

Peningkatan Daya Saing Womenpreneur Batik melalui Inovasi, Ekspor, dan Pemasaran Digital UMKM Gerai Kembang Setaman Pekanbaru

Jeki Algusri^{1*}, Siti Hanifa Sandri², Hendri Ali Ardi³, Gevan Alfarizal⁴,
Shalihah Azizah Fathiyyah⁵

¹²³⁴⁵Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau
Email: jekialgusri@umri.ac.id

Article history

Received : 23/5/2025

Revised : 20/6/2025

Accepted : 22/6/2025

Published: 30/6/2025

Abstrak

Peran perempuan dalam sektor UMKM, khususnya dalam industri batik, menjadi tonggak penting dalam pembangunan ekonomi lokal sekaligus pelestarian budaya. Namun, womenpreneur batik masih menghadapi tantangan besar dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam aspek inovasi produk, tata kelola administrasi ekspor, dan strategi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing womenpreneur batik di Gerai Kembang Setaman, Kelurahan Tirta Siak, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, melalui pelatihan, pendampingan, dan implementasi langsung pada tiga aspek utama tersebut. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, wawancara, focus group discussion (FGD), dan pelatihan praktis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa inovasi produk seperti pengembangan motif lokal dan teknik ecoprint meningkatkan nilai tambah produk. Perbaikan tata kelola administrasi ekspor mendorong efisiensi dan kesiapan pasar global, sementara optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce secara signifikan meningkatkan jangkauan pasar. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kapasitas usaha dan motivasi womenpreneur dalam bersaing di era digital.

Kata kunci: Meningkatkan daya saing, inovasi produk, pemasaran digital

Abstract

This community service activity aims to enhance the competitiveness of batik womenpreneurs at Gerai Kembang Setaman, located in Tirta Siak Subdistrict, Payung Sekaki District, Pekanbaru City, through training, mentoring, and direct implementation in these three key aspects. The methods used include field observation, interviews, focus group discussions (FGDs), and hands-on training. The results of the activity show that product innovations such as the development of local patterns and ecoprint techniques increase product value-added. Improvements in export administrative governance encourage efficiency and readiness for the global market, while the optimization of digital marketing through social media and e-commerce significantly expands market reach. This activity has had a positive impact on business capacity and the motivation of womenpreneurs to compete in the digital era.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar adalah industri batik, yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi tinggi tetapi juga mengandung nilai budaya dan identitas lokal. Di balik pesatnya pertumbuhan industri batik, peran womenpreneur atau perempuan wirausaha menjadi sangat sentral. Mereka tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi agen pelestari budaya dan pemberdaya komunitas (Kemenkop UKM, 2021; Saraswati & Prasetyo, 2020).

Namun, womenpreneur batik masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan teknis, seperti keterbatasan dalam menciptakan inovasi produk, lemahnya pemahaman dalam tata kelola administrasi ekspor, serta keterbatasan dalam mengakses pasar melalui teknologi digital. Di tengah era globalisasi dan transformasi digital, tantangan ini justru dapat diubah menjadi peluang jika dilakukan intervensi yang tepat.

Strategi pemasaran yang efektif dan inovasi yang berkelanjutan menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar modern. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran strategis yang terarah dapat meningkatkan visibilitas merek dan menarik minat konsumen baru. Selain itu, inovasi, baik dalam produk maupun proses bisnis, merupakan faktor kritis yang dapat memberikan nilai tambah dan membedakan suatu produk di pasar (Porter, 1998).

Gerai Kembang Setaman yang berlokasi di Kelurahan Tirta Siak, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru merupakan salah satu komunitas womenpreneur batik yang secara konsisten memproduksi dan memasarkan batik khas lokal. Meskipun demikian, agar produk mereka mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional, diperlukan penguatan kapasitas dalam tiga aspek utama, yaitu inovasi produk, administrasi ekspor, dan strategi pemasaran digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini berupaya menjawab permasalahan mengenai bagaimana meningkatkan inovasi produk batik agar memiliki nilai tambah dan daya tarik pasar, bagaimana memperkuat tata kelola administrasi ekspor agar womenpreneur lebih siap memasuki pasar internasional, serta bagaimana menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif dalam memperluas pasar batik. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi produk batik melalui pelatihan desain dan pengembangan produk, memperkuat kapasitas womenpreneur dalam tata kelola administrasi ekspor melalui pelatihan dan digitalisasi dokumen, serta mengoptimalkan pemanfaatan media digital dalam memasarkan produk batik ke pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing womenpreneur batik Gerai Kembang Setaman, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional..

METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Gerai Kembang Setaman yang beralamat di Jalan Sekolah, No 10 Kelurahan Tirta Siak kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam program ini adalah Participatory Action Research (PAR), di mana komunitas mitra dilibatkan secara aktif sejak tahap identifikasi hingga evaluasi. (McTaggart, 1991). Lokasi kegiatan berfokus di Gerai Kembang Setaman, dengan partisipasi aktif dari 15 orang womenpreneur dalam hal ini Observasi dan Wawancara langsung dilakukan terhadap proses produksi, manajemen usaha, serta praktik pemasaran. Wawancara mendalam dengan pelaku usaha digunakan untuk menggali tantangan dan harapan mereka. Pada Pelatihan dan Pendampingan ini dilaksanakan pada kami 10 Mei 2025 memfokuskan pada tiga aspek yaitu Inovasi produk pelatihan teknik ecoprint dan desain kontemporer, Administrasi Ekspor yaitu workshop dalam menyusun dokumen ekspor seperti invoice, packing list, serta simulasi ekspor menggunakan OSS terakhir Pemasaran Digital yaitu Optimalisasi Instagram bisnis, penggunaan shopee, dan tokopedia serta pembuatan website katalog produk .Partisipatif Evaluasi dilakukan melalui kuisisioner, FGD, dan perbandingan data sebelum dan sesudah program. Indikator evaluasi mencakup peningkatan variasi produk, kemajuan administrasi ekspor, dan pertumbuhan jangkauan pemasaran digital.

Tahapan kegiatan dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal dilakukan koordinasi dengan mitra UMKM Gerai Kembang Setaman untuk mengidentifikasi kebutuhan, permasalahan, serta potensi yang dimiliki. Kegiatan ini meliputi survei lapangan, wawancara dengan womenpreneur, serta pemetaan masalah utama terkait inovasi produk, tata kelola administrasi ekspor, dan pemasaran digital. Hasil pemetaan tersebut menjadi dasar perancangan modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

2. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui workshop, pelatihan, dan praktik langsung dengan rincian sebagai berikut:

- a. Pelatihan inovasi produk batik, mencakup pengembangan desain motif, penggunaan kombinasi warna, serta pemanfaatan bahan ramah lingkungan untuk meningkatkan nilai tambah produk.
- b. Pelatihan administrasi ekspor, meliputi tata cara pengurusan dokumen ekspor, pengenalan sistem digitalisasi dokumen, serta simulasi proses ekspor sederhana agar womenpreneur memahami prosedur masuk ke pasar internasional.
- c. Pelatihan pemasaran digital, berupa pendampingan dalam pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, pemanfaatan marketplace, serta strategi branding agar produk lebih dikenal oleh konsumen luas.

3. Tahap Implementasi

Setelah pelatihan, womenpreneur mitra didorong untuk langsung mengaplikasikan hasil pelatihan dalam usaha mereka. Pada tahap ini, dilakukan pendampingan intensif untuk memastikan setiap peserta mampu mempraktikkan keterampilan baru, seperti membuat desain batik inovatif, menyusun dokumen ekspor, serta mengelola akun media sosial untuk pemasaran produk.

4. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan. Evaluasi mencakup aspek kreativitas desain produk, pemahaman administrasi ekspor, dan keterampilan pemasaran digital. Monitoring juga dilakukan untuk melihat keberlanjutan implementasi program serta dampaknya terhadap peningkatan daya saing womenpreneur batik Gerai Kembang Setaman.

5. Tahap Refleksi dan Tindak Lanjut

Pada tahap akhir, dilakukan refleksi bersama mitra untuk menilai keberhasilan program serta mengidentifikasi aspek yang masih perlu ditingkatkan. Hasil refleksi menjadi dasar untuk penyusunan program lanjutan, baik berupa pendampingan intensif maupun kolaborasi dengan pemangku kepentingan lain, sehingga penguatan daya saing UMKM batik dapat terus berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas womenpreneur batik di Gerai Kembang Setaman, Kelurahan Tirta Siak, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru. Pada tahap awal identifikasi masalah kebutuhan melalui diskusi partisipatif dengan womenpreneur batik untuk memetakan kendala utama: administrasi ekspor, dokumen legalitas, serta keterbatasan pemasaran digital. Survei singkat mengenai kemampuan digital dan pengalaman ekspor. Selanjutnya dilakukan perencanaan bersama menentukan focus pelatihan dan menyusun jadwal kegiatan berdasarkan kebutuhan peserta terakhir pelaksanaan pelatihan mulai dari Pengenalan prosedur ekspor dan tata kelola dokumen (invoice, packing list, COO, perizinan ekspor), Simulasi penyusunan dokumen ekspor, Pemasaran digital dasar (branding, konten kreatif, fotografi produk) dan Strategi pemasaran lanjutan (SEO, marketplace internasional, iklan digital). serangkaian pelatihan yang dirancang secara partisipatif, peserta mampu mengembangkan produk-produk batik dengan inovasi yang menggabungkan unsur lokal dengan sentuhan modern, menjadikannya lebih relevan dengan pasar saat ini.

