



Menenun Inovasi: Transformasi Kelembagaan dan Bisnis Digital Berkelanjutan bagi UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem

Weaving Innovation: Institutional Transformation and Sustainable Digital Business for Jember's Typical Batik MSMEs in Sumberpakem Village

Zainuri¹, Sebastiana Viphindrartin², Regina Niken W³, Ra'iyatu Imadidin⁴, Rachmania Nurul Fitri Amijaya⁵, Mohamad Rifqi Fathoni^{6*}, Ilham Imamudin⁷

¹⁻⁷ Universitas Jember, Indonesia

*Penulis Korespondensi: rifqifathoni@unej.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 30 September 2025;

Revisi: 30 Oktober 2025;

Diterima: 15 November 2025;

Terbit: 19 November 2025;

Keywords: Batik MSMEs; Business Model Canvas; Cooperatives; Digital Marketing; Economic Empowerment

Abstract: The community service program entitled "Weaving Innovation: Institutional Transformation and Sustainable Digital Business Models for Traditional Batik MSMEs in Sumberpakem Village, Jember" aims to strengthen the competitiveness of local batik enterprises through digital transformation and institutional empowerment. The program was carried out using a participatory approach through three integrated stages: training on Digital Marketing and E-Commerce, implementation of the integrated Business Model Canvas (BMC), and the initiation of the Sumberpakem Batik Cooperative. The results show significant improvements in digital literacy, online promotion skills, and business management among participants. All partner MSMEs now actively use digital platforms (Instagram, TikTok, and Shopee) and are capable of producing creative and professional promotional content. Furthermore, the formation of a cooperative initiation team marks a concrete step toward collective economic independence and sustainability. This program not only fosters technological adaptation but also builds a collaborative ecosystem among academics, local government, and MSME actors. Its sustainability focuses on cooperative development, market networking, and strengthening the village's digital infrastructure.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat bertajuk "Menenun Inovasi: Transformasi Kelembagaan dan Bisnis Digital Berkelanjutan bagi UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem" bertujuan memperkuat daya saing UMKM batik melalui transformasi digital dan penguatan kelembagaan kolektif. Kegiatan dilaksanakan secara partisipatif melalui tiga tahapan terintegrasi: pelatihan Digital Marketing dan E-Commerce, penerapan Business Model Canvas (BMC) terpadu, serta inisiasi pembentukan Koperasi Batik Sumberpakem. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital, kemampuan promosi daring, dan pengelolaan bisnis peserta. Seluruh UMKM mitra kini memiliki akun aktif di berbagai platform digital (Instagram, TikTok, dan Shopee) serta mampu menghasilkan konten promosi yang kreatif dan profesional. Selain itu, terbentuknya tim inisiator koperasi menjadi langkah konkret menuju kemandirian ekonomi kolektif yang berkelanjutan. Program ini tidak hanya mendorong adaptasi teknologi, tetapi juga membangun ekosistem kolaboratif antara akademisi, pemerintah desa, dan pelaku UMKM. Dampak keberlanjutan diarahkan pada pendampingan koperasi, penguatan jejaring pasar, serta peningkatan infrastruktur digital desa.

Kata Kunci: Business Model Canvas; Digital Marketing; Koperasi; Pemberdayaan Ekonomi; UMKM Batik

1. PENDAHULUAN

Desa Sumberpakem, yang terletak di Kecamatan Sumberjambe, Kabupaten Jember, merupakan desa binaan Universitas Jember yang telah memiliki MoU dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis produk unggulan desa. Desa ini berjarak sekitar 45 km dari Universitas Jember dengan akses jalan yang cukup baik (Zainuri et al. 2024). Salah satu potensi utama Desa Sumberpakem adalah Batik Khas Jember, terutama Batik Labako yang bermotif daun tembakau, yang mencerminkan identitas daerah sebagai salah satu penghasil tembakau terbesar di Indonesia (Magvira et al. 2023). Namun, meskipun memiliki potensi besar, UMKM Batik Khas Jember di desa ini masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan bisnisnya.

