

Digitalisasi Eduecopreneurship Berbasis Kearifan Lokal dan Manajemen IT untuk Peningkatan Kualitas dan Omzet Batik Tulis Malangan SMPN 2 Sumberpucung

Walipah¹, Roni Alim Ba'diya Kusufa², Riril Mardiana Firdaus³, Ainia Walidaroyani⁴, Erwin Ardianto⁵, Aulia Mayang Andini⁶
^{1,2,3,4,5,6} Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

Received : 26 September 2026, Revised : 11 Oktober 2026, Published : 26 Oktober 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Walipah

E-mail: walipah@unikama.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan Digitalisasi Eduecopreneurship berbasis kearifan lokal melalui penguatan produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan Batik Tulis Malangan di SMPN 2 Sumberpucung Kabupaten Malang. Permasalahan mitra meliputi penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana, keterbatasan dokumentasi dan pengembangan produk, pemasaran yang belum optimal, serta pengelolaan keuangan yang belum tertata. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Learning and Action (PLA) melalui tahapan pra-pelatihan, edukasi, praktik, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi. Intervensi dilakukan melalui pemanfaatan kompor listrik, canting elektrik, meja spanram kaca, pengembangan katalog dan display produk, penerapan digital marketing melalui media sosial dan marketplace, serta pelatihan pencatatan keuangan, perhitungan biaya produksi, pengelolaan modal, dan penetapan harga. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas mitra dalam proses produksi, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Siswa memperoleh pengalaman membuat batik yang lebih kontekstual dengan memadukan nilai budaya, teknologi, lingkungan, dan kewirausahaan. Program juga mendorong dokumentasi serta pengembangan produk Batik TGP sebagai produk kreatif berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, Digitalisasi Eduecopreneurship dapat menjadi strategi pemberdayaan sekolah untuk meningkatkan keterampilan, kreativitas, literasi digital, dan jiwa kewirausahaan siswa secara berkelanjutan.

Kata Kunci - batik tulis malangan, batik tulis, digitalisasi eduecopreneurship, digital marketing, kearifan lokal, kewirausahaan

Abstract

This community service activity aims to develop Digital Eduecopreneurship based on local wisdom by strengthening the production, marketing, and financial management of Malangan Batik at SMPN 2 Sumberpucung, Malang Regency. The partners' problems include the use of relatively simple production equipment, limited product documentation and development, less optimal marketing, and unorganized financial management. The activity employed a Participatory Learning and Action (PLA) approach through pre-training, education, practice, training and mentoring, and evaluation stages. Interventions included the use of electric stoves, electric canting tools, and glass spanram tables the development of product catalogs and display; the implementation of digital marketing through social media and marketplaces; and training in financial recording, production cost calculation, capital management, and product pricing. The results demonstrated increased partner capacity in production, digital marketing, and financial management. Students gained a more contextual batik making experience by integrating cultural values, technology, environmental awareness, and entrepreneurship. The program also encouraged the documentation and development of TGP Batik as a creative product based on local

wisdom. Thus, Digital Eduecopreneurship can serve as a school empowerment strategy to enhance students skills, creativity, digital literacy, and entrepreneurial spirit in a sustainable manner.

Keywords - digital eduecopreneurship, digital marketing, entrepreneurship, local wisdom, malangan batik

How To Cite : Walipah, W., Kusufa, R. A. B., Firdaus, R. M., Walidaroyani, A., Ardianto, E., & Andini, A. M. (2026). Digitalisasi Eduecopreneurship Berbasis Kearifan Lokal dan Manajemen IT untuk Peningkatan Kualitas dan Omzet Batik Tulis Malangan SMPN 2 Sumberpucung. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka, 5(2), 1226 - 1234. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v5i2.1848>

Copyright ©2026 Walipah, Roni Alim Ba'diya Kusufa, Riril Mardiana Firdaus, Ainia Walidaroyani, Erwin Ardianto, Aulia Mayang Andini

PENDAHULUAN

Batik tulis merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai budaya sekaligus potensi ekonomi. UNESCO mengakui Indonesian Batik sebagai Warisan Budaya Takbenda pada 2009 dan menegaskan bahwa teknik, simbolisme, serta pengetahuan yang menyertainya merupakan bagian penting dari identitas dan keberlanjutan budaya masyarakat Indonesia. UNESCO juga mencatat bahwa pendidikan batik bagi generasi muda merupakan salah satu praktik baik untuk menjamin transmisi pengetahuan dan keterampilan batik antargenerasi. Oleh karena itu, pengintegrasian batik ke dalam pembelajaran sekolah tidak hanya relevan sebagai pengenalan budaya daerah, tetapi juga sebagai bentuk pembelajaran kontekstual yang menghubungkan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan nilai-nilai lokal. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis kearifan lokal dapat membuat pengalaman belajar lebih kontekstual dan bermakna sekaligus memperkuat pemahaman budaya serta pembentukan karakter peserta didik.

