
**PELATIHAN BORDIR KREATIF MENDUKUNG KEBERLANJUTAN UMKM
BATIK KREASI NILA DESA JUWETKENONGO SIDOARJO**

Juwita Sari¹, Titik Mildawati², Sulisty Budi Utomo³

**^{1,3}Dosen Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
(STIESIA) Surabaya**

**²Dosen Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)
Surabaya**

Email: juwitasari@stiesia.ac.id

ABSTRAK

UMKM Batik Kreasi Nila di Desa Juwetkenongo, Sidoarjo, merupakan pelaku usaha berbasis ekonomi kreatif yang mengangkat nilai budaya lokal melalui produk batik. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek produksi. Produk yang dihasilkan cenderung homogen tanpa diferensiasi yang signifikan, sementara keterbatasan peralatan modern dan strategi pemasaran membuat daya saingnya lemah di pasar yang semakin kompetitif. Menjawab permasalahan tersebut, melalui program Hibah Kemdiktisaintek Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2025 tim pengabdian melaksanakan program Pelatihan Bordir Kreatif yang bertujuan meningkatkan keterampilan teknis, mendorong inovasi produk, serta memperkuat keberlanjutan usaha. Metode kegiatan meliputi: persiapan melalui survei lapangan, wawancara, dan diskusi dengan mitra, selanjutnya identifikasi dan analisis permasalahan, serta pelaksanaan pelatihan bordir kreatif yang terdiri dari sosialisasi, praktik bordir, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pengrajin dalam mengombinasikan batik dengan bordir, yang menghasilkan diversifikasi produk berupa busana, tas, dan aksesoris. Selain menambah nilai estetika dan daya saing, kegiatan ini juga memperkuat identitas sociopreneur Batik Kreasi Nila dengan mendorong pelibatan anak-anak disabilitas binaan dalam proses produksi. Dengan demikian, pelatihan bordir kreatif terbukti mampu menjawab permasalahan utama pada aspek produksi sekaligus mendukung keberlanjutan UMKM Batik Kreasi Nila melalui inovasi dan pemberdayaan sumber daya manusia.

Kata Kunci: Pelatihan Bordir; UMKM Batik; Inovasi Produk; Keberlanjutan UMKM; Ekonomi Kreatif

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, maupun pelestarian budaya lokal. Salah satu UMKM yang bergerak di bidang ekonomi kreatif adalah UMKM Batik Kreasi Nila yang berlokasi di Desa Juwetkenongo, Sidoarjo. UMKM ini telah menghasilkan produk batik dengan ciri khas tersendiri, namun dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, diperlukan upaya inovasi agar produk memiliki nilai tambah dan mampu bertahan secara berkelanjutan.

UMKM Batik Kreasi Nila merupakan pelaku usaha berbasis ekonomi kreatif yang mengangkat nilai-nilai budaya lokal melalui produk batik. Usaha ini menunjukkan potensi besar untuk berkembang lebih luas karena kekhasan produk yang dihasilkan dan semangat sosial dalam pengelolaannya. Namun, dari hasil observasi lapangan, wawancara awal, serta diskusi intensif dengan pemilik dan pengrajin, teridentifikasi sejumlah tantangan yang masih menghambat pertumbuhan usaha secara optimal. Permasalahan tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua aspek utama, yaitu aspek produksi dan pemasaran.

Permasalahan pada Aspek Pemasaran

Pada sisi pemasaran, Batik Kreasi Nila masih menghadapi keterbatasan dalam strategi promosi dan pengembangan pasar. Produk lebih banyak dipasarkan secara konvensional, sehingga jangkauan konsumen relatif sempit. Minimnya inovasi dalam diferensiasi produk turut berpengaruh terhadap daya tarik pemasaran, mengingat konsumen saat ini lebih tertarik pada produk unik dengan nilai tambah kreatif.

