



Pemberdayaan Pengrajin Batik Melalui Pengembangan Fashion Sebagai Upaya Pelestarian Budaya di Kalangan Generasi Muda

Afni Nur Afifah Fauziah ✉, Susi Widjajani

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Jl. K.H.A. Dahlan 3 Purworejo, Jawa Tengah, 54111, Indonesia

| afnurunurafifahfauziah@gmail.com ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i4.5554> |

Abstrak

Batik sebagai warisan budaya Indonesia memiliki nilai estetika dan filosofi yang tinggi, namun menghadapi tantangan untuk tetap relevan di kalangan generasi muda yang cenderung menganggapnya kuno dan hanya cocok untuk acara formal. Artikel ini membahas program pemberdayaan pengrajin batik di Kabupaten Purworejo oleh BYZAHRA, yang bertujuan untuk mengintegrasikan batik ke dalam fashion modern yang diminati generasi muda. Program ini berfokus pada pelatihan desain minimalis dan pemasaran digital guna meningkatkan daya tarik batik sebagai produk fashion sehari-hari. Melalui pelatihan dan pendampingan produksi, pengrajin dilatih untuk menciptakan produk fashion siap pakai yang sesuai dengan preferensi pasar muda. Program ini juga memperkenalkan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan produk di media sosial dan e-commerce. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam daya tarik dan penjualan produk batik, dengan kenaikan penjualan hingga 666,67 persen pasca pengembangan. Program ini tidak hanya melestarikan budaya batik tetapi juga meningkatkan kesejahteraan ekonomi pengrajin. Pemberdayaan ini diharapkan menjadi contoh bagi daerah lain dalam mengembangkan produk budaya lokal yang berdaya saing tinggi di pasar fashion modern.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Pengrajin batik, Pelestarian budaya, Fashion, Generasi muda



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Indonesia dikenal dunia sebagai negara yang memiliki kekayaan budaya yang melimpah, mulai dari seni, adat istiadat, pakaian, dan lainlain. Indonesia sangat terkenal dengan keberagamannya, baik dalam adat, budaya, maupun suku bangsa (Suhaimi & Jamilah, 2022). Keberagaman budaya ini memiliki sejarah dan makna yang harus senantiasa dijaga dan dikembangkan karena budaya merupakan identitas suatu bangsa (Harimi *et al.*, 2022). Di antara banyaknya keragaman budaya yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia, terdapat budaya material, salah satunya adalah kain batik tradisional (Saputra & Prasetyo, 2023).

Batik merupakan salah satu warisan budaya yang sangat berharga bagi Indonesia dan telah diakui oleh dunia internasional sebagai Warisan Budaya Tak Benda oleh UNESCO pada tahun 2009 (Rais & Efendi, 2020). Sebagai sebuah karya seni tekstil, batik tidak hanya memiliki nilai estetika yang tinggi, tetapi juga mengandung filosofi mendalam yang tercermin dalam motif dan pola yang dihasilkan (Karimah *et al.*, 2024).

Masing-masing daerah di Indonesia memiliki corak batik yang unik, mencerminkan kearifan lokal serta sejarah panjang masyarakat yang memproduksinya (Fattah & Faqih, 2023). Meski begitu, tantangan besar dalam pelestarian batik di era modern adalah menjaga relevansinya di tengah generasi muda, yang cenderung menganggap batik sebagai sesuatu yang kaku dan hanya cocok untuk acara formal seperti pernikahan, upacara adat, atau seragam kerja (Wening & Kusumadewi, 2023).

Di era globalisasi dan perkembangan pesat tren fashion internasional, anak muda Indonesia lebih banyak memilih gaya berpakaian yang simpel, kasual, dan praktis, yang sering kali membuat batik terlihat ketinggalan zaman (Sumardiyono *et al.*, 2024). Akibatnya, batik kurang diminati sebagai pakaian sehari-hari. Padahal, jika dilihat dari sisi budaya, batik seharusnya dapat terus hidup dan berkembang sebagai bagian dari identitas bangsa (Yudhi, 2019). Untuk menjaga relevansinya, perlu dilakukan inovasi agar batik bisa diterima sebagai produk fashion modern yang fleksibel dan fungsional, terutama oleh kalangan muda yang menjadi penerus budaya bangsa (Ciptadi & Mulyaningsih, 2022). Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan upaya inovatif agar batik dapat diterima sebagai bagian dari fashion modern yang fleksibel dan fungsional. Salah satu solusi yang relevan adalah dengan mengembangkan batik menjadi produk fashion yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga praktis untuk digunakan dalam berbagai situasi sehari-hari (Sandi *et al.*, 2020). Di sinilah peran penting pemberdayaan pengrajin batik lokal menjadi krusial.