Salah satu pencapaian utama adalah keberhasilan dalam menciptakan motif batik baru yang merepresentasikan kekayaan budaya lokal, seperti motif daun saga yang merupakan tanaman khas Pekanbaru. Motif ini tidak hanya memperkuat identitas lokal, tetapi juga memiliki nilai jual yang tinggi karena belum banyak dieksplorasi oleh produsen batik lainnya. Selain itu, pengenalan dan praktik teknik *ecoprint* dengan bahan alami turut menambah nilai estetika dan keberlanjutan dari produk yang dihasilkan. Inovasi ini memberi diferensiasi produk yang kuat, yang menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar. Dari sisi desain, penerapan gaya kontemporer dan minimalis pada produk batik berhasil menarik perhatian segmen pasar yang lebih muda, khususnya generasi milenial yang cenderung menyukai produk etnik dengan sentuhan modern. Hal ini membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

Dalam aspek tata kelola administrasi ekspor, para womenpreneur memperoleh pelatihan intensif mengenai dokumen-dokumen standar ekspor. Mereka diperkenalkan pada berbagai format penting seperti *invoice*, *packing list*, *commercial invoice*, hingga *shipping instruction*. Pemahaman terhadap dokumen ini sangat krusial sebagai bagian dari kesiapan mereka memasuki pasar ekspor secara legal dan profesional. Pelatihan juga mencakup penggunaan sistem perizinan berbasis digital melalui *Online Single Submission (OSS)*, sehingga peserta memahami alur pendaftaran usaha dan pengurusan izin ekspor yang terintegrasi dan efisien. Simulasi ekspor juga menjadi bagian penting dari pelatihan ini. Mitra difasilitasi untuk mencoba proses pengiriman produk melalui jasa ekspedisi yang menyediakan layanan ekspor, termasuk konsultasi mengenai bea cukai dan estimasi ongkos kirim internasional. Hasilnya, beberapa peserta mulai mempersiapkan dokumen ekspor secara mandiri, menyusun prototipe produk sesuai standar internasional, serta mulai menjalin komunikasi dengan calon pembeli dari Malaysia dan Singapura. Ini merupakan lompatan penting dalam proses go global bagi UMKM lokal.

Di sisi lain, strategi pemasaran digital menjadi pilar penting dalam program ini. Mitra mendapatkan pendampingan teknis dalam membuat dan mengelola akun Instagram bisnis, mengoptimalkan fitur katalog produk, serta mempelajari teknik penggunaan hashtag yang tepat untuk menjangkau audiens lebih luas. Strategi ini diperkuat dengan pelatihan kolaborasi digital melalui kerja sama dengan influencer lokal, yang terbukti meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Tidak hanya itu, pemanfaatan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia juga dioptimalkan untuk meningkatkan penjualan domestik dan sebagai persiapan sebelum masuk ke pasar ekspor. Tim pengabdian turut membantu mitra dalam membangun website katalog *online* menggunakan platform gratis seperti *Google Sites* dan *WordPress*, sehingga produk batik yang dihasilkan dapat diakses oleh calon pembeli secara global melalui mesin pencari.

Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak yang nyata terhadap peningkatan kapasitas inovasi, kesiapan ekspor, serta digitalisasi pemasaran bagi pelaku UMKM perempuan di sektor batik. Pendekatan holistik melalui inovasi produk, penguatan administratif, dan strategi pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan daya saing dan membuka peluang pasar yang lebih luas bagi womenpreneur di Pekanbaru.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing womenpreneur batik dapat dicapai secara signifikan melalui tiga aspek utama. Pertama, inovasi produk yang berbasis kearifan lokal dan ramah lingkungan mampu memberikan nilai tambah sekaligus membedakan produk batik di pasar yang kompetitif. Kedua, tata kelola administrasi ekspor yang efisien dan berbasis digital membantu womenpreneur lebih siap memasuki pasar internasional dengan prosedur yang sistematis dan terstruktur. Ketiga, strategi pemasaran digital yang terencana dan tepat sasaran mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, serta menarik konsumen baru. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak positif yang nyata bagi mitra, khususnya womenpreneur batik di Gerai Kembang Setaman. Mitra mengalami peningkatan keterampilan dalam menciptakan produk yang inovatif, memiliki pemahaman yang lebih baik terkait prosedur administrasi ekspor, serta lebih terampil dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Selain itu, kegiatan ini turut meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian ekonomi womenpreneur, sehingga berpotensi memperkuat keberlanjutan usaha batik di tingkat lokal, nasional, hingga internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Farida, N. (2023). *Strategi Pemasaran Digital Produk Batik di Era Globalisasi*. Jurnal AKSES, 14(1), 112–124.
- Yuniarti, S. & Sulastri, D. (2022). *Pemberdayaan Womenpreneur melalui Inovasi Produk Ecoprint*. Jurnal Pengabdian Wiraraja, 6(2), 45–59.
- Pramudya, H. (2023). *Implementasi Website dalam Pemasaran UMKM Batik Garudeya*. Jurnal Teknologi dan Inovasi Digital, 5(3), 77–88.
- Kementerian Perdagangan RI. (2022). *Panduan Ekspor bagi UMKM*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional.
- Setyawan, R. (2021). *Digitalisasi UMKM di Era Pandemi COVID-19*. Jurnal Ekonomi Digital, 9(4), 21–31.
- ToffeeDev. (2023). *9 Strategi Pemasaran Batik di Era E-Commerce*. Diakses dari: <https://toffeeDev.com/blog/e-commerce/strategi-pemasaran-batik-dengan-e-commerce/>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Transformasi Digital UMKM Menuju Ekspor*. Jakarta: Kemenkop UKM.