2. METODE PENELITIAN

Adapun penjelasan tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat UMKM Batik Kreasi Nila yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan Awal

Pada tahap ini, tim pengusul melakukan analisis target mitra. Memilih mitra yang potensial untuk diajukan sebagai penerima Hibah. Selanjutnya, tim pengusul survey ke lokasi mitra di Desa Juwet Kenongo, Kab. Sidoarjo. Jarak STIESIA ke lokasi mitra hanya 34.9km dan ditempuh dengan waktu 49 menit via tol. Pengusul, pemilik batik kreasi nila dan beberapa pengrajin batik, serta penjahit fashion batik, bersama-sama

melakukan FGD dan wawancara mendalam terkait permasalahan mitra serta solusi efektif yang dibutuhkan.



Gambar 1. Survey Awal UMKM Batik Kreasi Nila

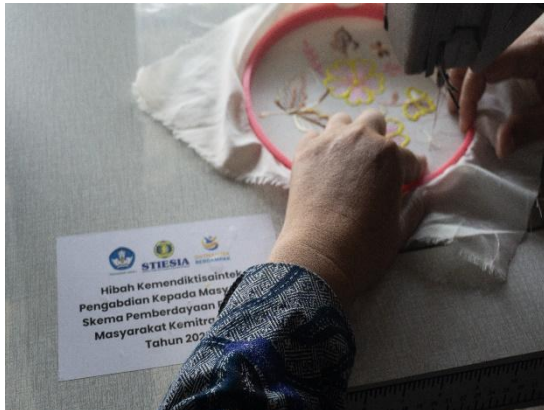
2. Identifikasi dan Analisis Masalah

Proses kedua yang dilakukan oleh pengusul adalah tahap identifikasi dan analisis permasalahan mitra. Pada tahapan ini, pengusul berupaya menggali secara mendalam kondisi riil yang dihadapi mitra melalui observasi lapangan, wawancara, serta diskusi langsung dengan pemilik maupun pengrajin. Fokus utama diarahkan pada aspek produksi, mengingat keberlanjutan usaha sangat dipengaruhi oleh kapasitas produksi, inovasi produk, serta kualitas hasil yang ditawarkan. Melalui identifikasi ini, ditemukan bahwa keterbatasan inovasi desain,

minimnya eksplorasi kombinasi batik dengan elemen tambahan seperti bordir, serta kendala peralatan modern menjadi faktor yang menghambat daya saing produk Batik Kreasi Nila di pasar yang semakin kompetitif.

3. Pelaksanaan kegiatan

Pada tahap ketiga ini, pengusul memberikan solusi-solusi permasalahan mitra berupa kegiatan praktis kepada mitra dan target yang akan dicapai. Adapun kegiatan tersebut yaitu pelatihan bordir kreatif.



Gambar 2
Penyerahan Alat Bordir



Gambar 3
Pelatihan Bordir Kreatif

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan bersama mitra UMKM Batik Kreasi Nila di Desa Juwetkenongo, Sidoarjo. Proses pelatihan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu: Sosialisasi dan Penyampaian Materi.

Tim pengusul memberikan pemaparan mengenai pentingnya inovasi dalam produk batik, khususnya melalui pengembangan bordir kreatif. Materi difokuskan pada tren pasar, keunggulan kompetitif, dan peluang diversifikasi produk berbasis batik yang dipadukan dengan teknik bordir.

Pendampingan dan Diskusi Interaktif

Tim pengusul mendampingi peserta dalam mengaplikasikan keterampilan baru mereka. Diskusi interaktif juga dilakukan untuk membahas kendala teknis, ide desain, dan strategi pengembangan produk agar memiliki daya tarik lebih tinggi di pasar.