Di Kabupaten Purworejo, banyak pengrajin batik yang secara turun-temurun menghasilkan batik berkualitas tinggi, namun sebagian besar hanya memproduksi kain batik dalam bentuk lembaran tanpa adanya pengembangan lebih lanjut menjadi produk fashion siap pakai. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam pemasaran dan daya tarik produk mereka di pasar modern (Rosyada *et al.*, 2020). Pengrajin batik di Purworejo juga menghadapi kendala dalam mengikuti perkembangan tren fashion, baik dari segi desain maupun warna. Produk yang dihasilkan cenderung menggunakan motif yang terlalu ramai dan warna mencolok, sehingga kurang sesuai dengan selera pasar muda yang lebih menyukai desain minimalis dan warna-warna yang lebih netral. Melalui pendekatan kolaboratif antara pengrajin dan pelaku industri fashion, batik dapat diolah menjadi produk yang lebih sesuai dengan selera pasar, khususnya bagi generasi muda yang menginginkan kesan modern tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional batik.

Mitra dalam program pemberdayaan ini adalah dua pengrajin batik lokal yang berlokasi di desa Seren dan desa Sindurjan, kabupaten Purworejo. Pengerajin-pengerajin ini telah memproduksi batik selama lebih dari lima tahun, tetapi menghadapi kendala dalam menyesuaikan diri dengan selera pasar muda. Tantangan lain yang dihadapi adalah kurangnya keterampilan dalam inovasi desain serta pemasaran digital. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran *online* membuat produk batik mereka sulit menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih banyak menggunakan platform digital dalam mencari produk fashion.

Melihat permasalahan ini, BYZAHRA sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa dan perdagangan fashion, hadir sebagai solusi melalui program pemberdayaan pengrajin batik. BYZAHRA berkomitmen untuk mengembangkan batik sebagai bagian dari fashion modern yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh generasi muda. Program ini bertujuan untuk mengembangkan desain batik yang lebih sederhana, dengan motif yang tidak terlalu ramai dan warna yang lebih *soft*, seperti pastel atau monokrom, yang lebih sesuai dengan selera pasar muda. Selain itu, BYZAHRA juga membantu pengrajin dalam meningkatkan keterampilan mereka dalam hal pemasaran digital, sehingga produk batik mereka dapat lebih mudah diakses oleh konsumen muda melalui platform *online*.

Pemberdayaan ini berfokus pada pengembangan desain batik yang modern dan inovatif serta memberikan pelatihan dalam pemasaran digital untuk para pengrajin. Dengan adanya diversifikasi produk dan akses yang lebih baik ke pasar digital, diharapkan pengrajin batik di Purworejo dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar fashion modern. Program ini juga diharapkan dapat melestarikan budaya batik secara berkelanjutan, karena semakin banyak generasi muda yang menggunakan batik dalam kehidupan sehari-hari, semakin tinggi pula permintaan akan produk batik.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa upaya pengembangan batik dalam konteks fashion modern sudah mulai dilakukan. Penelitian oleh (Putri *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa penggabungan motif batik tradisional dengan desain kontemporer dapat meningkatkan daya tarik batik di mata generasi muda, sehingga memungkinkan batik untuk terus berkembang dan lestari. (Silaen *et al.*, 2024) juga menekankan pentingnya strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk. Dalam implementasinya penggunaan media sosial dan e-commerce berhasil meningkatkan visibilitas produk mereka secara online, memungkinkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mencapai konsumen potensial yang lebih banyak.