SMPN 2 Sumberpucung, Kabupaten Malang, telah mengembangkan kegiatan membatik dalam pembelajaran Seni Budaya, khususnya pada materi seni rupa terapan berbasis kearifan lokal. Kegiatan tersebut memberikan pengalaman langsung kepada peserta didik untuk mengenal karakter motif, memahami tahapan pembuatan batik tulis, dan menghasilkan karya yang berpotensi dikembangkan menjadi produk kreatif. Dengan demikian, kegiatan Batik Tulis Malangan di sekolah memiliki peluang untuk dikembangkan dari pembelajaran keterampilan menjadi ekosistem pembelajaran berbasis budaya dan *student edupreneurship*. Namun, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa potensi tersebut belum didukung oleh sistem produksi, dokumentasi produk, pemasaran, dan pengelolaan usaha yang memadai. Pada aspek produksi, sekolah masih menggunakan peralatan sederhana, antara lain kompor berbahan bakar minyak tanah dan *canting* manual, serta belum memiliki meja kaca untuk membantu proses penelusuran pola secara lebih presisi. Keterbatasan peralatan dan relatif tingginya serta fluktuatifnya harga bahan baku juga membatasi intensitas praktik peserta didik. Pada aspek hilirisasi, karya batik yang dihasilkan belum terdokumentasi secara sistematis dalam bentuk katalog, *display*, maupun daftar harga. Identitas produk melalui merek "Batik TGP" juga belum diikuti dengan pendampingan yang memadai terkait perlindungan kekayaan intelektual. Kondisi tersebut menyebabkan kegiatan batik masih berorientasi pada proses menghasilkan karya, sementara aspek bagaimana karya didokumentasikan, diberi identitas, dipasarkan, dan dikelola secara berkelanjutan belum menjadi bagian yang terintegrasi dalam pembelajaran.

Kebutuhan untuk mengembangkan aspek digital menjadi semakin penting karena transformasi digital membuka peluang bagi produk berbasis budaya untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian mutakhir pada 223 UMKM batik di Jawa Timur menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran digital dapat memperkuat inovasi dan kelincahan menghadapi perubahan pasar, meskipun adopsi digital semata tidak otomatis menghasilkan peningkatan kinerja tanpa diikuti kemampuan inovasi dan respons pasar. Temuan tersebut sejalan dengan berbagai program PkM yang telah menerapkan digital marketing pada usaha batik melalui media sosial, *marketplace*, dan penguatan kemasan. Bahkan, program PkM mengenai batik khas Kabupaten Malang telah mengembangkan digitalisasi *marketing mix* dan teknologi untuk meningkatkan produktivitas serta keterlibatan pasar. Artinya, persoalan digitalisasi pemasaran batik bukanlah isu baru dalam PkM pendekatan yang hanya berfokus pada pelatihan media sosial atau promosi produk belum cukup untuk menunjukkan kebaruan program.

Selain pemasaran, penguatan literasi dan pengelolaan keuangan diperlukan agar proses *edupreneurship* tidak berhenti pada kemampuan memproduksi dan mempromosikan produk. Penelitian pada usaha kecil batik di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan dan literasi keuangan digital berperan dalam memperluas inklusi keuangan, sementara penggunaan media sosial dapat memperkuat

hubungan tersebut. Penelitian pada UMKM di Malang Raya juga menunjukkan keterkaitan antara literasi dan pengelolaan keuangan dengan kinerja UMKM. Dengan demikian, pembelajaran kewirausahaan berbasis batik perlu mencakup kemampuan sederhana tetapi fundamental, seperti menentukan harga berdasarkan biaya, mencatat transaksi, menghitung hasil usaha, dan membedakan keuangan kegiatan produksi dengan keuangan pribadi. Berdasarkan kajian terhadap kondisi mitra dan perkembangan program sejenis, terdapat celah yang perlu diisi. Program pelestarian batik di lingkungan pendidikan telah lama menekankan transmisi budaya dan keterampilan kepada generasi muda, sedangkan sejumlah PkM batik lebih banyak menitikberatkan pada peningkatan teknik produksi, kemasan, digital marketing, atau pembukuan secara terpisah. Belum banyak pendekatan yang mengintegrasikan pembelajaran Batik Tulis Malang berbasis kearifan lokal dengan digitalisasi proses hilirisasi dan literasi kewirausahaan dalam satu alur pembelajaran di tingkat SMP. Celah inilah yang menjadi dasar kebaruan program ini. Program yang diusulkan tidak sekadar mendigitalisasi promosi atau memberikan pelatihan membatik, tetapi membangun rantai pembelajaran yang menghubungkan pengenalan dan penciptaan motif lokal, peningkatan efisiensi produksi, dokumentasi dan identitas produk, pemasaran digital, pencatatan serta pengelolaan keuangan sederhana, penguatan kesadaran perlindungan kekayaan intelektual. Pendekatan tersebut menempatkan peserta didik bukan hanya sebagai pembuat karya seni, tetapi sebagai pembelajar yang memahami nilai budaya sekaligus proses penciptaan nilai ekonomi dari karya tersebut. Model ini diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan program batik sekolah karena keterampilan yang dibangun tidak berhenti pada kemampuan teknis membatik, tetapi mencakup kompetensi digital, pemasaran, dan pengelolaan usaha sederhana. Pada saat yang sama, identitas lokal tetap menjadi fondasi utama sehingga digitalisasi berfungsi sebagai sarana memperluas nilai dan jangkauan produk budaya, bukan menggantikan karakter tradisionalnya.

