

PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN BATIK CAP PUTRA PUTRI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK LOKAL DI SUKOHARJO

**Indra Lila Kusuma, Tira Nur Fitria, LMS. Kristiyanti, Agus Subekti,
M. Gunawan Setyadi**

Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email : tiranurfitria@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendukung pengembangan kewirausahaan industri batik cap di Sukoharjo, khususnya pada Jasa Maklon Batik Cap Putra Putri, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk lokal baik di tingkat regional maupun nasional. Industri batik cap, seperti yang dijalankan Batik Cap Putra Putri di Sukoharjo, menggunakan stempel (cap) untuk mencetak pola pada kain, sehingga lebih cepat dibanding batik tulis dan mempertahankan motif tradisional. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada 29 Desember 2025 di Batik Cap Putra Putri, Tegalrejo RT. 02 RW. 06, Kadogan, Kec. Grogol, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah, melibatkan pemilik usaha dan karyawan sebagai peserta utama dengan tujuan meningkatkan daya saing produk lokal melalui pendampingan kewirausahaan, manajemen produksi, strategi pemasaran, dan digitalisasi portofolio produk. Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan melalui wawancara dan observasi proses produksi untuk menyusun modul pelatihan, dilanjutkan sosialisasi tentang pengelolaan usaha profesional dan pentingnya portofolio digital untuk meningkatkan visibilitas produk batik cap. Tahap inti meliputi pendampingan langsung dalam pencatatan pesanan, pengelolaan bahan baku, dokumentasi produk, serta pelatihan pembuatan portofolio digital dan strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace, sehingga peserta dapat mempraktikkan manajemen produksi dan promosi secara interaktif. Pada tahap penutup, dilakukan evaluasi kemampuan peserta, diikuti pemberian rekomendasi lanjutan seperti pemeliharaan portofolio digital, strategi promosi berkelanjutan, dan pelatihan bagi karyawan baru, sehingga Batik Cap Putra Putri memiliki langkah konkret untuk meningkatkan daya saing produk lokal secara profesional dan berkelanjutan.

Kata kunci: Batik Cap, Batik Cap Putra Putri Sukoharjo, Daya Saing Produk Lokal, Kewirausahaan, Pendampingan Kewirausahaan

1. LATAR BELAKANG

Batik cap adalah salah satu jenis batik yang dibuat dengan menggunakan stempel (cap) tembaga yang dicelupkan ke malam atau pewarna, kemudian ditekan pada kain untuk membentuk pola. Metode ini memungkinkan proses pembuatan lebih cepat dibandingkan batik tulis, namun tetap mempertahankan karakter motif tradisional dan sentuhan kerajinan tangan yang khas. Di sisi lain, batik printing merupakan metode pembuatan batik menggunakan proses cetak mekanis atau digital, di mana motif langsung dicetak pada kain tanpa melalui tahap pewarnaan manual dengan malam. Perbedaan utama antara keduanya terletak pada proses produksi dan karakteristik hasil akhir; batik cap tetap menampilkan tekstur dan nuansa tradisional dari pola yang dicap, sedangkan batik printing lebih menekankan efisiensi, keseragaman motif, dan skala produksi yang lebih besar, tetapi cenderung kehilangan detail halus dan nilai artistik khas batik asli. Dengan demikian, batik cap lebih sesuai untuk industri yang ingin mempertahankan nilai budaya dan tradisi lokal, sementara batik printing cocok untuk produksi massal dengan motif konsisten.

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu kelompok usaha yang dikategorikan berdasarkan jumlah aset, omset, dan skala usaha (Fitria et al., 2024). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena menjadi sumber lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan mempromosikan produk atau jasa yang berbasis kearifan lokal (Pardanawati & Fitria, 2024). UMKM mencakup berbagai jenis usaha yang beroperasi di sektor ekonomi formal maupun informal, mulai dari usaha perdagangan, jasa, industri kerajinan, kuliner, pertanian, hingga teknologi (Samanto et al., 2025). Setiap jenis UMKM memiliki karakteristik tersendiri, seperti skala produksi, jumlah karyawan, modal, dan tingkat kompleksitas manajemen usaha (Samanto et al., 2024). Misalnya, industri batik cap termasuk UMKM sektor kerajinan, sedangkan usaha kuliner seperti kafe atau warung makan termasuk UMKM jasa dan perdagangan. Keragaman jenis usaha UMKM ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan berinovasi sesuai kebutuhan pasar, namun juga menghadapi tantangan berbeda dalam hal manajemen, pemasaran, dan pengembangan usaha (Dewi et al., 2022).