Program pemberdayaan yang dilakukan oleh BYZAHRA di Purworejo ini diharapkan menjadi langkah konkret dalam menjembatani kesenjangan antara tradisi batik dan selera generasi muda. Dengan pendekatan yang inovatif dan relevan terhadap kebutuhan pasar, program ini bertujuan untuk melestarikan budaya batik dan sekaligus memberikan nilai tambah bagi pengrajin lokal, baik dari segi ekonomi maupun budaya. Pendekatan ini juga sejalan dengan tren global yang semakin menghargai produk-produk lokal yang memiliki nilai budaya tinggi, seperti yang diuraikan oleh (Putri Rizki Utami & Muhammad Aqshel Revinzky, 2024) dalam studinya mengenai eksplorasi minat budaya di negara lain. Secara keseluruhan, program ini bukan hanya untuk meningkatkan daya saing pengrajin batik di pasar modern, tetapi juga untuk melestarikan batik sebagai bagian dari identitas budaya Indonesia yang terus diwariskan dari generasi ke generasi.

2. Metode

Dalam program pengabdian masyarakat ini metode pelaksanaan terbagi dalam tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setiap tahap dirancang untuk mendorong daya saing batik lokal dan menjadikan batik lebih menarik bagi generasi muda. Pada tahap persiapan, fokus utamanya adalah pada perencanaan dan penyediaan seluruh kebutuhan program. Dimulai dengan analisis kebutuhan dan identifikasi masalah mitra, yang melibatkan survei serta wawancara dengan pengrajin di desa Seren dan desa Sindurjan, kabupaten Purworejo. Dari hasil identifikasi ini, ditemukan beberapa kendala utama, seperti kurangnya diversifikasi produk, keterbatasan dalam keterampilan pemasaran digital, dan kurangnya inovasi desain. Berdasarkan temuan tersebut, kegiatan kemudian dirancang dan dijadwalkan. Tahap ini juga mencakup penyusunan modul pelatihan yang mencakup desain batik modern, produksi produk fashion siap pakai, dan pemasaran digital. Untuk mendukung pelatihan ini, peralatan dan bahan yang dibutuhkan, termasuk perangkat batik, perlengkapan desain, serta bahan promosi digital, juga dipersiapkan.

Pada tahap pelaksanaan, yang berlangsung selama tiga bulan, berbagai kegiatan utama diadakan untuk memberdayakan pengrajin dalam mengembangkan fashion batik yang relevan bagi generasi muda. Pelatihan desain dan pengembangan produk fashion batik dilakukan dengan mengajarkan desain yang lebih modern dan sesuai dengan selera kaum muda, seperti motif minimalis dan palet warna lembut. Pengrajin juga belajar memproduksi pakaian kasual, *outerwear*, dan kulot dari kain batik hasil produksi mereka. Selain itu, ada pendampingan untuk diversifikasi produk, di mana pengrajin dibimbing dalam mengolah kain batik menjadi produk fashion yang lebih menarik dan praktis untuk penggunaan sehari-hari. Untuk meningkatkan keterampilan pemasaran, diberikan juga pelatihan digital yang meliputi strategi *branding*, pengambilan foto produk, dan pembuatan konten promosi yang efektif di media sosial dan *e-commerce*. Proses ini disertai dengan monitoring berkala untuk memastikan kemampuan pengrajin dalam menerapkan keterampilan yang telah diajarkan. Produk fashion batik yang dihasilkan kemudian diuji di pasar digital, dengan umpan balik dari konsumen muda sebagai bahan evaluasi produk.

Tahap terakhir adalah evaluasi, di mana keberhasilan program diukur berdasarkan beberapa indikator. Keberhasilan pelatihan dan produksi dievaluasi melalui jumlah dan variasi produk batik yang berhasil dihasilkan. Selain itu, keberhasilan pemasaran digital dinilai berdasarkan jumlah akun media sosial yang dikelola oleh pengrajin, tingkat *engagement*, dan volume penjualan. Sebagai upaya untuk memahami minat generasi muda. Hasil evaluasi ini dirangkum dalam laporan akhir, yang mencakup dampak program terhadap pengrajin, efektivitas metode, dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Melalui metode pelaksanaan yang terstruktur ini, program pemberdayaan ini diharapkan dapat membantu melestarikan batik sebagai warisan budaya yang menarik bagi generasi muda.

3. Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif bagi para pengrajin batik di desa Seren dan desa Sindurjan, kabupaten Purworejo. Kegiatan ini bertujuan untuk menjawab tantangan utama yang dihadapi mitra, yaitu kurangnya diversifikasi produk, keterbatasan keterampilan pemasaran digital, serta kesulitan dalam menyesuaikan desain dengan selera generasi muda. Hasil dari kegiatan ini memberikan solusi nyata dalam meningkatkan daya saing batik lokal di pasar modern. Berikut adalah paparan mengenai hasil kegiatan, dilengkapi dengan data pendukung dan peran tim pengabdian dalam proses transfer pengetahuan kepada mitra.

3.1. Pelatihan Desain dan Pengembangan Produk Fashion Batik

Kegiatan pelatihan ini berhasil memperkenalkan konsep desain modern kepada pengrajin. Pengrajin diajarkan untuk mengembangkan desain yang lebih minimalis, dengan motif dan warna yang disesuaikan dengan preferensi pasar generasi muda namun tetap mempertahankan unsur batik. Hal ini terbukti efektif dalam mengubah perspektif pengrajin terkait produk batik modern, di mana mereka menghasilkan kain batik yang menarik bagi kalangan muda. Produk hasil pengembangan desain batik dapat disajikan pada [Gambar 1](#).



Gambar 1. Kegiatan dan Hasil Pelatihan

Pada **Gambar 1**, terlihat hasil desain batik dengan motif minimalis dan palet warna pastel yang sesuai dengan tren mode saat ini. Selain itu, dilakukan wawancara singkat setelah pelatihan, salah satu pengerajin menyatakan, "*Dengan pelatihan ini dapat memahami bahwa batik tidak selalu harus tampil dalam warna mencolok. Pengerajin lebih percaya diri dalam mengeksplorasi motif sederhana yang justru lebih menarik bagi anak muda*". Dari pelatihan ini, pengrajin tidak hanya mempelajari keterampilan desain baru, tetapi juga mendapatkan wawasan mengenai preferensi konsumen muda yang lebih menyukai produk fashion sehari-hari yang sederhana dan modern. Tim pengabdian berperan dalam memberikan materi mengenai tren mode dan memberikan arahan langsung selama proses produksi prototipe.

3.2. Pelatihan Pemasaran Digital

Hasil signifikan lainnya adalah peningkatan keterampilan pemasaran digital yang dialami para pengrajin. Sebelumnya, para pengrajin tidak memiliki akun media sosial yang terfokus pada pemasaran produk mereka. Tim pengabdian memberikan pelatihan intensif mengenai penggunaan platform seperti Instagram, dan *e-commerce* lokal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda (**Gambar 2**).

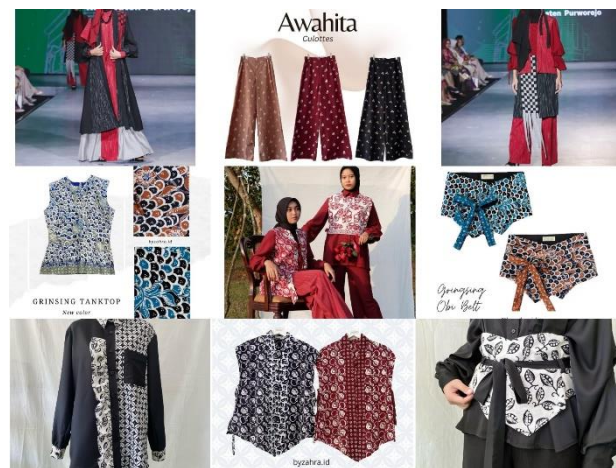


Gambar 2. Pelatihan Pengambilan Foto Produk

Pada **Gambar 2** terlihat sesi pelatihan pemasaran digital di mana tim pengabdian memberikan arahan langsung mengenai cara pengambilan foto produk yang menarik dan pengelolaan akun media sosial. Pelatihan ini memperkenalkan pengrajin pada strategi pemasaran yang efektif di era digital. Pengrajin diajarkan untuk mengambil foto produk dengan pencahayaan yang baik, menulis deskripsi produk yang menarik, dan membuat konten promosi yang relevan untuk generasi muda. Tim pengabdian berperan penting dalam membimbing pengrajin hingga mereka mampu mengelola akun media sosial secara mandiri. Sebagai hasil dari pelatihan ini, akun media sosial batik milik pengrajin mengalami peningkatan engagement sebesar 60% dalam dua bulan pertama. Penjualan melalui platform digital juga meningkat dari 0 hingga mencapai 20 unit produk batik siap pakai per bulan.