Atas dasar permasalahan dan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat ekosistem pembelajaran Batik Tulis Malang di SMPN 2 Sumberpucung melalui peningkatan fasilitas dan efisiensi produksi, pengembangan dokumentasi serta identitas produk, penerapan digital marketing, penguatan literasi dan pengelolaan keuangan sederhana, serta pendampingan awal perlindungan kekayaan intelektual. Secara khusus, program diarahkan untuk menghasilkan pengalaman belajar berbasis kearifan lokal yang mengintegrasikan keterampilan membatik dengan kompetensi *digital edupreneurship*, sehingga karya peserta didik memiliki peluang untuk didokumentasikan, dikomunikasikan, dan dikembangkan menjadi produk kreatif yang bernilai budaya dan ekonomi.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di SMPN 2 Sumberpucung Kabupaten Malang dengan sasaran mitra yang terlibat dalam pengembangan Batik Tulis Malang khas TGP. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil identifikasi awal yang menunjukkan bahwa kegiatan membatik telah menjadi bagian dari aktivitas pembelajaran sekolah, tetapi pengembangannya masih menghadapi kendala pada aspek produksi, dokumentasi dan pemasaran produk, serta pengelolaan keuangan. Peserta didik yang terlibat dalam kegiatan membatik, guru pendamping, dan unsur pengelola sekolah yang berkaitan dengan pelaksanaan program. Peserta didik dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam kegiatan Batik Tulis Malang dan kesiapan untuk mengikuti seluruh rangkaian pembelajaran. Karakteristik peserta meliputi peserta didik pada jenjang SMP, dengan tingkat pengalaman membatik yang beragam, mulai dari peserta yang telah memperoleh pengalaman dasar melalui pembelajaran Seni Budaya hingga peserta yang masih memerlukan pendampingan dalam teknik produksi. Guru pendamping berperan sebagai fasilitator internal yang membantu pelaksanaan kegiatan sekaligus diharapkan mampu meneruskan praktik yang telah dikembangkan setelah program berakhir. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil identifikasi awal yang menunjukkan adanya kendala pada aspek produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan.

Program menggunakan pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA). Pendekatan ini menempatkan mitra bukan sebagai penerima kegiatan secara pasif, melainkan sebagai pihak yang terlibat dalam mengidentifikasi masalah, menentukan prioritas, mempraktikkan solusi, memberikan umpan balik, dan mengevaluasi hasil. Penggunaan PLA dipilih agar teknologi dan strategi yang diperkenalkan sesuai dengan kondisi sekolah serta dapat diterapkan secara berkelanjutan. Pelaksanaan program berlangsung selama satu tahun (Tahun ke-1) dan terdiri atas tujuh tahapan yang saling berkaitan, yaitu koordinasi dan pemetaan awal, persiapan, edukasi, praktik, pelatihan dan pendampingan, evaluasi, serta tindak lanjut.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui rangkaian tahapan yang meliputi koordinasi, persiapan, edukasi, praktik, pelatihan dan pendampingan, evaluasi, serta tindak lanjut. Pada tahap awal, tim bersama mitra mengidentifikasi kebutuhan dan menentukan prioritas program yang mencakup penguatan sarana produksi, pengembangan pemasaran digital, dan penataan manajemen keuangan. Selanjutnya disiapkan bahan dan teknologi yang akan digunakan, meliputi kompor listrik, canting elektrik, meja spanram kaca, kain lokal berkualitas, katalog, rak atau etalase display, serta perangkat pendukung pemasaran dan pencatatan keuangan.

