggal berangkat c. Tanggal kembali	:	2 Hari : 04 Desember 2024 : 05 Desember 2024
8.	Pengikut	Nama	Status
	1	Antin Rakhmawati	Anggota
	2	M. Jamhuri	Anggota
	3	Faridha Amalia	Mahasiswa
	4	Muhammad Noval Amirudin	Mahasiswa
9.	Pembebanan anggaran a. Instansi b. Mata anggaran	:	Hibah PKm Kemendikbud : Rp. 900.000

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 02 Desember 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan



Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP.Y 069110904



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 04 Desember 2024 Ke : Gempol Kabupaten Pasuruan Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B: 296/MKI/4/1974.	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 304/PSDM/S1/12/2024
Tanggal SPPD : Diskusi kegiatan Bersama TIM Batik Canting Cantik
Untuk pembayaran :

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	400.000
2. Uang Harian	500.000
Jumlah	900.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 900.000,- (Sembilan Ratus Ribu Rupiah)

Pasuruan, 02 Desember 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I

NIP.Y 0861109092



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)
Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan
Tel/Fax : (0343) 611186

Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 305/PSDM/S1/12/2024


SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I
3.	a. Pangkat dan Golongan	:	Ketua Tim/ Lektor
	b. Jabatan	:	
	c. Gaji pokok	:	
	d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
4.	Maksud perjalanan dinas	:	Expo Himpunan Pengusaha Santri Kabupaten Pasuruan
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi
6.	a. Tempat berangkat	:	Universitas Yudharta Pasuruan
	b. Tempat tujuan	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
7.	a. Lamanya perjalanan dinas	:	1 Hari
	b. Tanggal berangkat	:	13 Desember 2024
	c. Tanggal kembali	:	13 Desember 2024
8.	Pengikut	Nama	Status
	1	Antin Rakhmawati	Anggota
	2	M. Jamhuri	Anggota
	3	Faridha Amalia	Mahasiswa
	4	Muhammad Noval Amirudin	Mahasiswa
9.	Pembebanan anggaran	:	
	a. Instansi	:	Hibah PKm Kemendikbud
	b. Mata anggaran	:	Rp. 1.000.000

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 11 Desember 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan




Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP.Y 069110904



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 13 Desember 2024 Ke : Bangil Kabupaten Pasuruan Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B: 296/MKI/4/1974.	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 305/PSDM/S1/12/2024

Tanggal SPPD :

Untuk pembayaran : Expo Himpunan Pengusaha Santri Kabupaten Pasuruan

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	250.000
2. Uang Harian	250.000
3. Sewa Stand	500.000
Jumlah	1.000.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 1.000.000,- (Satu Juta Rupiah)

Pasuruan, 11 Desember 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I

NIP.Y 0861109092



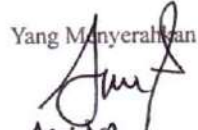
TANDA TERIMA

Tanggal, 11-12-2024


Terima dari : Sewa stan EXPO
Kwitansi/Nota : 1. Rp.
2. Rp. 500.000
3. Rp.
4. Rp.
5. Rp.
7. Rp.
Total Rp.

Kembali hari & tanggal :

Yang Menyerahkan


(Anton)

Yang Menerima


(Arif)



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

Lembar ke : I/II/III/IV
Kode Nomor : -
Nomor : 306/PSDM/S1/12/2024

SURAT PERINTAH PERJALANAN DINAS (SPPD)

1.	Pejabat berwenang yang memberi perintah	:	Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
2.	Nama pegawai yang diperintahkan	:	Muhammad Nizar, M.E.I
3.	a. Pangkat dan Golongan	:	Ketua Tim/ Lektor
	b. Jabatan	:	
	c. Gaji pokok	:	
	d. Tingkat Menurut Perjalanan Dinas	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
4.	Maksud perjalanan dinas	:	MoU dengan organisasi Batik Canting Cantik Kabupaten Pasuruan
5.	Alat angkutan yang dipergunakan	:	Kendaraan pribadi
6.	a. Tempat berangkat	:	Universitas Yudharta Pasuruan
	b. Tempat tujuan	:	Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan
7.	a. Lamanya perjalanan dinas	:	1 Hari
	b. Tanggal berangkat	:	27 Desember 2024
	c. Tanggal kembali	:	27 Desember 2024
8.	Pengikut	Nama	Status
	1	Antin Rakhmawati	Anggota
	2	M. Jamhuri	Anggota
	3	Faridha Amalia	Mahasiswa
	4	Muhammad Noval Amirudin	Mahasiswa
9.	Pembebanan anggaran	:	
	a. Instansi	:	Hibah PKm Kemendikbud
	b. Mata anggaran	:	Rp. 550.000

Dikeluarkan di : Pasuruan
Pada tanggal : 25 Desember 2024

Ketua LPPM
Universitas Yudharta Pasuruan



Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom
NIP. Y 069110904



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)

Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan

Tel/Fax : (0343) 611186

I.		Berangkat dari Universitas Yudharta Pasuruan Tanggal : 27 Desember 2024 Ke : Gempol Kabupaten Pasuruan Ketua LPPM  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
II.	Tiba di Pada tanggal KEPALA	Berangkat dari Ke Pada tanggal KEPALA
III.	Tiba di Pada Tanggal Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904	Berangkat dari Ke Ketua LPPM Universitas Yudharta Pasuruan  Zainul Ahwan, S.Sos., M.I.Kom NIP.Y 069110904
IV.	Perhatian: Pejabat yang berwenang memberikan SPPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan, tanggal berangkat tiba serta bendahara bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan keuangan negara. Apabila negara rugi akibat kesalahan, kelalaian/kealpaan, angka 8 lampiran Srt. MENKEU tgl 30-4-1974 Nomor B: 296/MKI/4/1974.	



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

LPPM (LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT)
Kantor pusat: Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwosari Pasuruan
Tel/Fax : (0343) 611186

KWITANSI

Nomor SPPD : 306/PSDM/S1/12/2024
Tanggal SPPD : MoU dengan organisasi Batik Canting Cantik Kabupaten Pasuruan
Untuk pembayaran :

Rincian Biaya	Jumlah
1. BBM	200.000
2. Uang Harian	350.000
Jumlah	550.000

Untuk menunjang penelitian kluster bantuan penelitian

Jumlah : Rp. 550.000,- (Lima Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)

Pasuruan, 25 Desember 2024

Penerima

Muhammad Nizar, M.E.I
NIP.Y 0861109092