

Penguatan Kapasitas UMKM Batik Putra Serayu Melalui Pengembangan Motif Jumputan Shibori dan Pendampingan Bisnis

Ari Asnani*, Puji Lestari, Swahesti Rahayu Puspita

Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

ari.asnani@unsoed.ac.id*

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) telah dilakukan untuk memperkuat kapasitas UMKM Batik Putra Serayu Banyumas melalui pelatihan desain motif jumputan-shibori yang dipadukan dengan pendampingan bisnis pada aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Program disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra yang menunjukkan perlunya peningkatan inovasi produk, penguatan manajemen keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung daya saing usaha. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi program, pelatihan pengembangan desain motif jumputan-shibori, pelatihan pembukuan dan pengelolaan keuangan, penyusunan website Batik Putra Serayu, serta monitoring dan evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu menghasilkan berbagai motif baru jumputan-shibori yang dikembangkan melalui eksplorasi pola simetri dan asimetri sebagai alternatif desain produk UMKM. Pada aspek manajemen terjadi peningkatan kompetensi mitra dalam pengelolaan keuangan melalui pelatihan penentuan harga pokok produksi, penyusunan laporan laba-rugi, laporan perubahan modal, laporan posisi keuangan, dan laporan arus kas. Program juga menghasilkan website Batik Putra Serayu berbasis konsep UI/UX dan strategi pemasaran 7P sebagai media promosi digital. Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan rerata tingkat kepuasan peserta berada pada kategori sangat baik (80%) dan baik (18%). Seluruh peserta merupakan peserta yang baru pertama kali mengikuti pelatihan pengembangan desain shibori sehingga peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta diasumsikan mencapai 100%. Hasil evaluasi mengindikasikan bahwa program PkM berhasil memperkuat kapasitas UMKM Batik Putra Serayu melalui integrasi inovasi produk, penguatan manajemen usaha, dan pemasaran digital sebagai strategi peningkatan daya saing serta keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Batik, Banyumas, Shibori, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai pilar ekonomi nasional yang berkontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan pemerataan ekonomi rakyat (Aprieni et al., 2024). Namun, di era ekonomi digital tahun 2026, tantangan yang dihadapi UMKM tidak lagi sekedar bertahan hidup, melainkan bagaimana beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang sangat dinamis dan preferensi pasar yang semakin menuntut produk unik dan berkelanjutan (Morisson & Fikri, 2025). Saat ini UMKM menghadapi tekanan inflasi mencapai 4,76% (BPS, 2025), sehingga daya beli masyarakat menurun dan omset terdampak terutama di sektor non-primer seperti kerajinan dan tekstil. Hasil tren terkini

menunjukkan UMKM tekstil dan batik termasuk yang paling tertekan (Masfiah & Syarofi, 2025). Berdasarkan data Asosiasi Perajin dan Pengusaha Batik Indonesia (APPBI) jumlah perajin batik nasional turun 40% dari 151 ribu orang pada 2020 menjadi sekitar 101 ribu perajin di 2024. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk terus beradaptasi melalui pengembangan inovasi serta pengelolaan usaha yang lebih profesional (Izzuddin et al., 2024).

Batik Putera Serayu merupakan UMKM di Desa Notog, Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas, yang dipimpin ibu Sumiyati sejak 2016 dengan produk utama batik pewarna alam, ecoprint, jumputan, serta kerajinan tangan dan fashion. Permasalahan utama terfokus pada aspek produksi, keterbatasan diversifikasi produk dan kemiripan motif dengan kompetitor. Padahal di era pasar global saat ini, kebaruan dan estetika visual menjadi penentu utama daya beli konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing Batik Putera Serayu adalah melalui inovasi desain produk dengan mengombinasikan teknik jumputan yang sudah dikuasai dengan teknik shibori. Shibori merupakan teknik tekstil dari Jepang yang dilakukan dengan cara melipat, mengikat, menjahit atau memelintir kain sebelum proses pencelupan warna sehingga menghasilkan pola yang khas dan beragam (Maziyah et al., 2019). Pengembangan motif baru melalui eksplorasi pola geometris (Barriyah et al., 2023), teknik pelipatan, variasi pewarnaan, dan kombinasi berbagai teknik tekstil telah terbukti meningkatkan daya tarik produk kriya serta memperluas peluang pasar pada sektor industri kreatif (Octarino & Noviandri, 2020; Puspasari et al., 2022). Selain memberikan alternatif desain yang lebih variatif, pendekatan akulturasi juga mendukung pelestarian budaya lokal karena menghasilkan inovasi tanpa menghilangkan identitas batik sebagai warisan budaya Indonesia (Jati et al., 2025).