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui edukasi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Pada aspek produksi, mitra dilatih menggunakan kompor listrik, canting elektrik, dan meja spanram kaca untuk meningkatkan efisiensi dan ketepatan proses membatik, serta diarahkan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan mendokumentasikan produk melalui katalog, *display*, dan daftar harga. Pada aspek pemasaran, mitra didampingi dalam mengembangkan jejaring dan memanfaatkan *Instagram*, *TikTok*, *marketplace*, serta media massa sebagai sarana publikasi dan promosi produk. Sementara itu, pada aspek keuangan, mitra diberikan pendampingan dalam penerapan permodalan melalui koperasi siswa, pencatatan transaksi, pemantauan arus kas, serta penetapan harga berdasarkan biaya produksi.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, diskusi, dokumentasi, praktik, dan evaluasi bersama mitra. Observasi digunakan untuk melihat kondisi awal dan perkembangan mitra, sedangkan dokumentasi digunakan untuk merekam proses serta hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan setelah program pada indikator produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Data dianalisis secara deskriptif dengan melihat perubahan kualitas dan kuantitas produksi, pemanfaatan media digital, perluasan publikasi dan pemasaran, serta keteraturan pencatatan dan pengelolaan keuangan. Keberhasilan program ditentukan berdasarkan peningkatan kapasitas mitra dalam menerapkan teknologi produksi, strategi pemasaran digital, dan sistem pengelolaan keuangan secara mandiri.

Melalui tahapan tersebut, kegiatan tidak berhenti pada pemberian alat dan pelatihan, tetapi dilanjutkan dengan pemantauan perkembangan mitra dan penguatan jejaring melalui komunitas pengrajin Batik Tulis TGP di Malang Raya. Tindak lanjut ini diarahkan untuk menjaga keberlanjutan program, meningkatkan peluang pemasaran, dan memperkuat penerapan Digitalisasi Eduecopreneurship dalam pengembangan Batik Tulis Malangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Digitalisasi Eduecopreneurship dalam Pengembangan Produksi Batik Tulis Malangan di SMPN 2 Sumberpucung Kabupaten Malang dilaksanakan melalui rangkaian koordinasi, observasi, transfer teknologi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan, seluruh kegiatan yang direncanakan dapat terlaksana dengan tingkat ketercapaian 100%. Rangkaian kegiatan dimulai dari koordinasi awal, survei lapangan, koordinasi implementasi program, pengadaan peralatan, transfer teknologi, pelatihan produksi, pelatihan pemasaran, pelatihan manajemen keuangan, evaluasi, dan pendampingan mitra.

Hasil survei dan observasi lapangan memberikan gambaran mengenai kondisi awal mitra serta kebutuhan yang perlu diprioritaskan dalam program. Tim melakukan pengamatan terhadap proses produksi dan berdiskusi dengan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan sarana, pemasaran, dan pengelolaan kegiatan batik. Hasil identifikasi tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan dan penyesuaian program kerja bersama mitra. Proses koordinasi menghasilkan kesepakatan mengenai pengadaan peralatan produksi, pengembangan pemasaran digital, dan penguatan pengelolaan keuangan.



Gambar 1. Survei dan diskusi TIM PKM Unikama ke sekolah mitra

Pada aspek produksi, kegiatan menghasilkan peningkatan dukungan sarana melalui pengadaan kompor listrik, canting elektrik, dan meja spanram kaca. Peralatan tersebut kemudian digunakan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan produksi. Proses pelatihan mencakup keseluruhan tahapan pembuatan Batik Tulis Malangan, mulai dari persiapan malam, pencipratan kain, pengeringan, pencantingan, pewarnaan, proses waterglass, pelorodan, pencucian, penjemuran, hingga penataan atau display produk. Selain penguatan keterampilan produksi, mitra juga diarahkan untuk mendokumentasikan hasil karya melalui katalog, display, dan daftar harga produk. Penguatan sarana dan dokumentasi tersebut menjadi bagian dari target program pada aspek produksi.

Hasil kegiatan pada aspek pemasaran ditunjukkan melalui pelaksanaan pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran. Mitra mendapatkan pelatihan mengenai pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan dan memasarkan produk Batik TGP. Salah satu luaran yang dihasilkan adalah marketplace Batik TGP yang digunakan sebagai media untuk menampilkan produk dan mendukung kegiatan promosi. Program juga mengarahkan mitra untuk memanfaatkan media sosial, marketplace, dan media publikasi sebagai sarana memperluas jangkauan pemasaran.

Pada aspek manajemen keuangan, kegiatan diarahkan pada peningkatan pemahaman mitra mengenai pengelolaan modal, pencatatan transaksi, pemantauan arus kas, dan penetapan harga berdasarkan biaya produksi. Pelatihan dan pendampingan juga mengarahkan mitra pada pemanfaatan koperasi siswa sebagai salah satu alternatif permodalan dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya memberikan keterampilan teknis produksi dan pemasaran, tetapi juga mulai membangun sistem pengelolaan kegiatan batik yang lebih terstruktur.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa program telah menghasilkan capaian pada tiga bidang utama, yaitu produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Pada bidang produksi tersedia teknologi dan sarana pendukung membatik serta dokumentasi produk; pada bidang pemasaran telah tersedia media pemasaran digital berupa marketplace dan peningkatan pemahaman mengenai promosi digital; sedangkan pada bidang keuangan telah dilakukan pelatihan mengenai permodalan, pencatatan transaksi, arus kas, dan perhitungan biaya produksi. Seluruh tahapan kegiatan yang direncanakan tercapai sesuai target pelaksanaan program.