Berdasarkan analisis situasi di desa binaan ini, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra, yang mencakup lima bidang utama dalam pengembangan desa:

- a. Permasalahan ekonomi dan kewirausahaan; Rendahnya omset dan keterbatasan akses pasar akibat kurangnya optimalisasi pemasaran digital serta belum adanya strategi bisnis yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing UMKM Batik Khas Jember (Izzuddin et al. 2024).
- b. Permasalahan kelembagaan; Belum adanya koperasi atau sistem kelembagaan yang mampu mengelola pemasaran batik secara kolektif (Tarecha et al. 2025).
- c. Permasalahan teknologi dan digitalisasi; Minimnya keterampilan digital dalam pemanfaatan e-commerce dan media sosial untuk promosi.
- d. Permasalahan sosial dan SDM (Sumber Daya Manusia); Masih rendahnya keterlibatan generasi muda dalam industri batik, sehingga regenerasi pengrajin batik belum optimal (Puspaningrum and Sunartomo 2022).

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan pendekatan berbasis Inovasi Kelembagaan dan Pengembangan Model Bisnis Digital Berkelanjutan. Implementasi digital marketing dan penguatan kapasitas SDM dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing produk local (Puspita et al. 2025).

Program ini bertujuan untuk mendukung peningkatan Indeks Desa Membangun (IDM) di Desa Sumberpakem melalui intervensi pada tiga dimensi utama IDM, yaitu:

- Dimensi Ekonomi: Peningkatan pendapatan UMKM melalui pelatihan digital marketing dan e-commerce.
- Dimensi Sosial: Penguatan kapasitas SDM dengan pendampingan dan regenerasi pengrajin batik.

- Dimensi Lingkungan: Pendirian koperasi sebagai pusat pelestarian budaya batik berbasis kearifan local (Kafabih and Utami 2024).

Untuk mencapai tujuan tersebut, program ini akan menggunakan pendekatan PRA, yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pengembangan bisnis UMKM batik . Metode ini diharapkan dapat menciptakan inovasi kelembagaan yang berkelanjutan serta mendorong integrasi batik khas Jember ke dalam industri pariwisata budaya dan ekonomi kreatif (Sulaeman et al. 2023). Pengabdian ini mendukung RIPP Universitas Jember, menguatkan riset unggulan Sosial Humaniora, Politik, Ekonomi, dan Hukum dengan sub tema Penguatan modal sosial berbasis komunitas dan ekspresi budaya lokal. Selain itu, program ini mendukung SDGs Desa, terutama SDGs 8 melalui digitalisasi UMKM batik, SDGs 9 dengan pembentukan koperasi batik, serta SDGs 11 melalui pengembangan kesejahteraan. Dengan pendekatan ini, program ini berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memperkuat kelembagaan UMKM, serta menciptakan ekosistem bisnis berbasis budaya secara berkelanjutan dan inovatif (Susilowati and Farida, 2024) .

2. METODE

Program Pengabdian Desa Binaan (Probangdebi) ini menggunakan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA), yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan (Tarecha, Septarina, Seta, and Cipta 2025). Tahapan pelaksanaan pengabdian dibagi menjadi lima tahap utama: persiapan, pelaksanaan, evaluasi, monitoring, dan keberlanjutan program. Setiap tahap dirancang untuk memastikan program dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program akan dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut:

a. Tahap Persiapan

- Survei awal dan analisis kebutuhan mitra yang dilakukan oleh mahasiswa.
- Diskusi bersama mitra UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem dilaksanakan oleh dosen.
- Penyusunan rencana kerja terperinci dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa.

b. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap ini melibatkan beberapa kegiatan utama yang akan dilakukan secara paralel:

1.) Pelatihan Digital Marketing dan E-Commerce, meliputi;

- Pemberian pelatihan digital marketing menggunakan platform media sosial (Instagram, Facebook, TikTok),
- Pendampingan dalam pembuatan konten kreatif seperti foto produk, dan copywriting,
- Penggunaan iklan berbayar seperti Facebook Ads dan Google Ads.

2.) Inisiasi Pembentukan Koperasi Batik, meliputi;

- Fasilitasi pembentukan koperasi batik sebagai lembaga pemasaran kolektif,
- Penyusunan SOP manajemen koperasi dan pelatihan pengelolaan usaha koperasi.

3.) Penerapan Business Model Canvas (BMC) terpadu, dengan Penyusunan BMC untuk mengintegrasikan koperasi batik.

Partisipasi Mitra

Mitra UMKM Batik Khas Jember dan Pemerintah Desa Sumberpakem akan terlibat secara aktif dalam semua tahapan pelaksanaan program, mulai dari identifikasi permasalahan hingga implementasi solusi. Partisipasi mitra meliputi:

- a) Keterlibatan dalam pelatihan digital marketing dan *e-commerce*,
- b) Peran aktif dalam pembentukan koperasi batik,
- c) Kontribusi dalam penyusunan konsep koperasi dan promosi produk.

