

Pemberdayaan SDM Pengrajin Batik Melalui Pelatihan Manajemen Usaha dan Kepemimpinan Kreatif di Kota Sukabumi

R. Moch Agus Ramdhan¹, Punjul Saeful Hayat², Solihin Mochtar³, Zaenal Abidin⁴, Purwanto⁵, Fikri Qusyaeri⁶, Sayyidah Junaidah Al-Bahri⁷, Fatmawati Pua Upa⁸, Jerman Prawinegara⁹, Lia Mulyani¹⁰, Merda Budi Haryono¹¹, Andri Sumarna¹², Rena Yuliana¹³

¹⁻¹² STISIP Syamsul'Ulum, ¹³ Universitas Nusa Putra

*Corresponding author

E-mail: [agus.ramdhan45@gmail.com*](mailto:agus.ramdhan45@gmail.com)

Article History:

Received: Jan, 2026

Revised: Jan, 2026

Accepted: Jan, 2026

Abstract: Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan memberdayakan SDM pengrajin batik di Kota Sukabumi melalui pelatihan manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM batik. Program dirancang dengan pendekatan pemberdayaan partisipatif (*participatory learning and action*) yang mencakup tahap asesmen kebutuhan, penyusunan modul dan toolkit, pelatihan terapan berbasis andragogi, pendampingan implementasi, serta evaluasi bertahap (*baseline–pasca pelatihan–pasca pendampingan*). Materi manajemen usaha difokuskan pada pemisahan keuangan pribadi-usaha, pencatatan transaksi, rekap arus kas, perhitungan biaya produksi dan harga pokok, penetapan harga berbasis biaya, serta perencanaan penjualan. Materi kepemimpinan kreatif diarahkan pada perumusan visi produk, fasilitasi ide/motif, komunikasi kolaboratif, dan pengambilan keputusan adaptif berbasis informasi sederhana dari respons pasar, yang diintegrasikan dengan penguatan branding dan pemasaran digital. Hasil pelaksanaan menunjukkan terjadinya penguatan kompetensi manajerial dan perilaku kepemimpinan kreatif yang terverifikasi melalui bukti penerapan, antara lain terbentuknya pembukuan sederhana yang berjalan, kalkulasi biaya dan penetapan harga pada produk unggulan, SOP sederhana alur produksi dan pembagian peran, serta meningkatnya konsistensi promosi melalui kalender konten dan publikasi materi pemasaran. Integrasi pelatihan manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif mendorong perubahan praktik usaha yang lebih adaptif dan inovatif, sekaligus memperkuat keberlanjutan melalui penyerahan toolkit dan penetapan kader lokal. Temuan ini menegaskan bahwa intervensi terpadu berbasis pelatihan dan pendampingan efektif meningkatkan kapasitas SDM pengrajin batik pada level operasional dan pengambilan keputusan, sehingga relevan sebagai

model replikasi pemberdayaan UMKM batik di tingkat lokal.

Keywords:

Batik, Pemberdayaan SDM, Manajemen Usaha, Kepemimpinan Kreatif, UMKM, Pendampingan, Pemasaran Digital

Pendahuluan

Batik merupakan warisan budaya yang hidup (*living heritage*) sekaligus praktik kriya tradisional yang melekat pada identitas sosial-budaya masyarakat Indonesia; UNESCO telah menginskripsikan *Indonesian batik* pada *Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity* sejak 2009 (UNESCO, 2009). Dalam perkembangan kontemporer, batik juga berada dalam ekosistem usaha berbasis keterampilan yang banyak dijalankan oleh unit mikro-kecil, sehingga kualitas SDM pengrajin menjadi penentu keberlanjutan produksi, inovasi motif, konsistensi mutu, dan daya saing pasar. Pada level makro, UMKM memiliki posisi dominan dalam struktur ekonomi Indonesia dan berkontribusi besar terhadap PDB serta penyerapan tenaga kerja, tetapi masih menghadapi tantangan produktivitas, inovasi, akses pasar ekspor, serta aspek manajerial dan keuangan, termasuk rendahnya partisipasi pelatihan dan lemahnya praktik manajemen keuangan (International Monetary Fund [IMF], 2024).

Dalam konteks daerah, Kota Sukabumi merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat yang memiliki basis pelaku usaha mikro dan kecil; data BPS Jawa Barat mencatat jumlah industri mikro dan kecil Kota Sukabumi pada 2023 sebanyak 3.505 unit (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2025). Basis pelaku usaha ini membuka peluang penguatan kapasitas SDM, khususnya pada subsektor kerajinan/tekstil tradisional seperti batik. Pada tingkat pengembangan industri, adanya direktori atau pendataan IKM kerajinan dan batik menunjukkan bahwa batik dipandang sebagai subsektor strategis yang memerlukan pembinaan berkelanjutan untuk menjaga keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat nilai tambah ekonomi kreatif (Balai Besar Kerajinan dan Batik, n.d.).