Pada aspek manajemen, Batik Putera Serayu masih menghadapi kendala dalam sistem pencatatan keuangan, terutama terkait pencampuran keuangan pribadi dengan keuangan usaha sehingga proses evaluasi kinerja usaha menjadi kurang optimal. Padahal tanpa manajemen keuangan yang tertata, pelaku usaha akan sulit memetakan kinerja bisnis dan mengambil keputusan strategis di tengah iklim ekonomi yang kompetitif (Tanjung et al., 2021). Untuk mengatasi kelemahan aspek manajemen dapat dilakukan pelatihan manajemen dan administrasi sebagai upaya peningkatan kompetensi manajerial dan kapasitas operasional pelaku usaha. Program pelatihan pembukuan sederhana (Sasana et al., 2025), pengelolaan keuangan, dan administrasi bisnis telah terbukti membantu pelaku UMKM memisahkan keuangan pribadi dan usaha, meningkatkan kemampuan pencatatan transaksi, serta menghasilkan laporan keuangan yang lebih akurat sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis (Prayogi, 2022).

Di sisi lain, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi juga belum dilakukan secara maksimal sehingga peluang perluasan pasar masih terbatas. Menyikapi hal ini, pengembangan website menjadi penting dilakukan sebagai strategi promosi digital sehingga produk yang dihasilkan memiliki akses pasar yang lebih luas. Digitalisasi pemasaran melalui website, media sosial, dan marketplace mampu memperluas jangkauan pasar, memperkuat identitas merek, meningkatkan loyalitas konsumen, dan membuka peluang penetrasi pasar yang lebih luas dibandingkan pemasaran konvensional (Aisyah & Rachmadi, 2022; Salsabila & Anshori, 2025). Oleh karena itu, kegiatan PkM tidak hanya diarahkan pada peningkatan kemampuan teknis dalam menghasilkan motif baru, tetapi juga pada peningkatan kapasitas manajemen usaha dan pemasaran digital sebagai satu kesatuan strategi pengembangan UMKM Batik Putera Serayu.

Berdasarkan uraian di atas, maka kegiatan PkM ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Batik Putera Serayu Banyumas melalui pelatihan desain motif jumputan–shibori yang dipadukan dengan pendampingan bisnis dalam aspek manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Novelty kegiatan PkM ini terletak pada pendekatan integratif yang mengombinasikan inovasi desain motif jumputan–shibori, penguatan tata kelola keuangan, dan optimalisasi pemasaran digital sebagai model pemberdayaan UMKM Batik Putera Serayu Banyumas. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mitra menghasilkan desain

motif yang inovatif, memperbaiki tata kelola keuangan usaha, serta meningkatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi untuk memperkuat daya saing batik Banyumas di pasar yang semakin kompetitif.

METODE

Kegiatan PkM menggunakan pendekatan pelatihan (*training*) yang dipadukan dengan pendampingan (mentoring) untuk memperkuat kapasitas UMKM Batik Putra Serayu Banyumas dalam aspek inovasi produk, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital. Peserta utama kegiatan adalah UMKM Batik Putra Serayu sebagai mitra utama, dengan melibatkan pula beberapa UMKM batik di wilayah Banyumas dan Purbalingga, yaitu Saung Baswet Banyumas, Adiguna Ecoprint Purwokerto, Ines Pandas Sumbang, Cemanting Arts Purbalingga, dan Batik Nurimas Purbalingga. Instrumen kegiatan yang digunakan meliputi modul pelatihan, peralatan dan bahan praktik pembuatan motif jumputan–shibori, media presentasi, serta lembar evaluasi tingkat kepuasan peserta untuk memperoleh umpan balik terhadap pelaksanaan program. Tahapan kegiatan meliputi sosialisasi kegiatan, penyusunan modul pelatihan, pengadaan alat dan bahan, pelatihan teknik shibori, pelatihan pengelolaan keuangan bisnis, pembuatan situs Batik Putra Serayu, serta evaluasi kegiatan dan umpan balik.

Tahapan kegiatan diawali dengan sosialisasi program kepada mitra untuk menyampaikan tujuan, ruang lingkup, dan rencana pelaksanaan kegiatan. Tahap berikutnya adalah pelatihan akulturasi teknik jumputan dan shibori, yang mencakup persiapan alat dan bahan, preparasi larutan pewarna, eksplorasi teknik pelipatan simetris dan asimetris, proses pewarnaan, pengeringan, pencucian kain, hingga pengembangan variasi motif sebagai produk inovatif. Pembuatan motif kain dengan teknik shibori dilakukan dengan cara melipat kain (*sekka shibori*) lalu mengikat kuat dengan karet gelang. Struktur dasar pelipatan (*accordion*) yang diajarkan adalah segitiga sama kaki, segitiga sama sisi, dan bujursangkar. Setelah itu kain dicelup menggunakan satu atau beberapa warna sesuai keinginan (Maziyah et al., 2019; Octarino & Noviandri, 2020).