Pembahasan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) *Digitalisasi Eduecopreneurship* dalam Pengembangan Produksi Batik Tulis Malangan di SMPN 2 Sumberpucung, Kabupaten Malang, menghasilkan luaran pada tiga aspek utama, yaitu kapasitas produksi, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Berdasarkan catatan pelaksanaan, seluruh rangkaian kegiatan yang direncanakan telah terlaksana dengan tingkat ketercapaian 100%. Capaian tersebut menunjukkan kesesuaian antara rencana dan realisasi program, tetapi belum dapat diinterpretasikan sebagai peningkatan kemampuan mitra sebesar 100%. Oleh karena itu, keberhasilan program juga perlu dianalisis berdasarkan ketersediaan sarana, produk yang terdokumentasi, pemanfaatan media digital, serta penerapan praktik pencatatan keuangan.

Pada aspek produksi, program menghasilkan dukungan teknologi berupa kompor listrik, canting elektrik, dan meja spanram kaca yang digunakan dalam pelatihan serta pendampingan pembuatan Batik Tulis Malangan. Mitra memperoleh pendampingan pada tahapan produksi, mulai dari persiapan bahan dan kain, pencantingan, pewarnaan, proses waterglass, pelorodan, pencucian, hingga penjemuran dan penataan produk. Hasil yang dapat diidentifikasi secara langsung dari kegiatan ini adalah tersedianya peralatan pendukung dan terlaksananya praktik produksi secara lebih terstruktur. Meskipun demikian, peningkatan kapasitas produksi secara kuantitatif belum dapat disimpulkan tanpa data mengenai jumlah produk yang dihasilkan, waktu penyelesaian setiap produk, tingkat keberhasilan pengerjaan, dan kualitas produk sebelum serta sesudah intervensi.

Untuk memperkuat pengukuran hasil, evaluasi produksi perlu mencakup jumlah peserta yang mampu menyelesaikan tahapan membatik secara mandiri, jumlah produk yang berhasil dibuat, dan jumlah produk yang telah didokumentasikan dalam katalog atau display. Data tersebut dapat disajikan dalam bentuk perbandingan kondisi awal dan kondisi akhir program. Secara analitis, penyediaan peralatan dapat mengurangi kendala teknis dalam pelaksanaan praktik, sedangkan pendampingan bertahap memberikan kesempatan kepada peserta untuk menghubungkan pengetahuan prosedural dengan keterampilan langsung. Namun, keberadaan peralatan saja belum menjamin peningkatan produktivitas karena hasilnya juga dipengaruhi oleh frekuensi penggunaan, ketersediaan bahan baku, pengalaman peserta, dan keberlanjutan latihan.

Dokumentasi produk melalui katalog, display, dan daftar harga juga memiliki implikasi penting terhadap peningkatan nilai produk. Produk batik yang sebelumnya lebih banyak berfungsi sebagai hasil kegiatan pembelajaran mulai diarahkan untuk memiliki identitas dan tampilan yang lebih siap diperkenalkan kepada masyarakat. Penataan produk dapat membantu mitra menampilkan karakter Batik TGP secara lebih sistematis sehingga produk tidak hanya dinilai dari proses pembuatannya, tetapi juga dari cara produk tersebut dipresentasikan.



Gambar 2. Display Batik ditata rapi agar tampil lebih elegan dan meningkatkan daya tarik serta apresiasi calon pembeli

Pada aspek pemasaran, salah satu luaran program adalah tersedianya *marketplace* Batik TGP sebagai media untuk menampilkan produk dan mendukung promosi digital. Mitra juga memperoleh pengenalan mengenai pemanfaatan media sosial, marketplace, dan media publikasi untuk memperluas jangkauan informasi produk. Keberadaan marketplace merupakan indikator konkret dari tersedianya sarana pemasaran digital, tetapi belum dengan sendirinya membuktikan peningkatan transaksi atau perluasan pasar. Untuk menunjukkan perubahan yang lebih terukur, evaluasi perlu mencatat jumlah produk yang telah diunggah, kelengkapan informasi produk, frekuensi pembaruan konten, jumlah interaksi calon konsumen, serta jumlah pertanyaan dan transaksi yang berasal dari kanal digital. Perbandingan antara kondisi sebelum dan sesudah program akan membantu menjelaskan apakah sarana yang telah dibangun benar-benar digunakan dalam kegiatan pemasaran. Pengembangan marketplace juga menunjukkan adanya perubahan dari pola pemasaran yang sebelumnya bersifat konvensional menuju pemasaran yang mulai memanfaatkan teknologi. Namun, keberadaan marketplace belum dapat langsung dipandang sebagai bukti peningkatan penjualan atau omzet. Dampak ekonomi tersebut membutuhkan data transaksi dan pemantauan dalam periode yang lebih panjang. Oleh karena itu, keberlanjutan pendampingan diperlukan agar platform digital yang telah tersedia dapat dikelola secara konsisten dan benar-benar dimanfaatkan sebagai saluran pemasaran.