Evaluasi Program

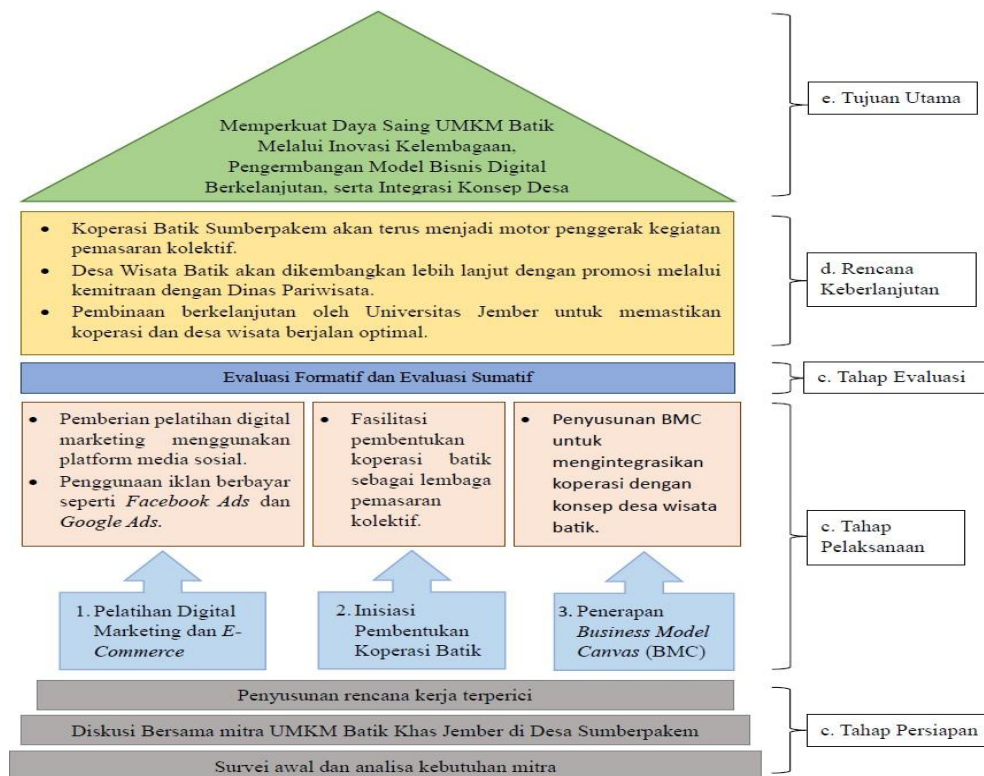
Evaluasi program dilakukan untuk memastikan tercapainya tujuan pengabdian dan meningkatkan kualitas pelaksanaan (Mulawarman et al. 2024). Evaluasi dibagi menjadi dua jenis:

- a) Evaluasi Formatif, dilakukan selama proses pelaksanaan untuk mengidentifikasi kendala dan memberikan solusi secara langsung,
- b) Evaluasi Sumatif, dilakukan pada akhir program untuk menilai keberhasilan program berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, seperti jumlah UMKM yang terlibat aktif dan keberhasilan implementasi BMC.

Rencana Keberlanjutan

Agar program dapat berkelanjutan, beberapa langkah telah dirancang;

- a) Koperasi Batik Sumberpakem akan dikembangkan lebih lanjut sehingga dapat menjadi motor penggerak kegiatan pemasaran kolektif,
- b) Pembinaan berkelanjutan oleh Universitas Jember untuk memastikan koperasi berjalan optimal. Agar lebih jelas, berikut ini bagan alur pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.



Dengan metode ini, program pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM Batik Khas Jember, memperkuat identitas budaya desa, serta menjadikan Desa Sumberpakem sebagai kawasan unggulan pedesaan berbasis ekonomi kreatif.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan berdasarkan agenda perencanaan yang telah disusun, dimana untuk pertemuannya berisikan upgrading dari tiga UMKM Batik dari desa Sumberpakem yang merupakan produksi batik khas Jember. Pelaksanaan keempat usulan penyelesaian masalah dan target luaran tersebut dapat diuraikan tiap pertemuan sebagai berikut:

1. Peningkatan Kapasitas Digital Marketing dan *E- Commerce*

Workshop ini dilaksanakan pada hari Minggu, 8 Juni 2025, bertempat di Warung Makan Bang Ndut, Desa Sumberpakem. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan aksesibilitas dan kenyamanan bagi pelaku UMKM setempat. Kegiatan ini merupakan bagian dari program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk mendorong transformasi digital pada UMKM Batik Khas Jember.