3.3. Pendampingan Produksi dan Diversifikasi Produk

Tim pengabdian tidak hanya memberikan pelatihan, tetapi juga melakukan pendampingan produksi untuk memastikan hasil yang optimal dan sesuai dengan standar pasar. Pendampingan ini dilakukan secara rutin, dengan evaluasi berkala terhadap produk yang dihasilkan. Dalam pendampingan ini, tim memberikan masukan terkait pemilihan bahan, penentuan motif, hingga cara penyelesaian produk agar lebih siap pakai dan sesuai selera generasi muda.



Gambar 3. Hasil Produk

Pada **Gambar 3** ditampilkan hasil akhir berupa koleksi baju kasual berbahan batik dengan desain yang disesuaikan. Produk ini memiliki desain yang sederhana namun elegan, sesuai dengan minat pasar muda. Sebelumnya, pengrajin hanya menghasilkan kain batik lembaran. Namun, setelah pendampingan, pengrajin kini memiliki katalog produk yang beragam, termasuk kemeja, *outerwear*, dan kulot. Pendampingan ini membantu pengrajin dalam proses diversifikasi produk, sehingga memiliki variasi produk yang menarik bagi pasar yang lebih luas. Peran tim pengabdian sangat penting dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga fungsional untuk kebutuhan sehari-hari.

3.4. Peningkatan Minat dan Evaluasi Program

Salah satu indikator yang jelas menunjukkan peningkatan minat generasi muda terhadap batik adalah peningkatan penjualan produk seperti pada **Tabel 1**.

Sejak diluncurkannya koleksi fashion batik modern yang menggabungkan elemen tradisional dan desain minimalis, penjualan produk terus menunjukkan tren yang positif. Produk-produk seperti kemeja, outer, dan kulot dengan motif batik yang disesuaikan dengan selera generasi muda telah menarik perhatian konsumen di berbagai platform penjualan, baik online maupun *offline*. Pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang diiringi dengan *storytelling* budaya di balik setiap produk, berhasil meningkatkan penjualan secara signifikan. Peningkatan penjualan ini membuktikan bahwa strategi inovasi desain dan pendekatan pemasaran yang tepat mampu mendorong generasi muda untuk lebih tertarik dan aktif menggunakan produk berbasis batik dalam keseharian.

Tabel 1. Data Penjualan Produk Batik

Sebelum Pengembangan		Setelah Pengembangan	
Bulan	Penjualan (pcs)	Bulan	Penjualan (pcs)
Desember	15	Juli	50
Januari	17	Agustus	167
Februari	14	September	127
Total Rerata	15		115

Berdasarkan data penjualan sebelum dan setelah pengembangan pada **Tabel 1** terdapat peningkatan signifikan yang dapat dilihat dalam jumlah produk yang terjual setiap bulannya. Sebelum pengembangan, penjualan bulanan produk berkisar antara 14 hingga 17 pcs, dengan rata-rata 15 pcs per bulan. Angka ini menunjukkan bahwa sebelum dilakukan pengembangan, produk memiliki penjualan yang relatif stabil namun dalam jumlah yang tergolong rendah. Namun, setelah pengembangan, terjadi lonjakan penjualan yang mencolok. Pada bulan pertama setelah pengembangan, penjualan mencapai 50 pcs, dan angka ini terus meningkat hingga mencapai puncaknya pada bulan kedua, yaitu 167 pcs. Pada bulan ketiga setelah pengembangan, penjualan sedikit menurun namun tetap tinggi, yaitu 127 pcs. Rata-rata penjualan setelah pengembangan pun melonjak drastis, yaitu sebesar 115 pcs per bulan. Dengan menghitung persentase kenaikan, didapatkan bahwa terjadi peningkatan sebesar 666.67% dibandingkan rata-rata penjualan sebelum pengembangan. Hal ini menunjukkan bahwa langkah-langkah pengembangan yang dilakukan terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar dan mampu mendorong minat beli yang signifikan.