Pada aspek manajemen keuangan, pelatihan pencatatan transaksi dan perhitungan biaya produksi memiliki peran penting dalam membangun dasar pengelolaan usaha. Permasalahan awal mitra berupa belum teraturnya pembukuan dan belum jelasnya dasar penetapan harga menunjukkan bahwa pengembangan produk perlu disertai dengan kemampuan mengelola aspek finansial. Melalui pelatihan, mitra mulai diarahkan untuk memahami hubungan antara biaya produksi, harga jual, arus kas, dan keberlanjutan kegiatan. Dengan demikian, manajemen keuangan menjadi penghubung antara kemampuan menghasilkan produk dengan kemampuan mempertahankan kegiatan produksi.

Secara lebih luas, integrasi ketiga aspek tersebut memperlihatkan bahwa program Digitalisasi Educopreneurship dapat mengembangkan kegiatan membatik sebagai ekosistem pembelajaran yang

menghubungkan budaya, teknologi, kreativitas, dan kewirausahaan. Program memang dirancang bukan hanya untuk meningkatkan kualitas produk, tetapi juga untuk mengembangkan kreativitas, kemandirian, literasi digital, keterampilan abad ke-21, dan jiwa kewirausahaan siswa. Dengan demikian, kegiatan membuat memiliki nilai edukatif sekaligus produktif. Pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) juga mendukung terciptanya proses tersebut karena mitra dilibatkan sejak identifikasi masalah hingga pelaksanaan dan evaluasi. Pendekatan PLA menggabungkan sosialisasi, diskusi, dan praktik langsung sehingga pengetahuan yang diberikan dapat segera diterapkan dalam konteks permasalahan mitra. Keterlibatan aktif tersebut menjadi faktor penting dalam proses alih teknologi karena keberhasilan program tidak hanya bergantung pada tersedianya alat, tetapi juga pada kemampuan dan kemauan mitra untuk menggunakannya.

Capaian program didukung oleh kesesuaian intervensi dengan kebutuhan mitra, keterlibatan mitra dalam proses identifikasi kebutuhan, penyediaan peralatan produksi, serta pendekatan pelatihan yang disertai praktik dan pendampingan. Faktor-faktor tersebut membantu menghubungkan pemecahan masalah dengan kebutuhan operasional mitra. Sebaliknya, keterbatasan data kuantitatif sebelum dan sesudah kegiatan menjadi kendala dalam menentukan besarnya perubahan yang benar-benar terjadi. Faktor lain yang perlu dipantau adalah kesinambungan penggunaan peralatan, konsistensi pengelolaan marketplace, ketersediaan waktu pendampingan, dan kedisiplinan pencatatan transaksi. Faktor-faktor tersebut merupakan aspek yang perlu dievaluasi untuk menjelaskan keberlanjutan hasil, bukan hambatan yang dapat dinyatakan telah terjadi tanpa bukti lapangan.