Sebanyak tiga UMKM Batik dari Desa Sumberpakem berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, masing-masing mengirimkan dua orang perwakilan, yang terdiri dari pemilik usaha dan personel yang menangani aspek pemasaran. Total enam peserta hadir dengan antusias untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam bidang pemasaran digital dan pemanfaatan *e-commerce*.

Acara dibuka secara resmi oleh Ketua Tim Pengabdian yang menekankan pentingnya adopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing UMKM batik di pasar modern. Dalam sambutannya, beliau menyoroti bahwa pemasaran digital bukan hanya sekadar pilihan, tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok dalam era digitalisasi ekonomi saat ini.



Gambar 1 Pelaksan Peningkatan Kapasitas Digital Marketing dan E- Commerce.

Sesi pertama diawali dengan pemaparan materi dari Fahmi Dwiki Setiawan, S.M. seorang praktisi digital marketing berpengalaman. Pada Gambar.1 peserta dibimbing untuk memahami dan mempraktikkan strategi promosi dan penjangkaran konsumen melalui platform digital utama seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Shopee. Fokus pelatihan mencakup pembuatan akun bisnis, pengenalan fitur-fitur promosi (reels, stories, live, hashtag, voucher, dan campaign Shopee), serta penyusunan konten kreatif untuk membangun hubungan dengan konsumen.

Sebagai inovasi tambahan, peserta juga diperkenalkan dengan penggunaan platform Linktree, sebuah alat gratis yang memungkinkan pelaku usaha untuk menggabungkan seluruh tautan penting mereka (Instagram, toko Shopee, katalog produk, nomor WhatsApp, hingga akun TikTok) dalam satu link yang dapat disematkan di bio media sosial. Linktree dinilai sangat bermanfaat karena:

- a. Memudahkan konsumen untuk mengakses seluruh kanal digital dalam satu klik.
- b. Menjadikan akun Instagram atau TikTok lebih profesional.
- c. Meningkatkan peluang konversi dari pengunjung profil ke pembeli aktif.

Setiap peserta dibimbing secara langsung untuk membuat akun Linktree, mengatur tampilan tautan, dan menyematkannya di profil Instagram atau TikTok mereka.

Sebagai penutup, setiap kelompok UMKM mempresentasikan rencana promosi digital terpadu mereka untuk satu bulan ke depan, termasuk pemanfaatan Linktree sebagai titik sentral informasi digital bisnis. Tim pengabdian memberikan umpan balik dan dorongan untuk implementasi berkelanjutan.

2. Penerapan Model Bisnis Digital Berkelanjutan melalui Business Model Canvas (BMC) Terpadu

Workshop ini dilaksanakan pada hari Minggu, 29 Juni 2025, bertempat di Warung TUM-BIN. Kegiatan ini merupakan bagian dari rangkaian program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memperkuat daya saing UMKM Batik Khas Jember melalui penerapan model bisnis digital yang terstruktur, adaptif, dan berkelanjutan.

Sebanyak tiga UMKM Batik yang sebelumnya telah mengikuti pelatihan digital marketing, turut hadir kembali dengan diwakili oleh pemilik usaha dan staf manajerialnya. Kegiatan ini dirancang untuk memperluas wawasan dan keterampilan pelaku usaha dalam menyusun dan menganalisis model bisnis secara menyeluruh dengan menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC).

Acara dibuka oleh Ketua Tim Pengabdian yang menekankan pentingnya pemahaman menyeluruh terhadap struktur bisnis, bukan hanya aspek penjualan. Beliau menyampaikan bahwa banyak UMKM tidak bertahan bukan karena produk mereka tidak bagus, tetapi karena tidak memahami siapa pelanggan mereka, bagaimana cara menjangkau pasar, dan bagaimana mengelola sumber daya secara efisien.