Kajian mutakhir mengenai UMKM batik banyak menyoroti faktor inovasi dan kinerja organisasi. Integrasi *open innovation* dan prinsip *circular economy* pada UMKM batik dinilai relevan untuk mendorong kinerja, namun penerapannya menuntut penyesuaian kontekstual agar selaras dengan karakter produksi, rantai pasok, dan model bisnis batik yang khas (Rahmat et al., 2024). Sejalan dengan itu, penelitian pada perusahaan batik menunjukkan bahwa *knowledge management* dan *green innovation* berperan dalam membentuk keunggulan bersaing berkelanjutan serta berdampak

pada kinerja keuangan, yang mengindikasikan pentingnya kapabilitas organisasi dalam mengelola pengetahuan, inovasi produk/proses, dan orientasi keberlanjutan (Achmad & Wiratmadja, 2025).

Transformasi usaha batik juga semakin banyak dikaitkan dengan adopsi digital. Pemetaan hambatan adopsi digital pada UMKM batik menegaskan kendala dominan seperti rendahnya kesadaran digital serta keterbatasan infrastruktur dan kemampuan TI, sehingga rekomendasi kebijakan/pendampingan menekankan kampanye literasi (awareness), dukungan institusional, dan pelatihan yang lebih terarah (Susanty et al., 2025). Temuan ini memperkuat argumen bahwa peningkatan daya saing UMKM batik tidak hanya bergantung pada inovasi produk, tetapi juga kesiapan manajerial dalam pengambilan keputusan berbasis data sederhana, pemasaran, dan pengelolaan operasi yang adaptif terhadap perubahan pasar.

Dari perspektif kepemimpinan dan kreativitas, riset pada industri kreatif menunjukkan bahwa kreativitas individual berhubungan positif dengan karakteristik kepemimpinan, baik yang bersifat transaksional maupun transformasional, sehingga kreativitas dapat menjadi sumber pembentukan *creative leadership* yang mendorong iklim inovasi (Du et al., 2021). Pada konteks UKM/SMEs, gaya kepemimpinan juga berkaitan dengan perilaku kerja inovatif dan kinerja pekerjaan, menandakan bahwa intervensi kepemimpinan relevan untuk peningkatan performa dan penguatan perilaku inovatif dalam organisasi skala kecil (Yamin, 2022). Meskipun demikian, mayoritas studi tersebut cenderung bersifat diagnostik—menjelaskan hubungan antarvariabel—and belum banyak memformulasikan model intervensi pemberdayaan SDM yang mengintegrasikan pelatihan manajemen usaha (misalnya perencanaan, pencatatan keuangan, pemasaran, dan pengelolaan operasi) dengan kepemimpinan kreatif (misalnya visi kreatif, pengambilan keputusan adaptif, fasilitasi inovasi, dan pembentukan budaya kolaboratif), terutama yang dirancang spesifik untuk komunitas pengrajin batik pada level kota seperti Sukabumi (IMF, 2024; Du et al., 2021).

Kebaruan ilmiah artikel ini terletak pada pengembangan dan penerapan kerangka pemberdayaan SDM pengrajin batik yang menggabungkan pelatihan manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif dalam satu paket intervensi terpadu, serta merumuskan indikator luaran yang terukur—misalnya peningkatan kompetensi manajerial, kesiapan transformasi digital sederhana, penguatan perilaku kepemimpinan kreatif, dan implikasi awal terhadap praktik inovasi serta kinerja usaha—sehingga pendekatan yang diusulkan tidak berhenti pada pemetaan masalah, tetapi bergerak pada desain peningkatan kapasitas yang dapat direplikasi pada

konteks UMKM batik (Rahmat et al., 2024; Susanty et al., 2025).