Secara keseluruhan, data ini mengindikasikan bahwa pengembangan yang diterapkan, baik dalam bentuk peningkatan kualitas produk atau inovasi pemasaran telah berkontribusi besar dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan secara substansial. Peningkatan sebesar ini juga menunjukkan potensi keberlanjutan yang baik jika langkah-langkah pengembangan tersebut dipertahankan atau bahkan ditingkatkan di masa mendatang.

3.5. Evaluasi

Evaluasi terhadap kualitas produk berdasarkan umpan balik konsumen menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan memiliki nilai estetika yang tinggi, kenyamanan yang baik, dan daya tahan yang memadai.

Konsumen mengapresiasi inovasi dalam desain, namun beberapa menyarankan adanya peningkatan pada variasi motif dan warna agar produk tetap segar dan menarik. Berdasarkan evaluasi tersebut, pengembangan lebih lanjut dilakukan dengan memperluas lini produk dan eksplorasi motif-motif batik yang lebih beragam serta kombinasi warna yang lebih dinamis, untuk menjaga daya saing produk di pasar yang terus berkembang.

Hasil pengembangan ini menunjukkan bahwa melalui pendekatan yang tepat, batik dapat dijadikan bagian dari identitas fashion generasi muda tanpa kehilangan esensi budayanya. Integrasi pengrajin lokal dalam proses produksi juga membuktikan bahwa kolaborasi antara elemen tradisional dan modern dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan. Proyek ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu melestarikan budaya melalui inovasi di bidang fashion, sekaligus memberdayakan pengrajin batik lokal. Program pemberdayaan ini berhasil menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu kurangnya diversifikasi produk, keterbatasan pemasaran digital, dan inovasi desain. Pendekatan kolaboratif antara tim pengabdian dan pengrajin berhasil menghasilkan produk batik yang modern dan menarik bagi generasi muda. Pelatihan desain modern membuka wawasan pengrajin akan tren fashion yang sedang digandrungi, sementara pendampingan pemasaran digital membantu memperluas pasar batik lokal melalui media sosial dan *e-commerce*.

Dampak positif dari program ini menunjukkan bahwa transfer pengetahuan yang diberikan oleh tim pengabdian berjalan efektif, dengan hasil nyata berupa diversifikasi produk yang sesuai pasar, peningkatan keterampilan digital, serta penambahan keterampilan desain. Program ini berkontribusi dalam pelestarian budaya batik, bukan hanya sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai bagian dari fashion modern yang dapat dinikmati oleh generasi muda. Keberhasilan program ini diharapkan menjadi acuan bagi inisiatif serupa di daerah lain dalam upaya melestarikan budaya lokal dan meningkatkan kesejahteraan pengrajin lokal.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil menjawab permasalahan utama yang dihadapi oleh pengrajin batik lokal di Purworejo, yaitu minimnya diversifikasi produk, keterbatasan dalam pemasaran digital, serta kesulitan dalam menyesuaikan desain dengan selera generasi muda. Program ini memberikan solusi konkret melalui pelatihan desain modern, pendampingan produksi, serta peningkatan keterampilan pemasaran digital, yang secara signifikan meningkatkan daya saing produk batik lokal di pasar fashion modern. Dampak dari program ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif yang diterapkan efektif dalam menumbuhkan ketertarikan generasi muda terhadap batik. Desain yang modern dan praktis berhasil meningkatkan apresiasi terhadap batik sebagai produk fashion sehari-hari yang tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional. Hal ini terlihat dari peningkatan penjualan produk batik setelah inovasi diterapkan dan tingginya engagement di platform digital, yang menunjukkan bahwa generasi muda mulai menerima batik sebagai bagian dari identitas fashion.

Implikasi dari program ini adalah peningkatan kesejahteraan ekonomi pengrajin melalui peningkatan penjualan dan akses pasar yang lebih luas. Selain itu, kegiatan ini turut berkontribusi pada pelestarian budaya batik dengan memperkenalkannya dalam bentuk yang lebih relevan bagi generasi muda, yang diharapkan akan memperpanjang umur budaya ini di tengah persaingan tren global.