Selanjutnya dilaksanakan pelatihan pembukuan dan pengelolaan keuangan UMKM, yang berfokus pada penentuan harga pokok produksi, penyusunan laporan laba-rugi, laporan perubahan modal, laporan posisi keuangan, dan laporan arus kas, disertai praktik penyusunan pembukuan sederhana. Praktik akuntansi dilakukan dengan menyusun anggaran pembelian, anggaran produksi, anggaran aliran kas, dan anggaran fleksibel (Prayogi, 2022). Kegiatan berikutnya berupa pendampingan penyusunan situs Batik Putra Serayu merujuk pada *design User Interface|User Experience* (UI/UX) berbasis *REST - Representational State Transfer* (Wijayanto et al., 2019) yang ramah pada pengguna (*user friendly*) (Ilham et al., 2021) sehingga mitra mampu memanfaatkan website sebagai media promosi produk.

Teknik pengumpulan data kegiatan dilakukan melalui dokumentasi pelaksanaan program, observasi selama proses pelatihan dan praktik, pencatatan hasil produk yang dihasilkan peserta, serta pengisian kuesioner evaluasi kepuasan peserta setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Evaluasi program dilakukan secara deskriptif melalui analisis hasil observasi, rekapitulasi tingkat kepuasan peserta, serta telaah terhadap komitmen peserta untuk melanjutkan penerapan teknik yang telah dipelajari sebagai bagian dari keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat. Seluruh tahapan tersebut dilaksanakan secara berurutan sehingga membentuk proses pemberdayaan yang mengintegrasikan peningkatan kompetensi teknis, penguatan manajerial, dan pendampingan bisnis sesuai kebutuhan mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan PkM

Kegiatan PkM dengan tema Akulturasi Jumputan dan Shibori untuk Pengembangan Produk UMKM Batik Putra Serayu Banyumas dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kapasitas UMKM dalam aspek inovasi produk, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi

program kepada mitra yang melibatkan seluruh tim pelaksana bersama Ketua UMKM Batik Putra Serayu. Pada tahap ini disampaikan tujuan kegiatan, rencana pelaksanaan program, materi yang akan diberikan, serta peran masing-masing pihak selama kegiatan berlangsung. Selanjutnya dilakukan pengadaan alat dan bahan yang digunakan dalam praktik pembuatan motif jumputan–shibori. Rangkaian kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pengembangan desain motif jumputan–shibori, pelatihan pembukuan dan pengelolaan keuangan UMKM, penyusunan situs Batik Putra Serayu sebagai media promosi digital, serta monitoring dan evaluasi kegiatan. Seluruh tahapan tersebut dilaksanakan sesuai rencana program sehingga kegiatan berlangsung secara sistematis dari tahap persiapan hingga evaluasi akhir.

Pengembangan Motif Jumputan-Shibori

Pelatihan pengembangan desain shibori dikoordinasi oleh Ari Asnani, S.Si.,M.Sc.,Ph.D. Selama kegiatan berlangsung peserta berpartisipasi aktif dalam melakukan eksplorasi berbagai teknik pelipatan kain yang mengombinasikan pola simetri dan asimetri untuk menghasilkan variasi motif baru. Pengembangan desain mengacu pada konsep Frieze Group yang memanfaatkan translasi, refleksi horizontal, refleksi vertikal, rotasi, dan glide sebagai dasar pembentukan pola. Tahapan praktik meliputi persiapan alat dan bahan, preparasi larutan *waterglass*, preparasi zat warna naftol, pelipatan kain sesuai pola yang dirancang, proses pewarnaan, dan pembiasan warna (Maziyah et al., 2019). Setelah kain diwarnai, kain didiamkan selama tiga jam lalu lipatan kain dibuka dan kain dijemur hingga kering. Terakhir, kain dicuci hingga warna air cucian bening lalu dijemur hingga kering, dan kain siap digunakan lebih lanjut (**Gambar 1**).



