Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)
Volume 7 No 1, Maret 2026
E-ISSN: 2722-0044 https://doi.org/10.52060/jppm.v7.i1.3832

Pengembangan Ekonomi Kreatif Produk Batik Gandusari Melalui Green Marketing Menuju Industri Ramah Lingkungan

Wuryan Andayani[1], Endra Yuafanedi Arifianto[2], Sri Wardhani[3], Edriana Pangestuti[4], Sri Palupi Prabandari [5]
Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya[1,4,5]
Teknik Industri, Universitas Brawijaya, Indonesia[2]
Kimia MIPA Universitas Brawijaya, Indonesia[3]
Email: [1)]andayani@ub.ac.id,[2]endra@ub.ac.id, [3] wardhani@ub.ac.id, [5]palupi@ub.ac.id

ABSTRAK

Produk batik Nimas Sekarsari Gandusari Kabupaten Blitar memiliki permasalahan dalam penyusunan akuntansi keuangan, penentuan harga pokok penjualan, perhitungan laba dan manajemen keuangan. Permasalahan lain adalah dalam aspek pemasaran batik, mitra masih memiliki jangkauan pemasaran yang terbatas di sekitar Kabupaten Blitar. Adanya permasalahan tersebut menyebabkan mitra perlu mendapatkan pendampingan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra. Metode yang dilakukan adalah memberi pelatinan akuntansi dan keuangan, penentuan harga pokok penjualan, pelatihan menghitung laba, pelatihan menentukan investasi dan pelatihan manajemen keuangan. Pendampingan dilakukan adalah peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu dengan mengajarkan membuat katalog dan melakukan pemasaran di Instagram. Hasil pelatihan dan pendampingan dengan melakukan pemasaran di Instagram, jangkauan pemasaran menjadi lebih luas. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memonitor bahwa setelah pelatihan dan pendampingan, Mitra mengalami peningkatan laba sekitar 20%. Program Doktor Mengabdi ini berkontribusi untuk 1). Mendukung SDGs, Desa Tanpa Kemiskinan, mendorong Masyarakat desa memiliki kemandirian ekonomi menjadi wirausaha batik, 2). melaksanakan RENSTRA Pengabdian Universitas Brawijaya tahun 2021-2025 yaitu Pemberdayaan Masyarakat, 3). Terkait Social and Economic Resilience, yaitu pengembangan UMKM, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan pelestarian budaya local, 4). IKU 2, mahasiswa mendapat pengalaman di Luar Kampus yaitu rekognisi PKM 4 SKS, 5). memenuhi IKU 3, Dosen Berkegiatan di luar Kampus, 6). menciptakan kepastian manajemen usaha, memperkuat branding produk, serta memperluas jangkauan pemasaran hijau dan ramah lingkungan.

Kata Kunci : Batik Nimas Sekarsari, SDG, pemasaran hijau

ABSTRACT

Batik Nimas Sekarsari, a small business located in Gandusari, Blitar Regency, faces several challenges regarding financial accounting, Cost of Goods Sold (COGS) determination, profit calculation, and financial management. Additionally, the business encounters marketing limitations, with its reach currently restricted to the Blitar Regency area. To address these issues, comprehensive assistance and mentoring were required. The methods employed included training sessions on financial accounting, COGS determination, profit calculation, investment strategies, and financial management. Furthermore, Human Resource (HR) development was enhanced by training the partners in digital catalog creation and Instagram marketing. The results indicate that the utilization of Instagram marketing significantly expanded the business's market reach. Monitoring and evaluation demonstrated that following the training and mentoring sessions, the partner experienced a profit increase of approximately 20%. This Doctoral Service Program (Doktor Mengabdi) contributes to several key areas: 1) Supporting the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically "No Poverty," by fostering rural economic independence through batik entrepreneurship; 2) Implementing the Universitas Brawijaya Community Service Strategic Plan (RENSTRA) 2021–2025 concerning Community Empowerment; 3) Strengthening Social and Economic Resilience through MSME development, local economic capacity building, and cultural preservation; 4) Achieving Key Performance Indicator (IKU) 2 by providing students with off-campus experience (recognized as a 4-credit PKM); 5) Fulfilling IKU 3 through lecturers' off-campus activities; and 6) Establishing business management certainty, strengthening product branding, and expanding the reach of eco-friendly green marketing.