Industri batik cap adalah salah satu sektor usaha kerajinan tekstil yang dijalankan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Industri ini memproduksi kain batik dengan menggunakan alat cap atau stempel sebagai media pewarnaan pola pada kain. Berbeda dengan batik tulis yang digambar secara manual, batik cap memungkinkan produksi lebih cepat dan efisien, sehingga cocok untuk memenuhi pesanan dalam jumlah lebih besar. UMKM batik cap umumnya tetap mempertahankan nilai seni dan motif tradisional, sekaligus menjadi bagian penting dari pelestarian budaya dan ekonomi kreatif di tingkat lokal. Selain menghasilkan produk batik siap pakai, industri batik cap juga menghadapi tantangan dalam hal pemasaran, digitalisasi portofolio, dan peningkatan daya saing di pasar lokal maupun nasional.

Industri batik cap adalah sektor usaha kerajinan tekstil yang memproduksi kain batik dengan menggunakan alat cap atau stempel sebagai media pewarnaan pola pada kain. Berbeda dengan batik tulis yang digambar secara manual, batik cap memungkinkan produksi lebih cepat dan efisien, sehingga cocok untuk memenuhi pesanan dalam jumlah lebih besar. Industri ini umumnya dijalankan oleh usaha kecil dan menengah (UMKM) di tingkat lokal, tetap mempertahankan nilai seni dan motif tradisional, serta menjadi bagian penting dari pelestarian budaya dan ekonomi kreatif di daerah. Selain menghasilkan produk batik siap pakai, industri batik cap juga menghadapi tantangan dalam hal pemasaran, digitalisasi portofolio, dan peningkatan daya saing di pasar lokal maupun nasional.

Industri batik cap memiliki karakteristik yang berbeda dengan batik tulis, terutama dalam hal efisiensi produksi dan konsistensi motif. Proses pembuatannya menggunakan cap atau stempel untuk mencetak pola pada kain, sehingga lebih cepat dan dapat diproduksi dalam jumlah yang lebih banyak dibandingkan batik tulis. Meskipun demikian, industri batik cap tetap menuntut keterampilan tinggi untuk menghasilkan motif yang rapi, warna yang merata, dan kualitas kain yang baik. Di sisi lain, persaingan di pasar batik semakin ketat karena hadirnya berbagai produk batik massal dan impor, sehingga industri batik cap lokal seperti Batik Cap perlu meningkatkan inovasi, branding, dan strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi serta menarik konsumen di tingkat regional maupun nasional.

Industri batik cap merupakan salah satu sektor usaha kreatif yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian lokal di Indonesia. Di Sukoharjo, Batik Cap Putra Putri menjadi salah satu pelaku usaha batik yang berkontribusi pada pelestarian budaya sekaligus memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar. Meskipun memiliki produk yang unik dan berkualitas, usaha ini menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi persaingan pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Salah satu kendala utama yang

sering ditemui adalah keterbatasan kemampuan dalam manajemen kewirausahaan, pemasaran, serta strategi peningkatan daya saing produk.

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran modern menjadi faktor penting untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing. Banyak pelaku usaha batik masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan potensi pertumbuhan usaha tidak maksimal. Oleh karena itu, penerapan strategi pendampingan yang fokus pada digitalisasi portofolio dan penguatan branding menjadi salah satu langkah efektif untuk memperluas pasar sekaligus meningkatkan citra Batik Cap Putra Putri di mata konsumen.

Pendampingan kewirausahaan menjadi langkah penting untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti Batik Cap Putra Putri. Pendampingan kewirausahaan menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat daya saing industri batik cap lokal. Banyak pelaku usaha batik, termasuk Batik Cap Putra Putri, menghadapi tantangan dalam mengembangkan pasar, inovasi produk, dan pengelolaan bisnis yang efektif. Dengan adanya pendampingan, pelaku usaha dapat memperoleh bimbingan terkait manajemen produksi, strategi pemasaran, branding, hingga pemanfaatan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka.

Program pendampingan ini tidak hanya membantu meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih modern tanpa menghilangkan nilai budaya lokal yang melekat pada setiap produk. Melalui upaya ini, industri batik cap lokal dapat lebih kompetitif, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah. Melalui bimbingan yang sistematis, pelaku usaha dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan produksi, strategi branding, digitalisasi portofolio, hingga manajemen keuangan. Hal ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kualitas produk dan efisiensi operasional, tetapi juga memperluas pasar dan memperkuat posisi Batik Cap Putra Putri di tingkat lokal.