Sebagai saran, program ini diharapkan dapat dilanjutkan dengan eksplorasi lebih lanjut terhadap motif dan kombinasi warna yang dinamis, serta memperluas jaringan pemasaran digital agar produk batik dapat diakses lebih luas. Keterbatasan dari kegiatan ini adalah waktu pendampingan yang masih terbatas, sehingga untuk pengembangan berkelanjutan, dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak untuk mendampingi pengrajin secara berkala dalam menghadapi perkembangan tren dan teknologi pemasaran di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Ciptadi, M. A., & Mulyaningsih, I. (2022). Peran Pemuda Dalam Pelestarian Kebudayaan Di Indonesia. *Jurnal Dummy: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1).
- Fattah, M. S., Faqih, K. A., & Purnawirawan, O. (2023). Systematic Literature Review: Pengaruh Kondisi Geografis Wilayah terhadap Ragam Corak Motif Batik Daerah. *In Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*, 5 (1), pp. 06-1).
- Harimi, A. C., Ansori, A., Hermawan, M. A., & Mardiyah, L. (2022). Pelatihan Konsep Desain Motif Dan Pewarnaan Sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi Pengrajin Batik Tulis Kamandaka. *Surya Abdimas*, 6(4), 630-636. <https://doi.org/10.37729/Abdimas.V6i4.2201>
- Karimah, J. S., Tupa, N., & Azizah, L. (2024). Inovasi Strategi Pengembangan Motif Batik Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Mancanegara (Pada Batik Manggur Desa Triwung Kidul - Kademangan - Probolinggo). *Motekar: Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 2(1), 399-408. <https://doi.org/10.57235/Motekar.V2i1.2333>
- Sandi, S. P. H., Hasanah, R. U., & Lesmana, D. (2020). Pengembangan Dan Pelestarian Eb Batik Di Era Modern. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(1).
- Putri, G. S., Vita, W., & I Gusti Agung, M. (2024). Menggali Potensi Pengaplikasian Batik Tulis Pada Kain Denim Hasil Thrifting Studi Kasus Meningkatkan Minat Generasi Muda Memakai Batik. *Jurnal Fashionista*, 2(1), 28-37.
- Putri Rizki Utami & Muhammad Aqshel Revinzky. (2024). Eksplorasi Minat Warga Korea Selatan Terhadap Batik Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(4), 234-252. <https://doi.org/10.54066/Jmbe-Itb.V2i4.2520>
- Rais, N. A. R., & Efendi, T. F. (2020). Perancangan Sistem Informasi Batik di Toko Andini Plupuh. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS 3* (1), pp. 169-176).
- Rosyada, M., Wigiawati, A., & Pekalongan, I. (2020). Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada "Batik Pesisir" Pekalongan). *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2). 4.
- Saputra, M. U. N., & Prasetyo, K. B. (2023). Reproduksi Budaya Batik Milenial: Upaya Pelestarian Dan Inovasi Batik Tradisional Di Identix Batik Semarang. *Jurnal Paradigma: Journal Of Sociology Research And Education*, 4(2), 126-140. <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v4i2.8046>
- Silaen, K., Bachtiar, L. E., Silaen, M., & Parhusip, A. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal Diera Online. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(3).

- Suhaimi, & Jamilah, N. (2022). Pengaruh Perayaan Tradisi Budaya “Per-Peran” Pasca Lebaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Pesisir Desa Bandaran. *Revenue: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Islam*, 5(02), 25–39. <https://doi.org/10.56998/jr.v5i02.50>
- Sumardiyono, S., Widjanarti, M. P., Chahyadhi, B., Suratna, F. S. N., Fauzi, R. P., Wijayanti, R., Ada', Y. R., Puspitasari, Y. D., & Agathara, R. A. (2024). Pelatihan Membatik Tradisional Bagi Siswa Sekolah Dasar Untuk Melestarikan Budaya Bangsa. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 247–261. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1726>
- Wening, S., & Kusumadewi, P. D. A. (2023). Tren Berkain Generasi Z: Peluang Pengembangan Industri Kreatif Bidang Busana. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 18(1).
- Yudhi, L. (2019). Batik Tulis Sebagai Warisan Budaya Dunia Dalam Menanamkan Rasa Cinta Tanah Air Generasi Muda Indonesia. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1), 01–15. <https://doi.org/10.33884/commed.v4i1.1297>