Gambar 4
Sharing Session

2. Hasil Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan menghasilkan beberapa capaian utama, antara lain:

Peningkatan Keterampilan Teknis

Peserta pelatihan, khususnya pengrajin Batik Kreasi Nila, berhasil memahami teknik dasar bordir kreatif dan mampu mempraktikkannya secara mandiri. Hasil uji coba menunjukkan adanya variasi produk batik dengan tambahan bordir sederhana yang lebih menarik dibanding produk sebelumnya.

Diversifikasi Produk

Melalui pelatihan ini, pengrajin memperoleh inspirasi untuk menciptakan produk turunan batik, seperti tas bordir, busana modifikasi, dan aksesoris. Diversifikasi ini penting untuk memperluas segmen pasar dan menambah nilai jual produk.

Penguatan Identitas Sociopreneur

Kegiatan pelatihan juga memberikan dorongan bagi mitra untuk melibatkan anak-anak disabilitas binaan dalam proses produksi. Dengan keterampilan bordir yang relatif mudah dipelajari, peluang inklusi sosial dalam produksi batik dapat semakin terbuka. Hal ini memperkuat identitas UMKM Batik Kreasi Nila sebagai pelaku usaha yang tidak hanya berorientasi bisnis, tetapi juga memiliki nilai sosial.

3. Pembahasan

Kegiatan pelatihan bordir kreatif ini secara nyata memberikan kontribusi terhadap penguatan aspek produksi UMKM Batik Kreasi Nila. Sebelumnya, produk mitra cenderung homogen tanpa diferensiasi yang signifikan, sehingga sulit bersaing di pasar yang dinamis. Melalui penerapan bordir kreatif, produk menjadi lebih variatif dan bernilai tambah. Hal ini sejalan dengan konsep *product differentiation* dalam strategi pemasaran, yang menekankan pentingnya penciptaan ciri khas agar produk memiliki posisi kompetitif di mata konsumen.

Dari perspektif keberlanjutan, pelatihan ini juga berperan sebagai upaya peningkatan kapasitas SDM dan transfer keterampilan baru yang dapat diaplikasikan secara berkelanjutan oleh mitra. Keberhasilan pengrajin dalam menguasai keterampilan bordir menjadi dasar untuk melakukan inovasi produk secara terus-menerus. Lebih jauh, pelibatan kelompok disabilitas binaan UMKM dalam proses produksi memperkuat konsep *inclusive business* yang tidak hanya

mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat sosial.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab sebagian permasalahan utama pada aspek produksi, sekaligus membuka peluang baru dalam aspek pemasaran melalui penciptaan produk yang lebih kreatif, variatif, dan berdaya saing tinggi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian berupa Pelatihan Bordir Kreatif Mendukung Keberlanjutan UMKM Batik Kreasi Nila di Desa Juwetkenongo, Sidoarjo, telah berhasil memberikan dampak positif bagi mitra. Melalui pelatihan ini, pengrajin memperoleh keterampilan baru dalam menggabungkan teknik batik dengan bordir sehingga menghasilkan produk yang lebih variatif, kreatif, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Diversifikasi produk yang muncul pasca pelatihan juga membuka peluang pemasaran yang lebih luas, baik dalam bentuk busana, tas, maupun aksesoris berbasis batik.

Selain itu, kegiatan ini turut memperkuat identitas UMKM Batik Kreasi Nila sebagai pelaku usaha berbasis sociopreneur, dengan mendorong keterlibatan anak-anak disabilitas binaan dalam proses produksi. Hal ini tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi, tetapi juga memberikan nilai sosial dalam pengelolaan usaha. Dengan demikian, pelatihan bordir kreatif terbukti mampu menjawab sebagian permasalahan utama pada aspek produksi sekaligus mendukung keberlanjutan UMKM melalui inovasi dan pemberdayaan sumber daya manusia.