Gambar 1. Tahapan kegiatan pengembangan motif Jumputan-Shibori yang terdiri dari pelipatan kain, preparasi bahan pewarna, pewarnaan sudut warna dan bias warna, serta pengeringan

Pengembangan desain shibori menggunakan pola Frieze Group dibangun dengan translasi dalam satu arah melalui refleksi horizontal, refleksi vertikal, rotasi, dan glide (Rahmawati et al., 2018). Contoh alur pengembangan desain berbasis tujuh jenis pola Frieze Group adalah isometri satu arah yaitu translasi horisontal, isometri satu arah dan memiliki refleksi geser, translasi satu arah dan refleksi vertikal, translasi satu arah dan rotasi 180 derajat, translasi satu arah, rotasi 180 derajat, dan refleksi vertikal, translasi satu arah dan refleksi horisontal, dan translasi, refleksi, vertikal dan refleksi horisontal (Puspasari et al., 2022). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta berhasil menghasilkan kain bermotif dengan variasi pola simetri–asimetri sebagai refleksi horizontal maupun vertikal dari bentuk segitiga dan segiempat (Vasukriti, 2025).

Selama pelaksanaan kegiatan berhasil dikembangkan berbagai motif shibori yang menjadi alternatif desain baru bagi UMKM Batik Putra Serayu untuk memperkaya variasi produk yang telah dimiliki (**Gambar 2**).



Gambar 2. Pengembangan motif yang dihasilkan dari kegiatan PkM dengan mitra Batik Putra Serayu

Pelatihan Pembukuan dan Pengelolaan Keuangan UMKM Batik

Pelatihan Pembukuan dan Pengelolaan Keuangan UMKM Batik diselenggarakan dengan narasumber Dr. Puji Lestari, S.E.,M.Si.Ak. Kegiatan diikuti oleh mitra utama, yaitu UMKM Batik Putra Serayu serta beberapa UMKM Batik yaitu Saung Baswet Banyumas, Adiguna Ecoprint Purwokerto, Ines Pandas Sumbang, dan Cemanting Arts Purbalingga (**Gambar 3**). Materi pelatihan berfokus pada penentuan harga pokok produksi dan penyusunan laporan keuangan sebagai dasar pengelolaan usaha yang lebih baik. Dalam pelatihan dijelaskan komponen biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik sebagai dasar penentuan harga jual produk (Prayogi, 2022). Peserta juga memperoleh materi dua metode penentuan harga berbasis biaya, yaitu *standard markup pricing* dan *cost plus percentage of cost pricing* sebagai alternatif dalam menentukan harga jual berdasarkan biaya produksi. *Standard markup pricing* adalah harga yang ditentukan dengan jalan menambahkan persentase tertentu dari biaya pada semua unit dalam suatu kelas produk. *Cost plus percentage of cost pricing* adalah perusahaan menambahkan persentase tertentu terhadap biaya produksi. Metode ini seringkali digunakan untuk menentukan harga satu unit atau hanya beberapa unit (Odang & Sidabutar, 2024).



Gambar 3. Pelaksanaan pelatihan pembukuan dan pengelolaan keuangan UMKM Batik

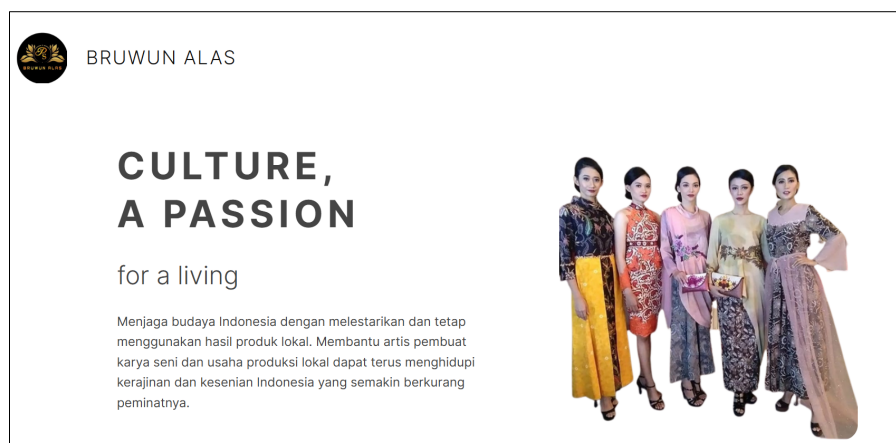
Salah satu masalah yang selalu dihadapi UMKM Batik Putra Serayu serta UMKM Batik pada umumnya adalah tercampurnya antara harta pribadi dan harta perusahaan. Kondisi ini menyebabkan sulitnya pelaku usaha untuk mengetahui kinerja perusahaan secara umum. Untuk itu pada pelatihan ditekankan

mengenai prinsip entitas, yaitu memandang perusahaan merupakan entitas independen yang terpisah dari pemiliknya. Harta, kewajiban dan ekuitas perusahaan terpisah dengan pemiliknya (Afriansyah et al., 2021). Prinsip ini memungkinkan pemilik melakukan evaluasi kinerja perusahaan. Salah satu pendekatan untuk evaluasi kinerja perusahaan adalah pencatatan atas transaksi secara kronologis yaitu posting transaksi ke dalam buku besar masing-masing dan selanjutnya menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan yang diajarkan Tim PkM pada mitra terdiri dari Laporan laba-rugi, Laporan perubahan modal, laporan posisi keuangan (neraca), dan laporan arus kas (Prayogi, 2022).