Permasalahan penelitian ini berfokus pada bagaimana kondisi awal kapasitas manajerial dan kepemimpinan kreatif SDM pengrajin batik di Kota Sukabumi serta hambatan utamanya dalam pengelolaan usaha, inovasi, dan kesiapan adaptasi digital; selanjutnya dianalisis sejauh mana pelatihan manajemen usaha dapat meningkatkan kompetensi pengelolaan bisnis (perencanaan, pencatatan keuangan, pemasaran, dan pengendalian operasi) dan sejauh mana pelatihan kepemimpinan kreatif dapat meningkatkan kapasitas memimpin proses kreatif, mengorganisasi kerja kolaboratif, serta mendorong perilaku inovatif (IMF, 2024; Du et al., 2021; Susanty et al., 2025). Apabila penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, hipotesis dapat dirumuskan secara naratif sebagai berikut: (H1) pelatihan manajemen usaha berpengaruh positif terhadap kompetensi manajerial pengrajin batik; (H2) pelatihan kepemimpinan kreatif berpengaruh positif terhadap perilaku kepemimpinan yang mendukung inovasi; dan (H3) peningkatan kompetensi manajerial serta kepemimpinan kreatif berasosiasi dengan perbaikan praktik usaha, termasuk kesiapan digital dasar, kualitas pengambilan keputusan, dan orientasi inovasi, selaras dengan literatur yang menekankan perlunya penguatan awareness, dukungan institusional, dan pelatihan untuk mengatasi hambatan digital UMKM batik (Susanty et al., 2025; Yamin, 2022).

Artikel ini bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan model pemberdayaan SDM pengrajin batik di Kota Sukabumi melalui pelatihan manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif, serta menilai luaran peningkatan kapasitas SDM yang relevan bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM batik pada level lokal dalam kerangka penguatan ekonomi kreatif dan pelestarian warisan budaya (UNESCO, 2009; Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2025).

Metode

Kegiatan PKM ini menggunakan desain pemberdayaan partisipatif berbasis *participatory learning and action* (PLA) yang memosisikan pengrajin batik sebagai pelaku utama perubahan, sedangkan tim pelaksana bertindak sebagai fasilitator pengetahuan, *coach* praktik, dan pendamping implementasi. Pola ini dipilih karena pada konteks UMKM batik, perubahan kapasitas tidak cukup dicapai melalui ceramah, tetapi perlu didorong melalui rangkaian asesmen kebutuhan, pelatihan terapan, pendampingan, dan evaluasi berbasis bukti penerapan di unit usaha (Rahmawati et al., 2020; Laily et al., 2019).

Mitra kegiatan adalah komunitas/kelompok pengrajin batik di Kota Sukabumi dengan komposisi peserta yang mencakup pemilik/pengelola, pengrajin inti, serta anggota yang menangani produksi, pemasaran, dan administrasi. Penetapan sasaran multiperan ini dimaksudkan agar intervensi menyentuh rantai proses usaha secara utuh—dari keputusan biaya dan produksi hingga promosi dan layanan pelanggan—sebagaimana praktik program pengabdian batik yang menunjukkan hasil lebih kuat ketika pelatihan melibatkan peran yang memang menjalankan fungsi manajerial dan pemasaran (Armilda et al., 2024; Rahmawati et al., 2020).

Tahap pra-implementasi diawali dengan koordinasi program dan penyelarasan ekspektasi bersama pengurus/ketua kelompok, dilanjutkan asesmen kebutuhan melalui observasi alur kerja, wawancara singkat, dan diskusi kelompok terarah untuk memetakan masalah dominan (misalnya pencampuran keuangan, ketiadaan pencatatan, penentuan harga “kira-kira”, serta promosi digital yang belum konsisten). Praktik FGD dan analisis kebutuhan ini penting untuk memastikan materi pelatihan benar-benar kontekstual dan sesuai tingkat kesiapan mitra, sebagaimana diterapkan dalam pendampingan akuntansi manajemen pada UKM batik dan program promosi media sosial pada UMKM batik (Rahmawati et al., 2020; Armilda et al., 2024).

Berdasarkan hasil asesmen, tim menyusun paket intervensi terpadu yang menggabungkan pelatihan manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif dalam satu alur belajar yang saling menguatkan. Klaster manajemen usaha memprioritaskan “kebiasaan manajerial minimum” yang realistik untuk UMKM batik, yaitu pemisahan uang pribadi–usaha, pencatatan transaksi harian, rekap arus kas sederhana, kalkulasi biaya produksi dan dasar penentuan harga jual, serta perencanaan penjualan bulanan. Fokus pada pembukuan praktis dan keteraturan pencatatan dipilih karena banyak program pengabdian pada UMKM batik menunjukkan masalah utama berada pada aspek administrasi keuangan dan lemahnya sistem pencatatan yang berdampak pada pengambilan keputusan usaha (Rahmawati et al., 2020; Laily et al., 2019).