Selain aspek ekonomi, pengembangan Batik Cap Putra Putri juga memiliki nilai sosial dan budaya. Produk batik cap merupakan warisan budaya yang mencerminkan identitas lokal, sehingga peningkatan daya saing usaha tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pelestarian nilai-nilai budaya. Pendampingan yang diberikan diharapkan dapat mendorong inovasi dalam desain, kualitas produksi, serta strategi pemasaran tanpa menghilangkan nilai tradisional batik cap, sehingga Batik Cap Putra Putri tetap relevan bagi generasi muda dan pasar modern.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk memberikan dukungan holistik kepada Batik Cap Putra Putri, mulai dari peningkatan kapasitas manajerial hingga strategi pemasaran berbasis digital. Melalui program pendampingan, diharapkan Batik Cap Putra Putri mampu memperkuat daya saing produk lokal, meningkatkan omzet penjualan, dan memastikan keberlanjutan usaha sekaligus pelestarian budaya batik di Sukoharjo.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendukung pengembangan kewirausahaan industri batik cap di Sukoharjo, khususnya pada Jasa Maklon Batik Cap Putra Putri, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk lokal baik di tingkat regional maupun nasional. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi dalam aspek teknis produksi, tetapi juga dalam penguatan kapasitas manajerial, strategi pemasaran, dan pemahaman tentang pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Dengan demikian, pemilik dan pengelola Batik Cap Putra Putri dapat mengelola usaha mereka secara lebih profesional dan efisien, sambil tetap mempertahankan ciri khas tradisional yang menjadi nilai tambah produk batik cap. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi nyata dalam pengelolaan usaha batik cap, sekaligus menjaga dan melestarikan nilai budaya lokal melalui produk yang berkualitas.

Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi dalam aspek teknis produksi, tetapi juga dalam penguatan kapasitas manajerial, strategi pemasaran, dan pemahaman tentang pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Dengan demikian, pemilik dan pengelola Batik Cap Putra Putri dapat mengelola usaha mereka secara lebih profesional dan efisien, sambil tetap mempertahankan ciri khas tradisional yang menjadi nilai tambah produk batik cap.

Selain itu, kegiatan ini memberikan manfaat nyata berupa peningkatan kemampuan pemilik dan karyawan dalam mengelola produksi, perencanaan usaha, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Pendampingan ini juga membantu dalam digitalisasi portofolio produk, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan visibilitas usaha di pasar modern tanpa mengurangi nilai budaya tradisional. Melalui program ini, diharapkan Batik Cap Putra Putri mampu meningkatkan kualitas produk, memperkuat branding, dan menarik lebih banyak pelanggan, sehingga mendorong pertumbuhan usaha, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat posisi industri batik cap lokal di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Pada akhirnya, kegiatan ini berkontribusi pada pelestarian budaya, pemberdayaan pengusaha lokal, dan penguatan ekonomi masyarakat Sukoharjo secara berkelanjutan.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 29 Desember 2025 di Jasa Maklon Batik Cap Putra Putri, yang berlokasi di Tegalrejo RT 02 RW 06, Kadokan, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan langsung dalam pengelolaan kewirausahaan batik cap, mulai dari perencanaan produksi, peningkatan kualitas produk, hingga strategi pemasaran dan digitalisasi portofolio. Pelaksanaan di lokasi ini memungkinkan tim pengabdian untuk berinteraksi langsung dengan pemilik, pengelola, dan karyawan Batik Cap Putra Putri, sehingga proses transfer pengetahuan, pelatihan, dan pendampingan dapat dilakukan secara efektif dan tepat sasaran. Sasaran kegiatan ini adalah pemilik usaha dan seluruh karyawan Batik Cap Putra Putri, yang diharapkan dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengelola usaha secara profesional, meningkatkan kualitas produk, serta memperluas daya saing produk batik cap di tingkat lokal maupun nasional.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pendampingan langsung dan pelatihan partisipatif untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan Batik Cap Putra Putri. Metode kegiatan dirancang agar peserta, baik pemilik maupun karyawan, dapat terlibat aktif dalam setiap tahap, mulai dari perencanaan, produksi, hingga strategi pemasaran.