Keywords: *Batik Nimas Sekarsari, SDG, Green Marketing.*

PENDAHULUAN

Keberlanjutan lingkungan menjadi perhatian global dan nasional karena dampak yang meningkat terhadap ekosistem dalam aktivitas manusia. Perubahan iklim, pencemaran lingkungan dan eksploitasi sumber daya alam yang dilakukan terus menerus, mendorong timbulnya konsep green economy sebagai strategi untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dengan kelestarian lingkungan

How to cite; Andayani, W., Yuafanedi Arifianto, E., Wardhani, S., Pangestuti, E., & Palupi Prabandari, S. (2026). Pengembangan Ekonomi Kreatif Produk Batik Gandusari Melalui Green Marketing Menuju Industri Ramah Lingkungan. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, *7*(1), 197-206. https://doi.org/10.52060/jppm.v7.i1.3832

This work is licensed under a Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional license

(Afnina et al., 2025). Produk dengan pendekatan green marketing menjadi produk yang unik secara lokal dan ramah lingkungan (Biswas & Roy, 2015). Keberhasilan green marketing merupakan kemampuan Masyarakat dalam mengemas dan mempromosikan produk ramah lingkungan. Produk ramah lingkungan merupakan bagian gaya hidup yang sehat dan berkelanjutan (Dangelico & Vocalelli, 2017).Saat ini, UMKM harus bisa menciptakan produk yang diminati oleh konsumen dan dapat bersaing di pasar (Patabang et al., 2025).

Pendekatan pemasaran kewirausahaan (*entrepreneurial marketing*) memanfaatkan perspektif gambaran besar dan berfokus pada pendekatan kreatif terhadap inovasi, manajemen risiko, pemanfaatan sumber daya dan penciptaan nilai. Istilah ini menggambarkan serangkaian Tindakan dan respons yang dapat diterapkan oleh UMKM (Becherer et al., 2008). Beverland & Lockshin (2004) mendefinisikan pemasaran kewirausahaan sebagai tindakan efektif atau adaptasi teori pemasaran untuk kebutuhan unik usaha kecil. Tindakan efektif ini secara bersamaan mengatasi berbagai isu peluang, inovasi, risiko dan kendala sumber daya.

Program Doktor Mengabdi Universitas Brawijaya dilaksanakan dengan semangat untuk mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs). Salah satu semangat SDGs tersebut adalah indicator Desa Tanpa Kemiskinan, yaitu dengan melaksanakan kegiatan Pemberdayaan kepada Masyarakat dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Gandusari, Kabupaten Blitar. Fokus utama kegiatan ini Adalah pada Kelompok Usaha Bersama Sekarsari sebagai produsen Batik Gandusari yang memiliki potensi besar dalam menggerakkan ekonomi lokal.

Permasalahan Mitra adalah pertama, aspek manajemen usaha batik, mitra masih memerlukan pengembangan dalam penyusunan akuntansi keuangan, penentuan harga pokok penjualan, laba, investasi dan manajemen keuangan. Kedua, aspek pemasaran batik, mitra masih memiliki jangkauan pemasaran yang terbatas hanya di sekitar Kabupaten Blitar, sehingga memerlukan pendampingan supaya bisa meningkatkan penjualan ke luar kabupaten.

Program ini bertujuan untuk pertama, melaksanakan semangat SDGs, khususnya Desa Tanpa Kemiskinan dengan mendorong Masyarakat desa memiliki kemandirian ekonomi dengan menjadi wirausaha di sektor ekonomi kreatif produksi batik. Kedua, melaksanakan RENSTRA Pengabdian Universitas Brawijaya periode tahun 2021-2025 meliputi Bidang Unggulan dan Tema Unggulan yaitu Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Ekonomi khususnya pengembangan ekonomi di Desa Gandusari Kecamatan Gandusari Kabupaten Blitar. Ketiga, melaksanakan tema doktor mengabdi tahun 2025 terkait Social and Economic Resilience, yaitu dengan meningkatkan ketahanan sosial dan ekonomi Masyarakat melalui pengembangan UMKM, penguatan kapasitas ekonomi local, dan pelestarian budaya local sebagai asset ekonomi kreatif.