Komponen kepemimpinan kreatif dirancang sebagai “mesin penggerak inovasi” yang menaikkan kreativitas produksi batik dengan pengambilan keputusan usaha. Materi diarahkan pada pembentukan visi produk (arah motif/produk dan narasi nilai), komunikasi kolaboratif dalam tim kerja, mekanisme fasilitasi ide (diskusi terstruktur dan umpan balik), serta pengambilan keputusan adaptif berbasis data sederhana (misalnya tren pesanan, umpan balik pelanggan, respons konten promosi). Porsi kepemimpinan kreatif diperkuat melalui *micro-practice* di kelas dan praktik lapangan, mengikuti pelajaran dari pengabdian desain batik yang menunjukkan

bahwa peningkatan kapasitas kreatif lebih efektif ketika peserta tidak hanya “mendengar”, tetapi berlatih menghasilkan keluaran nyata (misalnya rancangan pola, katalog sederhana) yang langsung bisa dipakai untuk penjualan (Mahmud & Sartika, 2022).

Tahap implementasi pelatihan menerapkan prinsip pembelajaran orang dewasa: ceramah singkat untuk kerangka konsep, dilanjutkan demonstrasi, latihan langsung, studi kasus dari usaha peserta, dan klinik konsultasi permasalahan riil. Pola “paparan–diskusi–praktik” dipilih karena terbukti umum digunakan dalam pengabdian UMKM batik, termasuk pelatihan manajemen usaha maupun promosi media sosial, sehingga peserta dapat segera menerjemahkan materi menjadi alat kerja yang bisa dipakai setelah sesi berakhir (Nugrahani et al., 2021; Armilda et al., 2024).

Agar inovasi produk terhubung dengan pasar, pelatihan pemasaran dan branding digital diintegrasikan sebagai jembatan antara manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif. Peserta didampingi untuk menguatkan identitas merek (nilai unik dan cerita produk), menyusun kalender konten, mempraktikkan pembuatan konten promosi, serta mengoptimalkan kanal digital yang paling mudah dijalankan UMKM (misalnya Instagram/WhatsApp Business) dan penguatan jejak bisnis melalui fitur seperti *business profile/listing* yang relevan. Pola pendampingan digital marketing yang berfokus pada keterampilan operasional (konten, tagar/hashtag, dan pengelolaan akun) serta mitigasi risiko seperti watermark untuk mencegah penyalinan konten/motif merujuk pada praktik pengabdian pemasaran digital pada pengrajin batik (Normawati et al., 2021; Hasanah et al., 2025).

Setelah pelatihan inti, kegiatan masuk pada tahap pendampingan implementasi untuk memastikan transfer pengetahuan berubah menjadi perilaku kerja. Tim dan mitra menyusun rencana aksi mingguan yang spesifik dan terukur, misalnya mulai menjalankan buku kas harian, menetapkan format rekap biaya produksi, menyusun harga jual berbasis perhitungan biaya, mengunggah konten promosi dengan ritme tertentu, serta menjalankan satu eksperimen pasar (misalnya paket produk tematik atau promo musiman). Skema pendampingan pascapelatihan ini meniru praktik pengabdian yang menempatkan pendampingan sebagai faktor kunci keberhasilan—karena peserta sering memahami konsep saat pelatihan, namun baru konsisten ketika didampingi saat penerapan (Laily et al., 2019; Arbainah et al., 2024).

Evaluasi kegiatan dilakukan dalam tiga titik ukur, yaitu sebelum pelatihan (baseline), sesudah pelatihan inti (post-training), dan sesudah pendampingan (post-

mentoring). Pengukuran dilakukan dengan pre-test/post-test singkat untuk kompetensi inti dan audit bukti penerapan, seperti keberadaan buku kas, rekap arus kas, format kalkulasi biaya, penetapan harga berbasis perhitungan, aktivitas akun promosi (kualitas dan konsistensi konten), serta keluaran kreatif (misalnya rancangan pola, katalog sederhana, atau varian produk). Pola evaluasi berbasis bukti implementasi ini sejalan dengan artikel pengabdian yang menilai keberhasilan bukan hanya dari pengetahuan, melainkan dari perubahan praktik kerja dan keluaran usaha yang dapat diverifikasi (Armilda et al., 2024; Laily et al., 2019).

Analisis data pelaksanaan disajikan secara deskriptif-kualitatif yang diperkaya ringkasan kuantitatif sederhana. Data kualitatif dihimpun dari catatan observasi, log pendampingan, dan refleksi peserta, sementara data kuantitatif bersumber dari skor pre-test/post-test dan persentase peserta yang berhasil memenuhi indikator penerapan (misalnya pencatatan berjalan, penetapan harga berbasis biaya, serta aktivitas promosi digital). Format pelaporan gabungan ini lazim pada publikasi PKM karena mampu menunjukkan perubahan kompetensi sekaligus bukti implementasi nyata di tingkat mitra (Rahmawati et al., 2020; Normawati et al., 2021).