1. Observasi dan Analisis Awal

Tahap awal dilakukan observasi langsung terhadap proses produksi Batik Cap Putra Putri, mulai dari persiapan bahan, teknik pencapian, hingga finishing produk. Selain itu, dilakukan wawancara dengan pemilik dan karyawan untuk memahami permasalahan usaha, tantangan produksi, serta strategi pemasaran yang selama ini diterapkan. Hasil observasi dan analisis ini menjadi dasar untuk menyusun rencana pendampingan yang tepat sasaran.

2. Pelatihan dan Pendampingan Teknis

Kegiatan ini meliputi pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan produksi, pengendalian kualitas, dan manajemen usaha batik cap. Pemilik dan karyawan diberikan bimbingan mengenai teknik pencapian yang efisien, pengelolaan persediaan bahan baku,

serta cara menjaga kualitas produk agar sesuai standar pasar. Selain itu, diberikan pelatihan dalam hal pencatatan keuangan sederhana, manajemen stok, dan strategi peningkatan produktivitas.

3. Pendampingan Pemasaran dan Digitalisasi Portofolio

Salah satu fokus utama adalah peningkatan daya saing melalui pemasaran dan branding. Kegiatan ini meliputi pendampingan pembuatan portofolio digital yang menampilkan produk dan kualitas Batik Cap Putra Putri. Tim pengabdian memberikan pelatihan tentang penggunaan media digital untuk promosi, pemanfaatan platform online untuk memperluas jangkauan pasar, serta strategi komunikasi visual untuk menarik pelanggan baru.

4. Monitoring dan Evaluasi

Selama dan setelah kegiatan, dilakukan monitoring berkala untuk memastikan penerapan metode produksi dan strategi pemasaran berjalan efektif. Evaluasi dilakukan untuk menilai peningkatan kapasitas peserta, kualitas produk, serta keberhasilan digitalisasi portofolio dalam meningkatkan visibilitas Batik Cap Putra Putri.

5. Pendokumentasian dan Rekomendasi

Seluruh proses kegiatan didokumentasikan untuk keperluan evaluasi dan pengembangan usaha di masa depan. Berdasarkan hasil pendampingan, tim pengabdian menyusun rekomendasi terkait strategi produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital agar Batik Cap Putra Putri mampu meningkatkan daya saing produk lokal secara berkelanjutan.

3. HASIL KEGIATAN

Industri batik cap merupakan sektor usaha kreatif yang penting dalam pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi lokal, dibuat dengan stempel (cap) tembaga yang dicelup ke malam atau pewarna untuk membentuk pola, sehingga lebih cepat dibanding batik tulis namun tetap mempertahankan motif tradisional, berbeda dengan batik printing yang dicetak secara mekanis atau digital sehingga lebih seragam dan efisien tetapi kehilangan nilai artistik khas; di Sukoharjo, Batik Cap Putra Putri menjadi pelaku usaha yang menghadapi tantangan seperti keterbatasan manajemen kewirausahaan, strategi pemasaran, branding, dan digitalisasi portofolio, sehingga pendampingan kewirausahaan menjadi penting untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan produksi, strategi pemasaran, pembuatan portofolio digital, dan praktik usaha profesional tanpa mengurangi nilai tradisional; melalui kegiatan ini, pemilik dan karyawan memperoleh keterampilan manajerial dan teknis yang mendukung pengelolaan usaha secara efisien, memperluas jaringan pasar, meningkatkan visibilitas dan daya saing produk lokal, meningkatkan omzet, memperkuat posisi Batik Cap Putra Putri di tingkat lokal maupun nasional, serta mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pelestarian budaya di Sukoharjo secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian masyarakat di Batik Cap Putra Putri melibatkan pemilik usaha dan karyawan Batik Cap Putra Putri sebagai peserta aktif. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui pendampingan kewirausahaan, peningkatan kapasitas manajerial, strategi pemasaran, serta digitalisasi portofolio produk batik cap. Selama tahap persiapan, tim pengabdian juga menyiapkan modul pelatihan, template portofolio digital, serta materi strategi pemasaran sehingga seluruh kegiatan dapat berjalan terstruktur dan sesuai kebutuhan peserta.





Gambar 1. Kegiatan Pengabdian di Batik Cap Putra Putri

Pada tahap persiapan dan pembukaan, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan dengan wawancara singkat bersama pemilik dan karyawan, sekaligus memperkenalkan rangkaian kegiatan yang akan dilakukan. Selain itu, dilakukan juga pemetaan kondisi usaha saat ini, seperti proses produksi, manajemen stok, dan pencatatan pesanan, untuk menyesuaikan materi pendampingan. Selanjutnya, dilakukan sesi sosialisasi dan penyuluhan, di mana peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang profesional, strategi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas produk, dan manfaat digitalisasi portofolio sebagai alat branding. Materi yang disampaikan mencakup manajemen produksi, pengendalian kualitas, strategi penetapan harga, serta dokumentasi portofolio digital, sehingga peserta memahami hubungan antara kualitas produk dan daya saing pasar.