Sesi pertama dibawakan oleh narasumber Fahmi Dwiki Setiawan. S.M. dan praktisi pengembangan bisnis UMKM. Ia memulai pemaparan dengan menjelaskan pentingnya BMC sebagai alat strategis yang sederhana namun sangat komprehensif

untuk memetakan 9 elemen penting dalam model bisnis, yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, *Cost Structure*.



Gambar.2 Pembuatan BMC.

Selanjutnya, Gambar.2 peserta diberikan lembar kerja BMC untuk mengisi berdasarkan kondisi bisnis mereka masing-masing. Dengan dipandu fasilitator, peserta melakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan model bisnis mereka saat ini. Sesi dilanjutkan dengan diskusi studi kasus UMKM batik lain yang sukses melalui transformasi digital berbasis BMC. Peserta diberi kesempatan membandingkan model bisnis mereka dengan studi kasus, lalu melakukan revisi BMC mereka secara mandiri.

Menjelang akhir sesi, peserta mempresentasikan BMC Terpadu versi final yang telah mencakup aspek digital marketing, platform e-commerce, dan pelayanan pelanggan digital. Rencana tersebut menunjukkan keterpaduan antara kekuatan lokal (produk batik) dan strategi digital (marketplace, media sosial, dan distribusi online).

3. Penguatan Kelembagaan melalui inisiasi Pembentukan Koperasi Batik Sumberpakem.

Kegiatan Penguatan Kelembagaan melalui Inisiasi Pembentukan Koperasi Batik Sumberpakem dilaksanakan pada hari Minggu, 20 Juli 2025, bertempat di Balai Desa Sumberpakem, Kecamatan Sumberjambe, Kabupaten Jember. Kegiatan ini merupakan bagian dari rangkaian program pengabdian kepada masyarakat dalam kerangka Program Desa Binaan (Probangdebi) yang berfokus pada pemberdayaan UMKM Batik Khas Jember.

Dalam upaya memperkuat kelembagaan pelaku usaha batik, salah satu strategi yang dapat diimplementasikan adalah melalui pembentukan wadah kolektif berupa koperasi, seperti yang dilakukan oleh Koperasi Batik Sumberpakem. Pembentukan koperasi ini memiliki peran penting dalam mengoptimalkan pengelolaan usaha,

memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi bahan baku bagi para pelaku UMKM. Albari (2023) menjelaskan bahwa koperasi dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM dengan memperkuat koordinasi dan manajemen usaha. Di sisi lain, Kustiyahningsih (2024) menunjukkan bahwa integrasi koperasi dalam usaha batik mampu meningkatkan daya saing dengan memfasilitasi akses terhadap pasar yang lebih luas dan lebih efisien dalam pengelolaan keuangan.

Pentingnya keberadaan koperasi juga terlihat dalam peningkatan kualitas produk dan pelayanan UMKM batik, di mana hal ini dapat mempercepat proses produksi serta mengurangi biaya operasional. Prasetyawati (2024) menyoroti bahwa koperasi tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga dapat memperkuat keberlanjutan ekonomi UMKM melalui strategi pemasaran yang lebih inovatif. Hal ini sejalan dengan temuan Medyanto (2024) yang menunjukkan bahwa pengelolaan laporan keuangan yang baik dalam koperasi mampu memperkuat UMKM batik dalam menghadapi tantangan pasar. Dengan demikian, penerapan koperasi di sektor UMKM batik sangat vital untuk memperkuat keberlanjutan usaha dan meningkatkan profitabilitas jangka panjang.

Selain itu, kegiatan ini juga diikuti oleh perwakilan dari tiga UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem, masing-masing mengirimkan dua orang peserta yang terdiri atas pemilik usaha dan karyawannya. Dukungan penuh juga diberikan oleh pihak Pemerintah Desa Sumberpakem, yang hadir melalui Kepala Desa dan Sekretaris Desa.

Kehadiran berbagai pihak tersebut menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini, karena memungkinkan terjadinya kolaborasi multipihak antara akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah desa. Sinergi ini memperkuat komitmen bersama untuk mewujudkan Koperasi Batik Sumberpakem sebagai wadah kelembagaan ekonomi yang mandiri dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM batik di wilayah tersebut.

Acara dibuka oleh Ketua Tim Pengabdian, yang dalam sambutannya menegaskan pentingnya keberadaan lembaga koperasi sebagai wadah bersama dalam membangun ekonomi kolektif yang berkeadilan. Beliau menekankan bahwa koperasi bukan hanya sebagai sarana ekonomi, tetapi juga sebagai lembaga sosial yang menumbuhkan rasa solidaritas dan kebersamaan antar pelaku UMKM.