Keberlanjutan program dirancang melalui strategi penguatan kapasitas internal mitra dengan penyerahan *toolkit* (template pembukuan, format kalkulasi biaya, SOP sederhana, panduan konten promosi, dan lembar rencana aksi), pembentukan kanal koordinasi daring untuk konsultasi terbatas, serta penunjukan kader lokal sebagai penggerak pencatatan dan promosi. Pendekatan ini mengikuti pola pengabdian yang menunjukkan bahwa keberlanjutan lebih mungkin terjadi ketika mitra memiliki perangkat pakai-ulang dan ada aktor lokal yang memimpin rutinitas baru setelah program berakhir (Arbainah et al., 2024; Hasanah et al., 2025).

Hasil

Pelaksanaan PKM pemberdayaan SDM pengrajin batik di Kota Sukabumi menghasilkan luaran utama berupa (1) peningkatan kompetensi manajemen usaha, (2) penguatan kepemimpinan kreatif dalam proses produksi dan pengambilan keputusan, (3) terbentuknya perangkat kerja (*toolkit*) yang digunakan langsung oleh mitra, serta (4) perubahan praktik operasional usaha yang dapat diverifikasi melalui bukti implementasi. Hasil ini dicapai melalui rangkaian kegiatan pra-implementasi (asesmen kebutuhan), pelatihan inti, pendampingan implementasi, dan evaluasi tiga tahap (baseline–post-training–post-mentoring) sebagaimana desain metode yang telah dirumuskan.

Pada fase pra-implementasi, tim melakukan pemetaan kebutuhan dan kondisi awal melalui observasi alur kerja, wawancara singkat, serta diskusi kelompok. Pemetaan menunjukkan isu dominan yang berulang pada sebagian besar peserta, yakni belum konsisten melakukan pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan transaksi yang sporadis, penentuan harga yang belum berbasis kalkulasi biaya, serta promosi digital yang tidak terjadwal. Pada aspek kepemimpinan, ditemukan kecenderungan pengambilan keputusan yang masih sangat terpusat pada satu orang (pemilik/pimpinan), sementara koordinasi produksi dan pemasaran belum berjalan berbasis pembagian peran yang jelas sehingga inovasi motif/produk muncul tidak terencana dan kurang terkoneksi dengan kebutuhan pasar.

Luaran tahap pelatihan inti adalah tersusunnya dan terdistribusinya *toolkit* manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif yang terdiri dari: format buku kas harian, template rekap arus kas, lembar perhitungan biaya produksi dan harga pokok, panduan penetapan harga, SOP sederhana untuk alur produksi–kontrol kualitas–pengemasan, serta lembar rencana aksi mingguan. Pada klaster kepemimpinan kreatif, *toolkit* mencakup kanvas visi produk (nilai unik dan arah motif), lembar fasilitasi ide (ideation sheet), format rapat mingguan singkat (15–20 menit), serta panduan pembagian peran kerja kelompok. Perangkat ini menjadi “jembatan” dari pengetahuan ke tindakan karena peserta menggunakan langsung pada sesi praktik dan ketika pendampingan.

Hasil evaluasi pembelajaran menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah pelatihan inti, ditunjukkan oleh kenaikan skor post-test dibanding pre-test pada kompetensi manajemen usaha (pencatatan, arus kas, dan penetapan harga) serta kompetensi kepemimpinan kreatif (perumusan visi produk, fasilitasi ide, dan keputusan adaptif berbasis data sederhana). Selain peningkatan skor tes, terdapat bukti praktik berupa mulai berjalannya pencatatan transaksi harian pada sebagian besar peserta, terbentuknya rekap mingguan arus kas, serta tersusunnya struktur biaya produksi pada beberapa produk kunci yang menjadi basis penetapan harga. Pada aspek pemasaran, peserta menghasilkan kalender konten sederhana dan menerapkan pola unggahan/promosi yang lebih konsisten melalui kanal digital yang mereka gunakan (misalnya WhatsApp Business dan Instagram), disertai penerapan elemen dasar branding seperti narasi produk, penyeragaman gaya foto sederhana, dan watermark.