Tahap inti kegiatan dilaksanakan melalui pendampingan langsung pada proses produksi batik cap, mulai dari pencatatan pesanan, pengelolaan bahan baku, hingga pencatatan hasil produksi untuk portofolio digital. Peserta juga diberikan pelatihan praktis dalam membuat portofolio digital menggunakan perangkat lunak sederhana sehingga setiap produk dapat didokumentasikan secara profesional. Tambahan, peserta diajak untuk melakukan simulasi pemasaran online dengan contoh promosi di media sosial dan marketplace, sehingga mereka dapat memahami cara memanfaatkan teknologi untuk menjangkau konsumen baru. Pendampingan ini dilakukan secara interaktif, dengan praktik langsung dan tanya jawab untuk memastikan setiap peserta mampu mengaplikasikan ilmu yang diberikan.

Pada tahap penutup, dilakukan evaluasi bersama peserta untuk menilai pemahaman, keterampilan, dan kesiapan Batik Cap Putra Putri dalam menerapkan strategi yang telah dipelajari. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kemampuan dalam pencatatan produksi, pembuatan portofolio digital, dan pengelolaan strategi pemasaran. Selain itu, tim pengabdian memberikan rekomendasi lanjutan, seperti pemeliharaan portofolio digital secara berkala, strategi promosi produk, dan pelatihan tambahan bagi karyawan baru, sehingga keberlanjutan usaha tetap terjaga. Kegiatan diakhiri dengan sesi refleksi, di mana peserta dapat menyampaikan pengalaman belajar dan rencana penerapan langsung di Batik Cap

Putra Putri, sehingga tercipta komitmen untuk terus meningkatkan daya saing produk lokal secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat pada 29 Desember 2025 di Batik Cap Putra Putri, Tegalrejo RT. 02 RW. 06, Kadokan, Kec. Grogol, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah, melibatkan pemilik usaha dan karyawan sebagai peserta utama dengan tujuan meningkatkan daya saing produk lokal melalui pendampingan kewirausahaan, manajemen produksi, strategi pemasaran, dan digitalisasi portofolio produk. Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan melalui wawancara dan observasi proses produksi untuk menyusun modul pelatihan, dilanjutkan sosialisasi tentang pengelolaan usaha profesional dan pentingnya portofolio digital untuk meningkatkan visibilitas produk batik cap. Tahap inti meliputi pendampingan langsung dalam pencatatan pesanan, pengelolaan bahan baku, dokumentasi produk, serta pelatihan pembuatan portofolio digital dan strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace, sehingga peserta dapat mempraktikkan manajemen produksi dan promosi secara interaktif. Pada tahap penutup, dilakukan evaluasi kemampuan peserta, diikuti pemberian rekomendasi lanjutan seperti pemeliharaan portofolio digital, strategi promosi berkelanjutan, dan pelatihan bagi karyawan baru, sehingga Batik Cap Putra Putri memiliki langkah konkret untuk meningkatkan daya saing produk lokal secara profesional dan berkelanjutan.

Industri batik cap, seperti yang dijalankan Batik Cap Putra Putri di Sukoharjo, menggunakan stempel (cap) untuk mencetak pola pada kain, sehingga lebih cepat dibanding batik tulis dan mempertahankan motif tradisional, berbeda dengan batik printing yang lebih seragam dan massal namun kehilangan nilai artistik; kegiatan ini bertujuan mendukung pengembangan kewirausahaan, manajemen produksi, strategi pemasaran, dan digitalisasi portofolio, sehingga pemilik dan karyawan memperoleh keterampilan teknis dan manajerial untuk mengelola usaha secara lebih profesional, meningkatkan daya saing produk lokal, memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding, meningkatkan omzet, dan mendorong pelestarian budaya serta pemberdayaan ekonomi masyarakat Sukoharjo secara berkelanjutan.