Keempat, memenuhi IKU 2, mahasiswa mendapat pengalaman di Luar Kampus yaitu rekognisi PKM 4 SKS. Kelima, memenuhi IKU 3, Dosen Berkegiatan di luar Kampus. Keenam, untuk menciptakan kepastian manajemen usaha, memperkuat branding produk, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui penerapan konsep green marketing memiliki kemandirian ekonomi Masyarakat desa.

Batik Nimas Sekarsari berlokasi di Dusun Mandingasem, RT.02/RW.01, Mandingasem, Gandusari, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Batik Nimas Sekarsari bergerak di bidang pembuatan atau memproduksi kain batik tulis dan batik Cap (printing) dengan motif tradisional maupun kontemporer. Aspek manajemen usaha batik perlu pendampingan dalam aspek pemasaran batik, penyusunan keuangan, penentuan harga pokok penjualan, penentuan laba, manajemen keuangan dan investasi.

Doktor Mengabdi yang dilakukan di Batik Nimas Sekarsari bertujuan untuk mengembangkan ekonomi kreatif batik Nimas Sekarsari Gandusari dengan melakukan Green Marketing dan menciptakan Industri ramah lingkungan. Ekonomi kreatif bertujuan mengembangkan potensi kreatif batik Nimas Sekarsari untuk menciptakan produk bernilai tambah tinggi. Ekonomi kreatif berarti memanfaatkan ide, kreativitas dan pengetahuan untuk menciptakan produk batik yang memberikan nilai tambah, dan berkelanjutan.

Ekonomi kreatif Batik Nimas Sekarsari diharapkan bisa memberikan ide untuk green marketing dengan melakukan desain produk inovatif seperti produk batik bisa memberikan nilai estetik untuk baju, blangkon, dan scarf. Hibah Doktor yang dilakukan oleh Dosen Universitas Brawijaya adalah untuk membantu UMKM Batik Nimas Sekarsari untuk memperoleh ide atau gagasan, pengetahuan dan kreativitas dalam mengembangkan usaha Batik. Batik Nimas Sekarsari juga didorong pengembangan produk dan layanan baru, seperti menciptakan motif batik yang estetis dengan

pewarnaan alami untuk bisa mendaur ulang materi dan mengurangi limbah batik.

Batik Nimas Sekarsari juga didorong untuk menciptakan nilai tambah dari bahan yang sebelumnya dianggap limbah, mengubah menjadi produk bernilai seni, dan memiliki nilai tambah. Selain didorong untuk menciptakan nilai tambah, Batik Nimas Sekarsari juga didorong untuk melakukan kolaborasi dengan mitra seperti dengan desainer, seniman dan komunitas lokal untuk mempromosikan produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab.

Batik Nimas Sekarsari juga diperkenalkan dengan green marketing atau pemasaran hijau yang melibatkan promosi produk dan layanan akan kesadaran untuk peduli lingkungan. Batik Nimas Sekarsari bisa sadar lingkungan adalah cara mengkomunikasikan bisnis untuk upaya keberlanjutan. Kesadaran terhadap lingkungan bertujuan untuk menciptakan transparansi dan kredibilitas dari konsumen. Dengan demikian konsumen akan mendapatkan edukasi bahwa konsumen juga memiliki kesadaran terhadap lingkungan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan mencakup tiga tahapan sebagai berikut:

1. Persiapan dan Identifikasi permasalahan mitra
   Tim Doktor Mengabdi mengunjungi mitra dan melakukan identifikasi masalah mitra. Pada tahap ini, tim Doktor Mengabdi mengidentikasi permasalahan mitra yaitu pertama, mitra belum memahami akuntansi keuangan dan belum Menyusun laporan keuangan. Mitra perlu pengembangan dalam penyusunan akuntansi keuangan, penentuan harga pokok penjualan, laba, investasi dan manajemen keuangan. Kedua,

   aspek pemasaran batik. Kedua, mitra masih memiliki jangkauan pemasaran yang terbatas hanya di sekitar Kabupaten Blitar, sehingga memerlukan pendampingan supaya bisa meningkatkan penjualan ke luar kabupaten
2. Pelatihan, pendampingan dan penerapan teknologi
   Pelatinan yang diberikan adalah pelatihan akuntansi dan keuangan, penentuan harga pokok penjualan, pelatihan menghitung laba, pelatihan menentukan investasi dan pelatihan manajemen keuangan. Pendampingan dilakukan adalah peningkatan Sumber Daya Manusia yaitu melatih melakukan pemasaran di Instagram.
3. Monitoring dan evaluasi kegiatan
   Peningkatan Sumber Daya Manusia dengan mengajarkan pembuatan pemasaran di Instagram, jangkauan pemsaran menjadi lebih luas. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memonitor bahwa setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, Mitra mengalami peningkatan laba sekitar 20%.

Solusi yang diterapkan Adalah sebagai berikut:

1. Pendampingan
   Pendampingan dilakukan untuk menanyakan permasalah yang ada di mitra, kemudian dicarikan Solusi penanganan masalah yang ada di mitra. Solusi yang dilakukan adalah memberi pelatihan peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM).
2. Kegiatan Pelatihan
   Memberikan pelatihan akuntansi dan keuangan, penentuan harga pokok penjualan (HPP), pelatihan menghitung Laba, pelatihan menentukan investasi dan pelatihan mengenai manajemen keuangan.
3. Aspek Pemasaran adalah membantu membuatkan katalog
   Menyusun katalog produk Batik Gandusari, memberi pelatihan dan membuatkan media sosial Batik Gandusari dan Inkubasi Bisnis Bersama DIKST. Tim Doktor Mengabdi melakukan foto produk dan perancangan strategi green marketing yang diwujudkan melalui pembuatan katalog, digital, mengoptimalkan media sosial dan pendampingan pendaftaran merek dagang serta HKI motif batik Nimas Sekarsari Gandusari.

Tabel 1. Permasalah Mitra dan Solusi

No.	Permasalahan	Solusi
1.	Aspek Manajemen Usaha Perlu pendampingan penyusunan akuntansi keuangan, penentuan harga pokok penjualan, laba, manajemen keuangan dan investasi	Solusi 1: Pelatihan Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) a. Pelatihan penyusunan akuntansi keuangan usaha b. Pelatihan penentuan harga pokok penjualan (HPP) Batik Gandusari c. Pelatihan menghitung laba d. Pelatihan perhitungan investasi e. Peltihan manajemen keuangan
2.	Aspek Pemasaran, Pemasaran terbatas di Kabupaten Blitar	Solusi II: Merancang konsep *Green Marketing* a. Menyusun katalog produk batik Gandusari b. Pelatihan dan membuatkan media sosial Batik Gandusari c. Inkubasi Bisnis Bersama DIKST