Pada tahap pendampingan implementasi, perubahan praktik menjadi lebih terlihat karena peserta menjalankan rencana aksi mingguan yang terukur. Secara operasional, beberapa unit usaha mulai menetapkan harga jual berbasis perhitungan

biaya (bukan sekadar mengikuti pasar), melakukan pengendalian biaya melalui pencatatan bahan baku dan biaya proses, serta memperbaiki alur kerja produksi dengan pembagian tugas yang lebih jelas. Dari sisi kepemimpinan kreatif, kelompok mulai mempraktikkan rapat singkat rutin untuk menetapkan target produksi, menentukan tema motif/produk periode tertentu, serta melakukan evaluasi cepat atas respons pasar (misalnya produk yang lebih cepat terjual atau konten promosi yang paling banyak memicu pertanyaan/pemesanan). Kegiatan lokakarya kreatif menghasilkan pengembangan variasi motif atau varian produk (misalnya pengemasan baru, set produk tematik, atau kombinasi warna), yang kemudian diuji secara terbatas melalui promosi digital dan penjualan langsung.

Dari perspektif luaran program, hasil akhir pendampingan ditandai oleh tersedianya portofolio implementasi mitra yang dapat dijadikan bukti capaian, yaitu: (1) buku kas harian dan rekap arus kas minimal satu periode berjalan, (2) lembar kalkulasi biaya produksi dan penetapan harga pada produk unggulan, (3) SOP sederhana produksi/pengemasan dan pembagian peran, (4) kalender konten dan contoh konten promosi yang dipublikasikan, serta (5) dokumen rencana aksi berisi target yang telah dan belum tercapai sebagai dasar perbaikan berkelanjutan. Untuk keberlanjutan, mitra menyepakati kader lokal (pengurus/anggota kunci) yang bertugas mengawal rutinitas pencatatan dan konsistensi promosi, sehingga praktik baru tidak berhenti setelah program selesai.

Pembahasan

Temuan pelaksanaan PKM ini menguatkan pola umum dalam artikel pengabdian sebelumnya bahwa peningkatan kinerja UMKM batik paling efektif ketika pelatihan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi ditopang oleh pendampingan dan evaluasi berbasis bukti implementasi. Dalam konteks pembukuan dan akuntansi UMKM batik, pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa perubahan perilaku pencatatan terjadi ketika peserta diberi format sederhana yang mudah digunakan dan didampingi saat penerapan, bukan hanya diberi materi konsep (Laily et al., 2019; Rahmawati et al., 2020). Hasil PKM ini selaras: penggunaan *toolkit* (buku kas, rekap arus kas, kalkulasi biaya) dan pendampingan rencana aksi mendorong peserta menjalankan “kebiasaan manajerial minimum” yang sebelumnya tidak konsisten, sehingga peserta memiliki dasar yang lebih kuat untuk menilai biaya, menentukan harga, dan mengevaluasi kesehatan arus kas.

Pada aspek perhitungan HPP dan penetapan harga, capaian PKM ini juga sejalan dengan program pemberdayaan kampung tematik batik yang

mengombinasikan pendampingan digital marketing dan penyusunan HPP; studi tersebut menekankan pentingnya sinkronisasi antara perhitungan biaya dan strategi pemasaran agar promosi tidak menghasilkan penjualan yang justru merugikan karena harga tidak berbasis biaya (Arbainah et al., 2024). Dalam PKM Sukabumi, integrasi modul manajemen usaha dengan pemasaran membuat peserta tidak hanya “lebih aktif promosi”, tetapi juga mulai mengaitkan promosi dengan keputusan harga dan target margin yang realistik.

Dari sisi pemasaran digital, peningkatan konsistensi konten, penguatan identitas merek, dan penggunaan kanal media sosial/WhatsApp Business mencerminkan hasil yang lazim pada program PKM digital marketing batik. Pengabdian sebelumnya menegaskan bahwa pelatihan media sosial efektif ketika peserta diarahkan pada praktik (membuat konten, mengatur jadwal unggahan, dan mengoptimalkan fungsi kanal), bukan sekadar memahami definisi pemasaran digital (Armilda et al., 2024; Normawati et al., 2021). Temuan PKM ini konsisten karena luaran yang dihasilkan bukan hanya “akun media sosial”, tetapi kalender konten dan contoh konten yang dipublikasikan, serta pengetahuan mitigasi dasar seperti watermark yang juga ditekankan dalam pendampingan branding batik (Hasanah et al., 2025). Dengan demikian, perubahan yang muncul bersifat operasional, terukur lewat rutinitas unggahan dan keteraturan promosi, bukan hanya peningkatan pengetahuan.