Penyusunan Situs Batik Putra Serayu

Selain pelatihan teknis produksi, kegiatan PkM juga menghasilkan media promosi digital berupa situs Batik Putra Serayu yang dikembangkan berdasarkan konsep *User Interface/ User Experience* (UI/UX) berbasis REST (*Representational State Transfer*) (Wijayanto et al., 2019). Pengembangan situs dikoordinasikan oleh Swahesti Rahayu Puspita, S.Kom., M.T. Struktur menu pada website dirancang berdasarkan konsep pemasaran 7P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical environment*, dan *People* (Astuti et al., 2023). *Product* (produk) adalah barang yang dirancang dan diterapkan untuk kebutuhan konsumen. *Price* (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk. *Place* (tempat, termasuk juga distribusi) adalah penempatan suatu produk agar tersedia bagi target konsumen. *Promotion* (promosi) adalah aktivitas mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, dan membujuk target konsumen untuk membeli produk. *Process* (proses) adalah dimana pelayanan menjadi perhatian, penciptaan dan pemberian elemen produk memerlukan desain dan pelaksanaan proses yang efektif. *Physical environment* (lingkungan fisik) adalah desain dari penampilan pelayanan. *People* (orang) adalah individu yang berinteraksi langsung dengan konsumen yang membutuhkan keterampilan interpersonal yang baik dan sikap positif (Astuti et al., 2023).

Selama proses penyusunan website, mitra berpartisipasi aktif dengan menyediakan informasi mengenai profil usaha, produk, dan materi yang akan ditampilkan pada laman website. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website berhasil disusun dan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi digital (**Gambar 4**). Pembuatan website ini diharapkan akan meningkatkan penjualan Batik Putera Serayu. Melalui rancangan tersebut, website tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM Batik Putra Serayu (Nurjanah, 2025).



Gambar 4. Situs Batik Putra Serayu, bruwunalas.wordpress.com

Hasil Monitoring dan Evaluasi Kegiatan PkM

Evaluasi Program kemitraan Masyarakat (PkM) dilakukan melalui tiga aspek utama, yakni tingkat kepuasan peserta, peningkatan keterampilan mitra yang diukur melalui kemampuan menghasilkan variasi produk, serta dampak keberlanjutan program secara mandiri. Evaluasi kepuasan peserta dilakukan setelah kegiatan pelatihan berlangsung menggunakan instrumen kuesioner yang mencakup aspek ketertarikan terhadap kegiatan, manfaat materi, peningkatan keterampilan melalui praktik, serta persepsi peserta terhadap peluang pengembangan usaha berbasis desain shibori. Hasil evaluasi (**Tabel 1**) menunjukkan bahwa kegiatan PkM memperoleh respon yang sangat positif dari para peserta. Secara umum, rerata tingkat kepuasan peserta berada pada kategori sangat baik sebesar 80% dan baik sebesar 18% yang menunjukkan bahwa program pelatihan yang diberikan memberikan nilai relevan dengan kebutuhan mitra dan peserta.

Tabel 1. Hasil Evaluasi dan Monitoring Kegiatan PkM

No.	Uraian Pernyataan	Tingkat Kepuasan Peserta			
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
1.	Bagaimana ketertarikan peserta terhadap kegiatan pengembangan desain Shibori	9 (90%)	1 (10%)	-	-
2.	Materi pengembangan desain Shibori memberikan pengetahuan bagi peserta	9 (90%)	1 (10%)	-	-
3.	Praktek pengembangan desain Shibori memberikan ketrampilan bagi peserta	9 (90%)	1 (10%)	-	-
4.	Setelah pelatihan ini akan dilanjutkan untuk pengembangan desain Shibori	7 (70%)	3 (30%)	-	-
5.	Bagaimana menurut peserta terhadap peluang kain desain Shibori terhadap potensi wirausaha	6 (60%)	3 (30%)	-	-
Rerata		80%	18%	-	-