Tabel 2. Target Luaran dan Indikator

No.	Target Luaran	Indikator
1.	a. Adanya akuntansi keuangan usaha Batik Gandusari b. HPP baru setiap model Batik Gandusari c. Presentase laba setiap modal batik d. Rencana investasi dan pengembangan usaha batik selama tiga tahun ke depan yang diusulkan/ditarget mitra	a. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang akuntansi, HPP, laba, investasi dan manajemen keuangan di lihat dari hasil post test yang lebih baik nilainya b. E-Book materi
2.	a. Adanya katalog produk Batik Gandusari dengan pemasaran ramah lingkungan b. Adanya akun media sosial yang mengdukasi produk Batik Gandusari yang ramah lingkungan c. Terdaftarnya mitra menjadi binaan DIKST UB. Adanya merek dagang HKI motif batik yang terdaftar. d. Hasil kajian potensi sebagai tujuan wisata ekonomi kreatif	a. Katalog dipublikasikan b. Sosial media memiliki pengikut/follower c. Merk dagang didaftarkan d. Motif batik orisinal e. Database perizinan usaha yang sudah ada f. Mapping wisata ekonomi kreatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan pada UMKM Batik Nimas Sekarsari yang dilaksanakan di Kecamatan Gandusar, Kabupaten Blitar menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi mitra mencakup pengelolaan keuangan, penentuan harga pokok penjualan, perhitungan laba, serta strategi pemasaran. Kondisi tersebut menggambarkan keberlanjutan usaha batik tradisional yang berpengaruh ke kapasitas manajerial dan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku usaha. Pendekatan yang dilaksanakan melalui pelatihan akuntansi, manajemen keuangan, perhitungan harga pokok penjualan, analisis laba, dan strategi investasi mampu meningkatkan pemahaman mitra dalam mengelola usaha lebih sistematis dan profesional. Selain itu, pendampingan pemasaran digital melalui pembuatan katalog produk dan pemanfaatan media sosial, seperti instagram yang signifikan terhadap memperluas jaringan pasar. Hasil monitoring menunjukkan adanya peningkatan laba sebesar 20% yang mencerminkan efektivitas program dalam meningkatkan kinerja ekonomi UMKM Batik.

1. Kontribusi terhadap Pencapaian SDGs (Desa Tanpa Kemiskinan)

Kecamatan Gandusari merupakan wilayah dengan potensi ekonomi kreatif berbasis batik, namun sebagian pelaku usaha masih berada dalam skala mikro dengan keterbatasan modal, manajemen, dan akses pasar. Kondisi tersebut menyebabkan usaha batik di Gandusari belum secara optimal berkontribusi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui program pendampingan, pelaku UMKM Batik Nimas Sekarsari memperoleh peningkatan kemampuan dalam pengelolaan keuangan usaha, penentuan harga jual yang kompetitif, dan perencanaan usaha yang berorientasi pada keuntungan berkelanjutan. Peningkatan laba sebesar 20% menunjukkan bahwa UMKM Batik di Gandusari mulai berkembang menuju kemandirian ekonomi. Dampak ini relevan dengan konsep SDGs, khususnya pada pengentasan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja lokal, dan peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Dengan ini, program pengabdian kepada masyarakat berkontribusi pada transformasi UMKM Batik Gandusari dari usaha tradisional menjadi usaha yang lebih produktif dan bersaya saing tinggi.