Dengan demikian, hasil PKM menunjukkan tercapainya pelaksanaan program dan tersedianya luaran awal pada bidang produksi, pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan. Kontribusi utama program terletak pada pengintegrasian teknologi produksi dengan pengenalan pemasaran digital dan manajemen keuangan dalam konteks pembelajaran eduecopreneurship berbasis Batik Tulis Malangan. Namun, klaim mengenai peningkatan keterampilan, produktivitas, jangkauan pemasaran, dan kualitas pencatatan keuangan perlu didukung oleh hasil pengukuran yang relevan. Evaluasi lanjutan melalui dokumentasi produk, pengamatan keterampilan, pemeriksaan aktivitas marketplace, dan audit sederhana atas catatan transaksi diperlukan untuk memastikan bahwa luaran awal tersebut berkembang menjadi perubahan praktik yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program *Digitalisasi Eduecopreneurship* berbasis kearifan lokal di SMPN 2 Sumberpucung, Kabupaten Malang, mencapai tingkat keterlaksanaan kegiatan sebesar 100% sesuai rencana program. Capaian konkret meliputi penyediaan tiga jenis sarana pendukung produksi, yaitu kompor listrik, canting elektrik, dan meja spanram kaca pengembangan dokumentasi produk melalui katalog, display, dan daftar harga; serta tersedianya marketplace Batik TGP sebagai media pemasaran digital. Pada aspek manajemen keuangan, program mencakup pelatihan pencatatan transaksi, pemantauan arus kas, perhitungan biaya produksi, penetapan harga jual, dan pengenalan alternatif permodalan melalui koperasi siswa. Luaran tersebut menunjukkan bahwa intervensi telah mengintegrasikan penguatan produksi, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan dalam pembelajaran Batik Tulis Malangan. Penerapan pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) melalui identifikasi kebutuhan bersama, praktik langsung, dan pendampingan menjadi landasan pelaksanaan program yang sesuai dengan kondisi mitra. Integrasi teknologi produksi, dokumentasi produk, pemasaran digital, dan literasi keuangan memperluas orientasi kegiatan membuat dari pembelajaran keterampilan menuju pengenalan proses kewirausahaan berbasis budaya lokal. Meskipun demikian, keberhasilan program pada tahap ini lebih kuat ditunjukkan oleh keterlaksanaan kegiatan dan tersedianya luaran daripada oleh perubahan kinerja yang terukur. Data mengenai jumlah produk yang dihasilkan dan didokumentasikan, peningkatan keterampilan peserta, aktivitas pemasaran digital, transaksi penjualan, serta penerapan pencatatan keuangan sebelum dan sesudah program belum tersedia dalam hasil evaluasi yang dilaporkan. Oleh karena itu, peningkatan produktivitas maupun omzet belum dapat disimpulkan secara kuantitatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbudristek atas dukungan pendanaan yang diberikan untuk pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)

Universitas PGRI Kanjuruhan Malang atas fasilitasi dan pendampingan program, serta kepada Kepala Sekolah, dewan guru, dan siswa SMPN 2 Sumberpucung Kabupaten Malang yang telah berpartisipasi aktif dan bersinergi demi terlaksananya program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1). <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.335>.
- Agustina, R., Meviana, I., Rusno, R., Alim Ba'diya Kusufa, R., Trio Agus Muslim, L., & Hanella Putri, E. (2025). Increasing The Economic Value Of Tempe Bungkil Innovation Products Through Diversification And Digital Marketing Training In Pakisaji Malang. *ABDIMASNU: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/10.47710/3dj5nr90>.
- Amalia, R., Syaodah, S., Susilawati, & Suyatna, R. G. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM studi kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 295–301. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>.
- Halim, R. M. N., Mirza, A. H., & Rabbani, H. (2025). Pelatihan desain banner sebagai media promosi produk UMKM Desa Telang Sari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(9), 4751–4755. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i9.3374>.
- Hidayat, C. W., Weganofa, R., & Liskinasih, A. (2023). Peningkatan perekonomian masyarakat dengan mengembangkan ekowisata berbasis kearifan lokal. *JPM: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 50–57. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jpm/article/view/7692>.
- Julyartha, M., & Anggrian, M. (2025). Strategi Pemasaran Batik Melalui Media Sosial Instagram pada UMKM Hamparan Rintik Malang. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 7(3). <https://doi.org/10.30998/vh.v7i3.13620>.
- Kundarni, T., & Kosasih, A. D. (2024). Kearifan Lokal, Batik Sokaraja sebagai Salah Satu Warisan Budaya dalam Pendidikan dengan Penerapan kegiatan P5 di SMP Negeri 2 Sokaraja tahun 2024. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 19. <https://doi.org/10.30595/pssh.v19i.1356>.
- Latief, N. D., & Sayatman, S. (2019). Eksplorasi desain motif baru batik Kota Malang. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(2), F288–F293. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i2.49242>.
- Marodiyah, I., Taurusta, C., Febriansah, R. E., Ramdhani, A. P., Fidayati, A., Ardiansyah, R., & Nurdin, M. T. J. (2024). Optimization of production and marketing of stamped batik based on local wisdom through digital marketing. *Community Empowerment*, 9(11), 1716–1723. <https://doi.org/10.31603/ce.12355>.
- Meisaroh, F., Adilla, N., & Rupianti, R. (2024). Strategi peningkatan penjualan Batik Telang melalui pemasaran digital komunitas Buteri Makcempot Kota Malang. *PROFICIO*, 5(2). <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3311>.
- Mujanah, S., Halik, A., Achmad, N. M. N., Zuono, T. T., & Azam, Y. S. B. (2024). Digital marketing of Batik Enterprises in Serasi Batik Community, Sutorejo Village, Surabaya City, Indonesia. *Jurnal Portal Abdimas*, 2(1), 33–38. <https://doi.org/10.29303/portallabdimas.v2i1.4054>.
- Mustanir, A., Hamid, H., & Syarifuddin, R. N. (2019). Pemberdayaan kelompok masyarakat desa dalam perencanaan metode partisipatif. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(3), 227–239. <https://doi.org/10.25147/moderat.v5i3.2677>.
- Ni'mah, R. M., Rakhmawati, I. L., Hapsari, M., Nusantara, B. A., & Syaiful, D. S. P. (2023). Digital marketing training assistance for batik business actors in Klampar Village Community. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*. <https://doi.org/10.21580/dms.2023.232.17724>.
- Njatrijani, R. (2018). Kearifan Lokal Dalam Perspektif Budaya Kota Semarang. *Gema Keadilan*, 5(1). <https://doi.org/10.14710/gk.2018.3580>.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>.
- Nugroho, A. W., & Susilo, A. (2025). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 19(1). <https://doi.org/10.35931/aaq.v19i1.4322>.