Secara lebih rinci, tingkat kepuasan ini tercermin pada semua indikator utama antara lain ketertarikan desain shibori memperoleh penilaian sangat baik dari 90% peserta dan baik dari 10% peserta, yang menunjukkan bahwa metode pelatihan serta materi yang diberikan mampu menarik minat peserta untuk mempelajari teknik baru dalam pengembangan desain tekstil. Hal yang sama juga terlihat pada indikator peningkatan pengetahuan dan keterampilan dimana 90% peserta menyatakan sangat baik dan 10% menyatakan baik terhadap manfaat materi maupun praktik pelatihan yang diberikan. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga meningkatkan keterampilan praktis peserta dalam mengembangkan motif shibori. Selain itu, seluruh peserta yang mengikuti kegiatan PkM merupakan peserta yang baru pertama kali mempelajari dan mempraktikkan teknik shibori, sehingga peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dapat diasumsikan mencapai 100% pada aspek pengenalan teknik dan proses pembuatan motif shibori.

Pada aspek keberlanjutan program, kegiatan PkM ini memperoleh berbagai tanggapan positif dari peserta. Beberapa peserta menyampaikan harapan agar pelatihan dilanjutkan dengan teknik shibori lain sehingga variasi motif yang dapat diterapkan pada usaha batik semakin beragam. Peserta juga mengusulkan agar kegiatan pendampingan dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan produksi sekaligus mendukung peningkatan pendapatan usaha. Beberapa tanggapan yang tercatat antara lain “Lanjutkan pada teknik shibori lain,” “Mohon ada kelanjutan pelatihan supaya lebih terampil,” “Ada tindak lanjut kegiatan ini agar bisa meningkatkan ekonomi keluarga,” serta “Semoga masih dapat berkonsultasi setelah pelatihan ini untuk pengembangan lebih lanjut.” Seluruh masukan tersebut menunjukkan adanya komitmen peserta untuk terus mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh melalui kegiatan PkM.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, tim pelaksana menyimpulkan bahwa kegiatan memberikan manfaat bagi peserta dalam mengembangkan desain motif serta mendorong keberlanjutan program melalui pelatihan lanjutan dan pendampingan yang berkesinambungan.

Pembahasan

Keberhasilan pengembangan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aktivitas bisnis secara profesional melalui penerapan manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan transformasi digital. Untuk itu, kegiatan PkM pada mitra Batik Putera Serayu berfokus pada pengembangan desain motif jumputan–shibori, pembukuan dan pengelolaan keuangan, serta penyusunan website untuk digitalisasi marketing. Setiap pelatihan disertai praktik langsung dan pendampingan oleh tim pelaksana sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara konseptual, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam menerapkan keterampilan yang dipelajari. Pendekatan tersebut dilakukan karena keberhasilan pemberdayaan UMKM sangat dipengaruhi oleh integrasi antara peningkatan kompetensi teknis, penguatan manajemen usaha, serta pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan sehingga pelaku usaha mampu mengimplementasikan pengetahuan baru ke dalam aktivitas bisnis sehari-hari (Handayani et al., 2025; Izzuddin et al., 2024).

Pengembangan motif melalui akulturasi teknik jumputan dan shibori memiliki nilai strategis dalam memperkuat identitas produk UMKM Batik Putra Serayu. Inovasi motif yang memadukan unsur budaya lokal dengan teknik modern diharapkan mampu menghasilkan diferensiasi produk yang lebih kuat sekaligus meningkatkan nilai tambah ekonomi (Jati et al., 2025). Pengembangan produk berbasis shibori telah dilaporkan mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi melalui diversifikasi produk seperti busana, aksesoris, maupun produk kriya lainnya sehingga memberikan peluang peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM (Prianti & Prabowo, 2021). Oleh karena itu, penerapan teknik jumputan–shibori dalam kegiatan PkM pada UMKM Batik Putra Serayu memiliki landasan teoritis yang kuat sebagai strategi inovasi produk berbasis budaya lokal sekaligus sebagai upaya meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing usaha.

Hasil pelatihan pembukuan dan pengelolaan keuangan memperlihatkan bahwa penguatan literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang mendukung peningkatan kapasitas usaha (Mulyati et al., 2024). Penerapan pembukuan sederhana maupun digital memungkinkan pelaku UMKM memahami kondisi keuangan usaha secara lebih akurat, memisahkan aset pribadi dengan aset usaha, serta meningkatkan akuntabilitas dalam pengelolaan bisnis (Odang & Sidabutar, 2024; Prayogi, 2022). Di samping itu, kemampuan menentukan harga pokok produksi secara tepat berkontribusi terhadap penetapan harga jual yang lebih kompetitif sehingga meningkatkan profitabilitas usaha dalam jangka panjang. UMKM yang mampu menyusun laporan keuangan secara sistematis akan memungkinkan untuk melakukan evaluasi kinerja usaha, meningkatkan akuntabilitas, serta mendukung pengambilan keputusan bisnis secara lebih tepat (Tanjung et al., 2021).