2. **Implementasi RENSTRA Pengabdian Universitas Brawijaya (Tahun 2021-2025)**
   Program pengabdian ini sejalan dengan RENSTRA Pengabdian Universitas Brawijaya tahun 2021-2025 yang menekankan pada pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Batik sebagai identitas budaya di Kecamatan Gandusari, Kabupaten Blitar menjadi pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Pendampingan yang dilakukan kepada masyarakat bersifat partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif, berkelanjutan melalui monitoring dan evaluasi, serta adaptif yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Masyarakat di Kecamatan Gandusari, Kabupaten Blitar melakukan pemberdayaan tidak hanya berarti peningkatan keterampilan secara teknis, melainkan merubah pola pikir perilaku UMKM dari orientasi produksi menuju orientasi manajemen dan pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa program pengabdian tidak hanya menyalurkan pengetahuan, melainkan membangun kapasitas kelembagaan UMKM Batik di daerah.
3. **Penguatan Social and Economic Resilience**
   UMKM Batik di Gandusari memiliki peran strategis dalam menjaga ketahanan sosial dan ekonomi masyarakat lokal. Usaha batik cenderung bersifat informal dengan pencatatan keuangan yang sederhana dan pemasaran terbatas pada pasar lokal. Melalui program pengabdian ini, kapasitas ekonomi lokal diperkuat melalui sistem manajemen usaha yang lebih tertata, jaringan pemasaran yang diperluas melalui media digital, dan keberlanjutan usaha batik meningkat. Selain itu, program ini memperkuat ketahanan sosial melalui pelestarian budaya batik lokal di Kabupaten Blitar. Batik tidak hanya dijadikan produk ekonomi, melainkan simbol identitas budaya masyarakat Gandusari. Hal ini menjadikan instrumen penting dari UMKM batik dalam membangun ketahanan ekonomi dan sosial masyarakat Kabupaten Blitar.
4. **Kontribusi terhadap IKU 2 (Pengalaman Mahasiswa di Luar Kampus)**
   Keterlibatan masyarakat dalam program pengabdian di Gandusari memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan berbasis studi kasus nyata dilapangan. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pendamping, tetapi sebagai agen perubahan dalam pengembangan UMKM batik. Mahasiswa terlibat dalam penyusunan laporan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi dan harga jual, pembuatan katalog produk batik, dan strategi pemasaran digital melalui media sosial (Instagram). Pengalaman ini memberikan mahasiswa pemahaman serta dinamika UMKM didaerah Gandusari dengan mengintegrasikan teori yang dipelajari selama di bangku kuliah dengan praktik lapangan. Hal ini sejalan dengan IKU 2, yaitu mahasiswa memperoleh pengalaman belajar di luar kampus yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dunia usaha.
5. **Kontribusi terhadap IKU 3 (Dosen Berkegiatan di Luar Kampus)**
   Dosen berperan sebagai fasilitator, mentor, dan problem solver dalam program pengabdian ini. Dalam konteks UMKM Batik Nimas Sekarsari, dosen tidak hanya memberikan pelatihan, melainkan melakukan analisis kebutuhan mitra dan merancang solusi sesuai dengan kondisi masyarakat. Peran dosen meliputi perancangan modul pelatihan akuntansi dan manajemen keuangan, pendampingan implementasi sistem pencatatan keuangan, serta evaluasi dampak program terhadap kinerja usaha mitra. Keterlibatan dosen dalam kegiatan pengabdian di Gandusari menunjukkan implementasi nyata tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam mengintegrasikan keilmuan akademik dengan kebutuhan masyarakat.
6. **Penguatan Manajemen Usaha, Branding, dan Pemasaran Hijau**
   Sebelum adanya pendampingan ini, UMKM Batik Nimas Sekarsari belum memiliki sistem manajemen usaha yang terstruktur. Penentuan harga jual dilakukan secara intuitif, tanpa perhitungan biaya produksi yang akurat. Branding produk juga belum terbentuk secara jelas, sehingga daya saing produk batik relatif rendah. Aspek Manajemen Usaha, mitra diajarkan mengenai penyusunan akuntansi keuangan usaha Batik Gandusari, menghitung HPP baru setiap model Batik Gandusari, menghitung persentase Laba setiap model batik dan merencanakan investasi serta pengembangan usaha batik selama tiga tahun ke depan yang diusulkan atau yang ditargetkan Mitra. Indikator Capaian Adalah peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang akuntansi, keuangan, HPP, Laba, Investasi dan Manajemen Keuangan di lihat dari hasil post test yang lebih baik nilaian. Mitra juga dibuatkan materi E-Book tentang Panduan akuntansi dan keuangan. Aspek pemasaran, karena pemasaran Mitra masih terbatas di wilayah Kabupaten Blitar, maka mitra dibantu untuk membuatkan katalog produk Batik Gandusari yang merupakan pemasaran ramah lingkungan. Mitra juga dibuatkan pemasaran melalui media sosial yang

mengedukasi produk Batik Gandusari yang ramah lingkungan. Selain itu Mitra didaftarkan sebagai Binaan DIKST Universitas Brawijaya. Adanya merek dagang KHI motif batik yang terdaftar. Dibuatkan hasil kajian potensi sebagai tujuan wisata ekonomi kreatif. Indikator Capaian adalah pertama, Pembuatan katalog yang dipublikasikan. Pembuatan sosial media dan mencarikan follower, pendaftaran merek dagang, pembuatan motif batik yang orisinal, database perizinan usaha yang sudah ada dan mapping wisata ekonomi kreatif. Hasil penerapan green marketing menunjukkan:

a. Peningkatan signifikan pada kesadaran mitra terhadap pentingnya praktik usaha ramah lingkungan, seperti penggunaan pewarna alami dan pengelolaan limbah batik secara mandiri.
b. Penjualan produk meningkat berkat promosi digital dan pengemasan yang lebih menarik dengan konsep hijau.
c. Peningkatan kemampuan pencatatan keuangan dan efisiensi biaya produksi turut memperkuat daya saing usaha.
d. Penerapatan green marketing pada Batik Nimas Sekarsari Gandusari terbukti efektif dalam meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pasar dan mewujudkan industry kreatif yang berkelanjutan.

Mitra juga diajarkan membuat Katalog Produk yang terlampir pada **gambar 1.**



Gambar 1. Katalog Batik Nimas Sekarsari

Mengenai Batik yang diproduksi dan harga masing-masing produk sebagai berikut:

a. Di dalam foto terlihat produk Blangkon dengan berbagai pilihan warna ada kuning, merah, hitam dan merah bata dengan berbagai motif, diberi harga Rp 150.000.



Gambar 2. Blankon

b. Baju Atasan Batik untuk wanita dengan berbagai motif, diberi harga Rp 160.000 dan Harga kain batik tulis dengan berbagai motif, diberi harga sekitar Rp 700.000.



Gambar 3. Baju Atasan Batik Wanita

c. Harga kain Batik Cap dengan berbai motif sekitar Rp 250.000 dan Rp 300.000.



Gambar 4. Kain Batik Cap



Gambar 5. Kain Batik

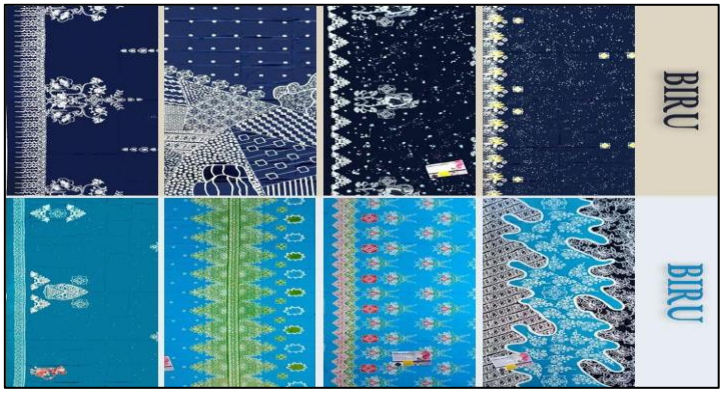
d. Harga Udeng dengan berbagai motif, diberi harga sekitar Rp 75.000 dan harga

syal batik sekitar Rp 40.000.

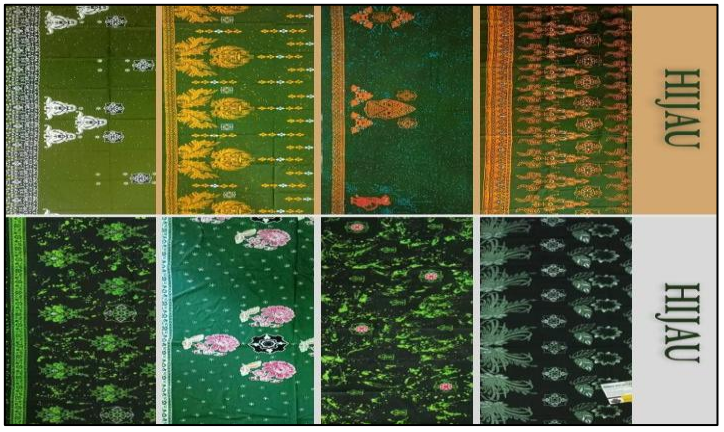


Gambar 5. Udeng dan Syal Batik

Produk Batik yang dibuat oleh UMKM Batik Nimas Sekarsari di Gandusari, Kabupaten Blitar menghasilkan beragam jenis motif yang unik dan menarik. Berbagai motif yang beragam memberikan peluang besar untuk usaha ini dapat berkembang dan mencapai aspek keberlanjutan. Hasil batik yang telah dibuat terlampir pada **gambar 6** dan **gambar 7.**