Nilai tambah utama PKM ini dibanding banyak PKM batik terdahulu terletak pada penguatan kepemimpinan kreatif sebagai komponen yang menyatukan kreativitas produksi dengan disiplin manajemen usaha. Sejumlah artikel PKM batik sering menitikberatkan salah satu aspek saja, misalnya pembukuan (Laily et al., 2019; Rahmawati et al., 2020), pemasaran digital (Normawati et al., 2021; Armilda et al., 2024; Hasanah et al., 2025), atau pengembangan desain/motif (Mahmud & Sartika, 2022). PKM Sukabumi memadukan ketiganya melalui mekanisme kepemimpinan kreatif seperti kanvas visi produk, fasilitasi ide, rapat singkat rutin, dan keputusan adaptif berbasis data sederhana. Integrasi ini penting karena pada UMKM batik, inovasi motif tidak otomatis menjadi nilai ekonomi tanpa kepemimpinan yang mampu menerjemahkan ide menjadi rencana produksi, standar mutu, strategi harga, dan narasi pemasaran. Hasilnya tampak pada munculnya varian motif/produk yang tidak berdiri sendiri, melainkan diuji secara terbatas melalui promosi dan pengamatan respons pasar.

Keterkaitan antara kepemimpinan kreatif dan praktik inovasi juga tercermin dari perubahan pola koordinasi kerja kelompok. Ketika pembagian peran diperjelas

dan rapat singkat rutin diterapkan, keputusan produksi dan pemasaran menjadi lebih cepat dan lebih terukur. Mekanisme ini menjawab salah satu tantangan UMKM batik yang sering bersifat “terpusat pada satu orang” sehingga inovasi dan promosi bergantung pada kapasitas individu semata. Dengan adanya kader lokal dan perangkat koordinasi, program memperkuat *organizational routine* sederhana yang berpotensi meningkatkan keberlanjutan perubahan—pola yang juga ditekankan oleh pendekatan pendampingan pada PKM batik agar praktik baru tetap berjalan pascaprogram (Arbainah et al., 2024; Hasanah et al., 2025).

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa pemberdayaan SDM pengrajin batik menjadi lebih efektif ketika intervensi disusun sebagai “rantai nilai kapasitas”: dimulai dari penataan fondasi manajemen (pencatatan dan biaya), dilanjutkan penguatan pemasaran digital (branding dan konsistensi promosi), lalu dipersatukan oleh kepemimpinan kreatif yang menjaga inovasi produk tetap relevan dengan pasar. Temuan ini memperluas praktik baik dari berbagai jurnal PKM sebelumnya yang umumnya parsial menjadi pendekatan terpadu yang menekankan bukti implementasi, perubahan kebiasaan kerja, dan kesiapan keberlanjutan melalui kader lokal.

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa model pemberdayaan SDM pengrajin batik di Kota Sukabumi melalui pelatihan manajemen usaha dan kepemimpinan kreatif efektif menjawab tujuan kajian, yakni memperkuat kapasitas pengelolaan usaha sekaligus kemampuan memimpin proses kreatif yang relevan bagi daya saing UMKM batik. Secara substansial, temuan mendukung hipotesis bahwa pelatihan manajemen usaha berkontribusi positif terhadap peningkatan kompetensi manajerial peserta, terutama pada aspek pencatatan keuangan, pemahaman arus kas, perhitungan biaya produksi, dan pengambilan keputusan harga berbasis biaya, yang menjadi fondasi tata kelola usaha yang lebih rasional. Temuan juga mendukung hipotesis bahwa pelatihan kepemimpinan kreatif berpengaruh positif terhadap penguatan perilaku kepemimpinan yang mendorong inovasi, ditandai oleh meningkatnya kemampuan merumuskan visi produk, memfasilitasi ide/motif baru secara terarah, memperbaiki koordinasi dan pembagian peran kerja, serta menerapkan pengambilan keputusan adaptif berbasis informasi sederhana dari respons pasar. Integrasi kedua pelatihan tersebut memperkuat hipotesis bahwa peningkatan kompetensi manajerial dan kepemimpinan kreatif berasosiasi dengan

perbaikan praktik usaha yang lebih nyata, yaitu terbentuknya rutinitas kerja dan perangkat operasional yang dapat dipakai ulang (toolkit), meningkatnya keteraturan promosi dan identitas merek, serta munculnya inovasi produk/motif yang tidak berdiri sendiri melainkan terhubung dengan strategi pemasaran dan penetapan harga, sehingga perubahan yang terjadi bersifat implementatif dan berpotensi berkelanjutan. Ke depan, gagasan lanjutan yang disarankan adalah memperluas pendampingan pada fase pascaprogram melalui pengukuran dampak jangka menengah (misalnya pertumbuhan penjualan, efisiensi biaya, dan konsistensi produksi), memperkuat standardisasi kualitas dan perlindungan kekayaan intelektual motif, serta mengembangkan jejaring pemasaran dan kolaborasi lintas pihak agar peningkatan kapasitas SDM dapat bertransformasi menjadi peningkatan kinerja usaha yang lebih terukur dan stabil.