Pembuatan website Batik Putra Serayu merupakan salah satu luaran penting dalam kegiatan pengabdian pada aspek komersialisasi produk melalui pemanfaatan teknologi digital. Digitalisasi pemasaran melalui website, media sosial, dan *marketplace* menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM karena mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, memperkuat identitas merek, serta mempermudah interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen (Aisyah & Rachmadi, 2022; Morisson & Fikri, 2025).

Keterlibatan aktif UMKM Batik Putra Serayu sejak tahap perencanaan hingga evaluasi menunjukkan bahwa mitra berperan sebagai subjek dalam proses pemberdayaan. Selain itu, keterlibatan beberapa UMKM batik lain dari Banyumas dan Purbalingga memperluas dampak program sehingga manfaat kegiatan tidak

hanya dirasakan oleh mitra utama. Kontribusi tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan PkM memiliki potensi sebagai model pengembangan kapasitas UMKM berbasis kolaborasi perguruan tinggi dengan masyarakat yang dapat direplikasi pada sektor usaha kreatif lainnya.

Meskipun kegiatan menunjukkan berbagai capaian positif, tetapi masih terdapat beberapa batasan yang perlu diperhatikan. Pertama, evaluasi peningkatan kemampuan peserta lebih banyak didasarkan pada tingkat kepuasan serta produk yang dihasilkan, namun belum dilakukan pengukuran kuantitatif mengenai perubahan pendapatan atau peningkatan omzet usaha setelah program selesai. Kedua, keberlanjutan dampak ekonomi program masih memerlukan pemantauan lanjutan karena pada saat penyusunan laporan evaluasi dampak jangka panjang belum sepenuhnya dilaksanakan. Walaupun demikian, batasan tersebut tidak mengurangi ketercapaian tujuan utama program karena seluruh tahapan kegiatan yang direncanakan telah terlaksana sesuai proposal dan menghasilkan luaran nyata berupa peningkatan kapasitas mitra, pengembangan motif baru, website pemasaran, serta tingginya tingkat kepuasan peserta. Oleh sebab itu, secara keseluruhan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil menunjukkan bahwa integrasi pelatihan teknis, penguatan manajemen usaha, dan pendampingan digital merupakan pendekatan yang relevan untuk mendukung pengembangan kapasitas serta daya saing UMKM Batik Putra Serayu Banyumas.

KESIMPULAN

Kegiatan PkM pada UMKM Batik Putra Serayu Banyumas berhasil meningkatkan kapasitas mitra melalui pelatihan pengembangan desain motif jumpun-shibori, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan peserta yang sangat baik serta adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan desain shibori. Keterlibatan aktif mitra selama kegiatan juga menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi secara partisipatif efektif dalam mendukung penerimaan dan penerapan inovasi. Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pengembangan variasi motif dan teknik shibori, optimalisasi pemasaran digital, penyempurnaan pengelolaan keuangan, serta pendampingan pengembangan produk agar UMKM Batik Putra Serayu dapat berkembang secara lebih inovatif, terstruktur, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini terlaksana melalui Hibah Program Kemitraan Masyarakat (PkM) kementerian Pendidikan dan Kebudayaan berdasarkan Surat Keputusan Nomor 051/E5/PG.02.00/2022 dan Perjanjian/Kontrak Nomor T/1259/UN23.18/PM.01.01/2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analisis implementasi penyusunan laporan keuangan pada UMKM berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM). *Jurnal Saintifik (Multi Science Journal)*, 19(1), 25–30. <https://doi.org/10.58222/js.v19i1.99>
- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing pada pelaku umkm guna peningkatan pendapatan. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Latriana Sihotang, & Febrina Vidya Rachma S. (2024). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>
- Astuti, H., Wijaya, S., & Agustina, M. (2023). Implementasi marketing mix 7P pada usaha mikro kecil dan menengah. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 1–14.