Gambar 6. Hasil Batik Motif



Gambar 7. Hasil Batik Motif

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Batik Nimas Sekarsari di Kecamatan Gandusari, Kabupaten Blitar berhasil meningkatkan kapasitas manajerial, keuangan, dan pemasaran mitra usaha. Permasalahan awal berupa keterbatasan dalam penyusunan akuntansi keuangan, penentuan harga pokok penjualan, perhitungan laba, manajemen keuangan, serta jangkauan pemasaran yang sempit dapat diatasi melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur dan berkelanjutan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu menerapkan sistem pencatatan keuangan sederhana, menghitung harga pokok penjualan secara akurat, serta merencanakan pengelolaan keuangan dan investasi usaha secara lebih sistematis. Pendampingan pemasaran digital melalui pembuatan katalog produk dan pemanfaatan media sosial (Instagram) terbukti efektif dalam memperluas jaringan pasar dan meningkatkan daya saing produk batik lokal. Dampak ekonomi yang nyata ditunjukkan oleh peningkatan laba usaha mitra sebesar 20% setelah program pendampingan dilaksanakan.

Program Doktor Mengabdi ini bisa menjadi model replikasi bagi pengembangan ekonomi kreatif ramah lingkungan di wilayah pedesaan lainnya guna mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa untuk pencapaian tujuan SDGs yaitu mengurangi Tingkat kemiskinan. Batik Nimas Sekarsari di Gandusari Kabupaten Blitar, telah dibuatkan E- Book Panduan Akuntansi dan Keuangan untuk menjalankan usahanya. Batik Gandusari dibuatkan Katalog Produk Batik yang bisa dimanfaatkan untuk konsumen yang datang ke Lokasi usaha Batik Gandusari. Selain itu, juga dibuatkan media sosial Instagram untuk memposting foto-foto produk Batik Gandusari.

PERSANTUNAN

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Brawijaya dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan Doktor Mengabdi dan telah memberikan dana kepada kami berdasarkan no kontrak berikut 00737.16/UN10.A0501/B/PT.01.03.2/2025.

REFERENSI

Afnina, Yulina Astuti, Nurlaila Hanum, Krisniawati, & Susanti. (2025). Edukasi Green Marketing untuk Meningkatkan Kesadaran Konsumen terhadap Produk Ramah Lingkungan dalam Upaya Mendukung Kesehatan Lingkungan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *4*(1), 6909–6918. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2670

Becherer, R. C., Haynes, P. J., & Helms, M. M. (2008). An Exploratory Investigation of Entrepreneurial Marketing in SMEs: The Influence of The Owner/Operator.

Beverland, M., & Lockshin, L. S. (2004). Crafting a competitive advantage: Tempering entrepreneurial action with positioning-based values. *Qualitative Market Research: An International Journal*, *7*(3), 172–182. https://doi.org/10.1108/13522750410540182

Biswas, A., & Roy, M. (2015). Green products: An exploratory study on the consumer behaviour in emerging economies of the East. *Journal of Cleaner Production*, *87*(1), 463–468. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.09.075

Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. In *Journal of Cleaner Production* (Vol. 165, pp. 1263–1279). Elsevier Ltd. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.184

Patabang, A., Sanistasya, P. A., Arsyad, A. W., & Hikmah, M. (2025). *Social, Humanities, and Educational Studies SHEs: Conference Series 8 (2) (2025) 458-472 Pemasaran Kewirausahaan dan Inovasi Hijau Terhadap UMKM Keberlanjutan: Pendekatan Analisis SWOT dan Uji Litmus*. https://doi.org/10.20961/shes.v8i2.105139

Introduction to the History of Palembang's Culinary Specialties (Martabak Har) to Students of Muhammadiyah 3 Senior High School Palembang