Daftar Referensi

- Achmad, A. L., & Wiratmadja, I. I. (2025). Does knowledge management and green innovation influence sustainable competitive advantage and financial performance in batik firms? *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(3), 100433. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100433>
- Arbainah, S., Hasanudin, M. M., Korawijayanti, L., Handoyono, R., Karyanti, T. D., Widyarti, M. T. H., Ciptaningtias, A. F., Widiarto, A., Putri, A. G., Al Farizi, M., Pinanditho, K., & Pradana, B. P. (2024). Pemberdayaan kampung tematik batik Durenan Indah Semarang melalui pendampingan digital marketing dan penyusunan HPP. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Keuangan Perbankan dan Akuntansi (JAMASKU)*, 3(1).
- Armilda, A. S., Fakhri, S., Zahro, F. K., Puspita, A. C., Hanafi, A., & Safitri, N. D. A. (2024). Optimalisasi penggunaan media sosial sebagai media promosi pada UMKM Batik Ayu Arimbi, Sleman, Yogyakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 185-192. <https://doi.org/10.30595/jppm.v8i1.21203>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2025). Banyaknya industri mikro dan kecil menurut kabupaten/kota (Unit), 2023 [Tabel statistik].
- Balai Besar Kerajinan dan Batik. (n.d.). Data IKM kerajinan dan batik.
- Du, X., Zhang, H., Zhang, S., Zhang, A., & Chen, B. (2021). Creativity and leadership in the creative industry: A study from the perspective of social norms. *Frontiers in Psychology*, 12, 651817. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.651817>

- Hasanah, U., Awwalia, L., & Arnani, N. P. R. (2025). Pendampingan digital marketing bagi pengrajin batik guna meningkatkan branding batik di Tanjungbumi. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 11(1). <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v11i1.27920>
- International Monetary Fund. (2024). Indonesia: Selected issues (IMF Country Report No. 24/271).
- Laily, N., Sidharta, Y., & Efendi, D. (2019). Pelatihan pembukuan sederhana bagi wanita wirausaha batik Jonegoro di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Layanan Masyarakat Universitas Airlangga*, 3(1), 43-46.
- Mahmud, M., & Sartika, M. (2022). Pendampingan mendisain batik sebagai upaya peningkatan penjualan produk UMKM Batik Duren. *ABDIMASKU*, 5(2), 518-525.
- Normawati, R. A., Wardani, S. I., & Widayani, A. (2021). Pemanfaatan digital marketing sebagai sarana komersialisasi produk Kampung Batik Kembang Turi Blitar. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 253-261. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i2.4157>
- Nugrahani, N., Amerieska, S., Indrawan, A. K., Jarnuzi, A., & Kusmintarti, A. (2021). Pelatihan manajemen usaha untuk UKM Batik Malangan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.33795/jabdimas.v8i2.143>
- Rahmat, D. A., Rumanti, A. A., Pulungan, M. A., Rizaldi, A. S., & Amelia, M. (2024). Evaluating the role of open innovation and circular economy in enhancing organizational performance: Insights from batik small and medium enterprises in Banyuwangi, Indonesia. *Sustainability*, 16(24), 11194. <https://doi.org/10.3390/su162411194>
- Rahmawati, R., Suharjanto, D., Muthmainah, M., Handayani, S. R., Subekti, D. H., & Susilowati, F. (2020). Pelatihan dan pendampingan akuntansi manajemen UKM batik di Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1). <https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.5544>
- Susanty, A., Puspitasari, N. B., Junaidi, S. E., & Wicaksono, H. (2025). Mapping barriers to digital adoption in Batik MSMEs: Insights from DEMATEL-ISM integration. *International Journal of Information Technology*. <https://doi.org/10.1007/s41870-025-02839-9>
- UNESCO. (2009). Indonesian batik (Nomination file No. 00170). UNESCO Intangible Cultural Heritage.
- Yamin, M. A. (2022). Paternalistic leadership and job embeddedness with relation to innovative work behaviors and employee job performance: The moderating

effect of environmental dynamism. *Frontiers in Psychology*, 13, 759088.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.759088>