<https://doi.org/10.33366/ref.v11i1.4416>

- Barriyah, I. Q., Dewi Pamungkas, D., Fatmayanti, B., & Triyono, T. (2023). Eksplorasi teknik shibori dalam pengembangan motif geometrik pada kain sandang. *Keluarga: Jurnal Ilmiah Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 9(1), 24–36. <https://doi.org/10.30738/keluarga.v9i1.14325>
- BPS. (2025). *Inflasi Umum, Inti, Harga Yang Diatur Pemerintah, dan Barang Bergejolak Inflasi Indonesia, 2009-2025*. Badan Pusat Statistik.
- Handayani, R. F., Hikmah, N. F., Awaf, S. A., Naufal, M., Zahro, A., Astuti, D., & Mardiana, S. S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi dan inovasi produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 7(1), 52–60. <https://doi.org/10.26751/jai.v7i1.2754>
- Ilham, H., Wijayanto, B., & Rahayu, S. P. (2021). Analysis and design of user interface/user experience with the design thinking method in the academic information system of Jenderal Soedirman University. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 2(1), 17–26. <https://doi.org/10.20884/1.jutif.2021.2.1.30>
- Izzuddin, A., Halim, M., & Wibowo, Y. G. (2024). Peran inovasi, sumberdaya dan modal sosial terhadap ketahanan UMKM Batik di Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 191–206. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v10i1.1799>
- Jati, D. H. P., Mediatati, N., Listiarum, F., & Sa'diyah, P. M. (2025). Penguatan karakter nasionalisme dengan pelestarian kearifan lokal batik teknik shibori. *Civic Education Perspective Journal*, 5(1), 20–28. <https://doi.org/10.22437/cepj.v5i1.41973>
- Masfiah, A. L., & Syarofi, M. (2025). Upaya UMKM Batik Priti's Jember dalam mempersiapkan kenaikan PPN 12%. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 7(1), 296–313. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v7i1.1456>
- Maziyah, Si., Indrahti, S., & Alamsyah, A. (2019). Implementasi Shibori Di Indonesia. *Kiryoku*, 3(4), 214–220. <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v3i4.214-220>
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Mulyati, M., Ramadhan, M. S., & Amelya, D. R. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 3(2), 62–66. <https://doi.org/10.54371/jms.v3i2.447>
- Nurjanah, S. (2025). Pemanfaatan teknologi interaktif dalam meningkatkan penjualan produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 28–34. <https://doi.org/10.31294/jab.v5i1.8820>
- Octarino, C. N., & Noviadri, P. P. (2020). Pelatihan komposisi untuk peningkatan desain motif bahan dan desain fashion bagi pengrajin shibori dan ecoprint. *Jurnal Patria*, 2(2), 130–137. <https://doi.org/10.24167/patria.v2i2.2777>
- Odang, N. K., & Sidabutar, G. R. A. (2024). Maksimalisasi profit UMKM berdasarkan Perspektif Pricing Strategy. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 129–140. <https://doi.org/10.33795/jraam.v7i1.011>
- Prayogi, J. (2022). Penyusunan laporan keuangan UMKM berdasarkan standar akuntansi keuangan entitas mikro, kecil dan menengah. *Juripol*, 5(2), 191–201. <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i2.11712>
- Prianti, R. E., & Prabowo, B. (2021). Strategi pemasaran kain shibori dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Arafa Surabaya. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(10), 1100–1113. <https://doi.org/https://doi.org/10.1235/jri.v1i10.190>
- Puspasari, R., Hartanto, S., Gufron, M., Wijayanti, P., & Budiarto, M. T. (2022). Frieze pattern on Shibori fabric. *Journal of Medives : Journal of Mathematics Education IKIP Veteran Semarang*, 6(1), 67.

<https://doi.org/10.31331/medivesveteran.v6i1.1904>

- Rahmawati, A., Helmi, H., & Fran, F. (2018). Frieze group pada seni dekoratif mesjid. *Buletin Ilmiah Math, Stat, Dan Terapannya*, 7(1), 23–32.
- Salsabila, A., & Anshori, I. (2025). Dampak digitalisasi dan media sosial terhadap interaksi sosial di masyarakat. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(2), 1873–1880. <https://doi.org/10.54082/jupin.1059>
- Sasana, L. P. W., Abidin, J., & Indrawan, I. G. A. (2025). Pengelolaan manajemen keuangan melalui pembukuan keuangan sederhana pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 982–988. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2312>
- Tanjung, H., Rusmana, O., & Lestari, P. (2021). Adopsi praktik-praktik akuntansi manajemen dan hubungannya dengan kinerja UKM. *Media Bina Ilmiah*, 15(8), 5019–5040. <https://doi.org/https://doi.org/10.33758/mbi.v15i8.1052>
- Vasukriti, M. (2025). A study of Frieze Groups and their symmetries. *Journal of Research in Applied Mathematics*, 11(6), 01–04. <https://doi.org/10.35629/0743-11060104>
- Wijayanto, B., Maryanto, E., Rahayu, S. P., & Iskandar, D. (2019). The development of REST API-based android application for Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in Purbalingga Regency. *Journal of Physics: Conference Series*, 1367(1), 012005. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1367/1/012005>