- Nurchayanti, D., Sachari, A., & Destiarmand, A. H. (2020). Peran kearifan lokal masyarakat Jawa untuk melestarikan batik tradisi di Girilayu, Karanganyar, Indonesia. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 35(2), 145–153. <https://doi.org/10.31091/mudra.v35i2.816>
- Okyanida, I. Y., Mulyaningsih, N. N., & Prasetya, R. (2025). Optimalisasi Produksi Batik dengan Canting Berbasis Sensor Suhu Pada UMKM Kawis. *Jurnal SOLMA*, 14(1). <https://doi.org/10.22236/solma.v14i1.16206>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *JIBEKA: Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Prasetyawati, Y. R., Fitriyanti, L. R., & Nurhajati, L. (2025). Strategi Pemasaran Inovatif dalam Mengembangkan Produk UMKM Batik Canting Ayu. *Journal of Research on Business and Tourism*, 4(2). <https://doi.org/10.37535/104004220243>
- Priyanto, R., Ramadhan, Y., & Hastuti, E. I. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Bisnis dan Digital Marketing. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(2). <https://doi.org/10.59025/r96byb74>
- Qurrata, V. A., Yusida, E., Sudjatmiko, & Prastiwi, L. F. (2021). Pengembangan industri UMKM batik khas Kabupaten Malang melalui digitalisasi marketing mix dan teknologi. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3). <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.4978>
- Rahmijaji, L. R., Sulistyani, H., & Raharjo, T. (2020). Promosi digital sebagai upaya penguatan manajemen pemasaran batik di Kampung Gedong Kota Semarang. *Journal of Community Development & Empowerment*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v1i1.5>
- Sapdi, R. M. (2023). Peran Guru dalam Membangun Pendidikan Karakter di Era Society 5.0. *Jurnal Basicedu*, 7(1). <https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i1.4730>
- Siswati, A., Dewantara, A., & Madiarsih, N. C. (2020). Pelestarian Budaya Lokal melalui Edukasi Pengenalan Batik Tulis Khas Kabupaten Malang bagi Kelompok PKK. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(3). <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i3.5037>
- Sitriani, A., Zainuddin, F., Muslimin, M., & Risendy, R. (2025). The influence of financial literacy and financial digitalization on the profitability: Study on micro and small enterprises business incubator in Palu City, Indonesia. *Golden Ratio of Finance Management*, 5(1), 228–238. <https://doi.org/10.52970/grfm.v5i1.997>
- Triandika, L. S., Furqorina, R., Agusalm, M., & Syarif, Moh. (2025). Cipta kreasi corak motif batik khas malangan sebagai alat pemberdayaan UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(1). <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i1.22725>
- Wicaksono, L. H., Andayani, M., Darmayanti, Y., Saputra, D. A., & Kholis, M. J. (2023). Pembuatan Display Racks Sebagai Exhibition Tools Pada UMKM Batik Tulis Poesaka Djagad. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 6(2). <https://doi.org/10.31328/js.v6i2.5037>
- Wulandari, M., Novriyanti, T., Purwadhi, P., & Widjaja, Y. R. (2025). Implementasi strategi transformasi digital dalam meningkatkan kualitas pelayanan di rumah sakit: Studi kualitatif. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(1), 1415–1427. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.17847>
- Zayyana, S. H., Kurniawati, E., & Ananda, K. S. (2022). Digitalisasi UMKM Batik Malang sebagai optimalisasi pelestarian kearifan lokal di masa pandemi COVID-19. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 11(2), 261–274. <https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v11i2.1421>
- Zayyana, S. H., Kurniawati, E., & Ananda, K. S. (2022). Digitalisasi UMKM Batik Malang sebagai optimalisasi pelestarian kearifan lokal di masa pandemi COVID-19. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 11(2), 261–274. <https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v11i2.1421>
- Ziyadah El Fadlillah, Rizqi Nur Amalya, Brilliant Galang Irzaqi, Hikmah Ramadhani, Aulia Damayanti, & Ferida Rahmawati. (2025). Digitalisasi Dan Peluang Edupreneurship Bagi Industri Batik Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6). <https://doi.org/10.69714/1z368x15>