Saran

1. Bagi Mitra UMKM Batik Kreasi Nila, diharapkan keterampilan bordir kreatif yang telah diperoleh dapat terus dipraktikkan dan dikembangkan menjadi inovasi produk secara berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan daya saing di pasar.
2. Bagi Pemerintah Daerah dan Pemangku Kepentingan, diharapkan dapat memberikan dukungan lanjutan berupa fasilitasi peralatan modern, akses permodalan, dan pendampingan pemasaran digital agar UMKM dapat memperluas jangkauan pasar.
3. Bagi Akademisi dan Tim Pengabdian, diperlukan program pendampingan berkelanjutan yang tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga pada strategi pemasaran, branding, dan digitalisasi, sehingga hasil pelatihan dapat memberikan manfaat yang lebih maksimal bagi keberlanjutan usaha.
4. Bagi Masyarakat, keterlibatan aktif dalam mendukung produk lokal inovatif diharapkan dapat memperkuat ekosistem ekonomi kreatif berbasis budaya, serta menjaga kelestarian warisan batik sebagai identitas budaya bangsa.

B. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan melalui program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Skema Kemitraan UMKM Tahun 2025 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada STIESIA Surabaya yang telah memberikan dukungan penuh, baik berupa fasilitas maupun motivasi akademik, sehingga kegiatan pengabdian ini berjalan lancar.

Penghargaan yang tulus juga diberikan kepada mitra binaan, UMKM Batik Kreasi Nila, atas kerjasama dan partisipasi aktif selama rangkaian kegiatan. Harapan kami, melalui sinergi ini Batik Kreasi Nila dapat terus berkembang, semakin berdaya saing, serta memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Akhirnya, penulis juga berterima kasih kepada seluruh tim yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Laily, N., Sari, J., & Bambang, M. P. (2024). Development of Successful Business Performance of Women Entrepreneurs in Indonesia. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(7), 201-214.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91-110.
- Mildawati, T., Sari, J., Respatia, W., Yahya, Y., & Pahlawan, M. R. (2025). Penguatan Aspek Storytelling untuk Meningkatkan Daya Saing Global pada UMKM Batik Desa Juwet Kenongo Kabupaten Sidoarjo. *Masyarakat Mandiri: Jurnal Pengabdian dan Pembangunan Lokal*, 2(3), 109-118.
- Mildawati, T., Widyawati, D., & Sari, J. (2023). Penggunaan mesin press emboss sebagai upaya peningkatan efektifitas kerja dan pengembangan produk inovatif pada UMKM tas Forway di Gresik. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 5(2), 228-236.
- Respatia, W., Pahlawan, M. R., Sari, J., & Mildawati, T. (2024). The Role of Marketing Strategy for Knit Bag SMEs Businesses Success in the Case of Audy Handmade. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 21(7), 215-223.
- Rochdianingrum, W. A., SUKMANA, R. J., Dewi, M. A., Amelia, E., Prameswari, G. T., & Bhaktiar, M. K. (2023). Kolaborasi Media Sosial, Toko Online dan Website Untuk Perluasan Pasar Songkok Lukis Nusantara di Kabupaten Gresik. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 5(4).
- Sari, J., Mildawati, T., Pahlawan, M. R., Respatia, W., & Abdullah, R. (2025). Optimizing Village Potential through SMEs Mapping for SDGs Achievement. *Kontribusi: Research Dissemination for Community Development*, 8(1), 70-77.
- Sari, J., Mildawati, T., Widyawati, D., Suwitho, S., Laily, N., & Triyonowati, T. (2023). Community empowerment through digital marketing optimization-based socio-preneurship training. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 20(4), 90-102.
- Sari, J., Mildawati, T., Yahya, Y., & Kurnia, K. (2022). Pemanfaatan aplikasi keuangan digital untuk mewujudkan UKM handal. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(2), 210-220.
- Sari, J., Mildawati, T., Yahya, D. R., & Syahrenny, N. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Wanita Kampung Perikanan Rumput Laut Sidoarjo Melalui Perspektif SWOT. *Share: Journal of Service Learning*, 9(1), 30-38.