Sesi utama diisi oleh Bapak Fathorrazi, yang memaparkan materi bertajuk “Peran Koperasi dalam Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal.” Dalam paparannya, beliau menjelaskan prinsip-prinsip dasar koperasi, meliputi: Asas kekeluargaan dan gotong

royong, Tujuan peningkatan kesejahteraan anggota, Pengelolaan usaha yang transparan dan akuntabel. Selain itu, peserta diajak memahami struktur organisasi koperasi, peran pengurus dan anggota, serta mekanisme pengelolaan keuangan dan laporan pertanggungjawaban koperasi.

Setelah sesi pemaparan, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi partisipatif antara pemateri, pelaku UMKM, dan perangkat desa. Diskusi menghasilkan beberapa kesepakatan penting, antara lain: Persetujuan awal untuk membentuk Koperasi Batik Sumberpakem dengan anggota pendiri dari tiga UMKM Batik setempat. Pembentukan Tim Persiapan Koperasi yang terdiri dari 5 orang (2 perwakilan UMKM, 2 dari perangkat desa, dan 1 dari tim pengabdian) yang bertugas menyusun draft Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) serta Rencana Strategis Koperasi. Kesepakatan untuk mengajukan pendampingan lanjutan kepada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jember guna memfasilitasi proses legalisasi koperasi.

Kegiatan ditutup dengan penandatanganan berita acara kesepakatan pembentukan koperasi oleh seluruh peserta yang hadir. Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kelembagaan ekonomi kolektif dan langkah-langkah konkret menuju pembentukan koperasi. Pemerintah Desa Sumberpakem juga menyatakan dukungannya untuk menyediakan fasilitas dan pendampingan administratif dalam proses pembentukan koperasi tersebut.

Secara umum, hasil kegiatan ini menunjukkan antusiasme tinggi dari para pelaku UMKM dan perangkat desa dalam mewujudkan koperasi batik sebagai wadah bersama yang berkelanjutan. Dengan adanya inisiasi ini, diharapkan Koperasi Batik Sumberpakem dapat menjadi fondasi kelembagaan yang memperkuat posisi UMKM batik dalam rantai nilai ekonomi kreatif lokal, sekaligus mendukung pengembangan Desa Sumberpakem sebagai Desa Kreatif Batik Khas Jember.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan program “Inovasi Kelembagaan dan Pengembangan Model Bisnis Digital Berkelanjutan pada UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem” memberikan hasil yang nyata dalam peningkatan kapasitas dan daya saing para pelaku usaha batik. Partisipasi aktif mitra UMKM dan dukungan perangkat desa menjadi faktor kunci keberhasilan kegiatan ini. Adapun hasil spesifik yang dicapai antara lain:

1. Partisipasi aktif dari tiga UMKM Batik Sumberpakem dalam seluruh sesi pelatihan, diskusi kelompok, dan praktik lapangan. Para pelaku UMKM terlibat aktif dalam menyusun rencana promosi digital, model bisnis, dan strategi kelembagaan.
2. Seluruh peserta memiliki akun aktif di minimal dua platform digital utama (seperti Instagram dan TikTok) serta telah membuka akun toko di platform e-commerce Shopee, yang kini digunakan sebagai kanal utama pemasaran daring.
3. Seluruh peserta berhasil membuat akun Linktree dan menautkan seluruh kanal digital mereka, sehingga memudahkan konsumen dalam mengakses informasi produk dan meningkatkan profesionalitas akun bisnis.
4. Peserta mampu menyusun rencana konten promosi dan strategi digital terpadu yang disesuaikan dengan karakteristik produk Batik Labako dan target pasar masing-masing.
5. Tersusunnya rencana aksi digital selama satu bulan ke depan yang berisi strategi peningkatan jangkauan pasar, frekuensi unggahan, serta penggunaan fitur interaktif untuk meningkatkan engagement konsumen.
6. Terbentuknya Tim Persiapan Pembentukan Koperasi.

Implementasi pelatihan digitalisasi bisnis dan penerapan teknologi digital berdampak positif terhadap kemampuan promosi, akses pasar, dan profitabilitas UMKM Batik Khas Jember di Desa Sumberpakem. Sebelum mengikuti kegiatan ini, sebagian besar pelaku usaha masih bergantung pada metode pemasaran konvensional dan belum memiliki pemahaman teknis terkait digital marketing.

Setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam penguasaan media sosial, desain konten digital, dan penggunaan platform e-commerce. UMKM yang sebelumnya pasif dalam promosi kini mampu mengunggah konten secara rutin, berinteraksi dengan pelanggan secara daring, dan memanfaatkan fitur kampanye promosi seperti Shopee Voucher dan Instagram Reels.

Selain itu, penerapan Business Model Canvas (BMC) Terpadu membantu pelaku usaha memahami hubungan antar-komponen bisnis mereka secara sistematis — mulai dari segmen pelanggan, proposisi nilai, hingga strategi kolaborasi. Dengan pendekatan ini, UMKM batik di Desa Sumberpakem kini memiliki fondasi yang lebih kuat untuk mengembangkan bisnis berbasis digital secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Albari, A., & Tim. (2023). Pembinaan pemasaran dan pengelolaan keuangan pada UMKM batik Ciwaringin di bawah koordinasi koperasi. *Riset Lembaga Akademik*, 8(1), 101–119.
- Izzuddin, A., Halim, M., & Wibowo, Y. G. (2024). Peran inovasi, sumberdaya dan modal sosial terhadap ketahanan UMKM batik di Kabupaten Jember. *IO*(01), 191–206.
- Kafabih, A., & Utami, D. W. (2024). Implikasi dana desa terhadap pembangunan dan kualitas hidup. *Journal of Indonesian Rural and Regional Government*, 8(2), 128–139.
- Kustiyahningsih, Y. (2024). Pengelompokan UMKM Batik Madura menggunakan metode k-means: implikasi bagi kebijakan koperasi. *Teknika: Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 23(4), 789–804.
- Magvira, N. L., Hakim, A., Pramesti, D. D., & Ova, R. S. (2023). Pemberdayaan UMKM batik Labako di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember melalui pemasaran produk berbasis e-commerce. *WRTP*, (March). <https://doi.org/10.19184/wrtp.v17i1.38386>
- Medyanto, A. D. N. (2024). Analisis penyusunan laporan keuangan UMKM batik Jetis “Batik Tulis Namiroh” Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Riset*, 5(1), 34–48.
- Mulawarman, L., Jatmiko Jati, L., Umam, M. C., & Anggara, B. (2024). Pendampingan dan evaluasi kegiatan wirausaha mahasiswa pada event ARRC Mandalika 2024. *2898*, 56–61.
- Prasetyawati, Y. R. (2024). Strategi pemasaran inovatif dalam mengembangkan UMKM batik di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Teknologi*, 12(2), 45–59.
- Puspaningrum, D., & Sunartomo, A. F. (2022). Desa ramah perempuan: Pengembangan kapasitas perempuan Desa Sumberpakem dalam implementasi SDG's. *I*(2), 211–219.
- Puspita, A. D., Forijati, & Purnomo, H. (2025). Peran teknologi digital dalam membangun model bisnis. *4*, 645–652.
- Sulaeman, A., Bramasta, D., & Muhammadiyah Purwokerto. (2023). Pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan participatory rural appraisal (PRA). *2*(2), 87–96.
- Susilowati, D., & Farida, Y. N. (2024). Koperasi sebagai pendukung tercapainya sustainable development goals (SDGs). *3*(1).
- Tarecha, R. I., Septarina, A. A., Seta, B., & Cipta, I. (2025). JANUR: Jurnal Abdimas Nusantara. *1*(1), 33–39.
- Tarecha, R. I., Septarina, A. A., Seta, B., Cipta, I., Meditama, R. F., & Tjiptady, B. C. (2025). (JANUR) Akselerasi SDGs desa melalui pengabdian masyarakat berbasis visi misi desa di Dusun Lebaksari Desa Kapatihan dengan pendekatan participatory rural appraisal SDGs desa sendiri merupakan produk turunan Millennium Development Goals (MDGs), yang telah bertransformasi jadi Sustainable Development Goals (SDGs) (Sari dkk). *1*(1), 33–39.
- The Role of Koperasi and UMKM in Improving Communities. (2025). *Journal of Economic & Social Solidarity*, 9(1), 22–38.
- Zainuri, S. V., Amijaya Regina Niken Wilantari, R. N. F., Imamudin, I., & Roziq, A. (2024). Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan digital marketing: Peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkelanjutan*, 8(4), 2614–5251.