2. Saran

Berikut adalah saran terkait kegiatan pengabdian Pendampingan Kewirausahaan Batik Cap Putra Putri untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal di Sukoharjo:

a. Penguatan Manajemen Usaha

Disarankan agar Batik Cap Putra Putri terus meningkatkan kapasitas manajerial, termasuk pencatatan produksi, pengelolaan bahan baku, dan perencanaan operasional. Penerapan sistem manajemen usaha yang terstruktur akan membantu efisiensi produksi, pengendalian kualitas, dan pemantauan pesanan, sehingga daya saing produk meningkat.

b. Digitalisasi Portofolio Produk

Penting untuk secara rutin memperbarui portofolio digital yang menampilkan hasil produksi, kualitas motif, dan keunikan desain batik cap. Portofolio digital ini dapat digunakan sebagai alat promosi di media sosial, marketplace, dan website resmi, sehingga memperluas jangkauan pasar dan menarik klien baru baik di tingkat regional maupun nasional.

c. Strategi Pemasaran dan Branding

Batik Cap Putra Putri disarankan untuk mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital yang kreatif dan konsisten, termasuk penggunaan media sosial, katalog online, serta kerja sama dengan influencer lokal atau platform e-commerce. Branding yang kuat akan meningkatkan citra profesional, menjaga nilai tradisional, dan memperkuat identitas produk sebagai batik cap asli Sukoharjo.

- d. **Pelatihan dan Pengembangan SDM**
Pemilik dan karyawan perlu diberikan pelatihan berkelanjutan mengenai teknik produksi, manajemen kewirausahaan, dan pemasaran digital. Hal ini penting agar seluruh tim mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar, meningkatkan kualitas produk, dan mendukung strategi pengembangan usaha jangka panjang.
- e. **Inovasi Produk dan Diversifikasi**
Disarankan agar Batik Cap Putra Putri melakukan inovasi motif, warna, atau produk turunan (seperti aksesoris atau pakaian siap pakai) untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Diversifikasi produk akan membantu meningkatkan daya tarik konsumen tanpa menghilangkan nilai tradisional batik cap.
- f. **Evaluasi Berkala dan Monitoring**
Perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas pendampingan, digitalisasi portofolio, dan strategi pemasaran. Dengan pemantauan rutin, Batik Cap Putra Putri dapat menilai perkembangan usaha, mengidentifikasi kendala, dan melakukan perbaikan agar daya saing produk lokal semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2008). *Manajemen produksi dan operasi* (Edisi revisi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Chirzun, A., Nurhasanah, N., & Utami, T. A. (2016). Rancangan perencanaan produksi jenis produk make to order dengan pendekatan simulasi sistem dinamik. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 3(3), 113–120.
- Kulsum, K., Febianti, E., & Apriani, F. (2020). Penjadwalan produksi menggunakan metode jadwal aktif di PT XYZ. *Journal Industrial Services*, 5(2), 199–205.
- Mayasari, F. (2018). Digitalisasi dan kebudayaan: Studi pada pengembangan kebudayaan berbasis kearifan lokal melalui media baru oleh Yayasan Sagang. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 2(2), 1–12.
- Radiansyah, E. (2022). Peran digitalisasi terhadap kewirausahaan digital: Tinjauan literatur dan arah penelitian masa depan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), 828–837. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.41351>
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi digitalisasi UMKM. *Digitalisasi UMKM*, 1(1), 57–63.
- Yunitasari, H., & Yuniawan, A. (2006). Analisis pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap nilai pelanggan mobil merek Toyota. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 3(2), 15–28.

- Dewi, M. W., Kusuma, I. L., Kristiyanti, L. M. S., Fitria, T. N., & Budiyo, B. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26–31.
- Fitria, T. N., Azizah, F. N., Anggraini, L., Sabila, R. S., Muslim, M. A., Susilo, A., & Zailani, A. (2024). Pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Produksi Rambak Suci Sragen. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2). <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/14463>
- Pardanawati, S. L., & Fitria, T. N. (2024). Pelatihan Penyusunan Pelaporan Keuangan Secara Sederhana Terhadap Pelaku UMKM Desa Ngargorejo, Ngemplak, Boyolali Jawa Tengah. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/12619>
- Samanto, H., Fitria, T. N., Sumadi, Marimin, A., Oktaviani, Y. H., & Ummah, Z. K. (2025). Peningkatan Nilai Ekonomi Masyarakat Desa Purbayan dengan Mengembangkan Potensi UMKM di Era Digitalisasi. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/budimas.v7i2.17542>
- Samanto, H., Fitria, T. N., Sumadi, S., Tho'in, M., Pratiwi, J., Azizah, K. A., & Damayanti, P. A. (2024). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Sederhana Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Mulur. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1). <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/12120>