

## Penguatan Identitas Batik Ciprat Melalui Kampanye Kreatif Digital Sebagai Upaya Mewujudkan Desa Inklusi Yang Berdaya

Inas Sany Muyassaroh<sup>1\*</sup>, Didi Permadi<sup>2</sup>, M. Andi Budiyanto<sup>3</sup>, Ike Desi Florina<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pancasakti Tegal

Inassany@upstegal.ac.id

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2627>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 10 August 2025

Revised: 26 August 2025

Accepted: 16 September 2025

#### Kata Kunci:

Pengabdian Masyarakat,  
Kampanye Kreatif Digital,  
Desa Inklusi yang Berdaya

#### Keywords:

Community Service, Digital  
Creative Campaign,  
Empowered Inclusive  
Village



### ABSTRACT

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bersama Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur, Kabupaten Tegal, yang terdiri dari penyandang disabilitas dengan keterbatasan fisik maupun sensorik dan sorang tua penyandang disabilitas. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas kelompok melalui penguatan manajemen usaha, pengembangan inovasi produksi, dan pemanfaatan digital marketing dengan pendekatan co-creation. Metode pelaksanaan program meliputi beberapa tahap: (1) persiapan melalui sosialisasi dan koordinasi dengan mitra, (2) pelaksanaan pelatihan meliputi manajemen usaha, teknik pewarnaan alami, batik cap ciprat, serta pemasaran digital, (3) pendampingan penerapan keterampilan yang diperoleh, dan (4) keberlanjutan melalui penataan organisasi, monitoring, evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam literasi manajerial, variasi produk batik ciprat dengan motif khas Mejasem Timur, serta keterampilan pemasaran digital melalui pengelolaan media sosial, katalog digital, dan video profil sinematik. Dampak sosial juga terlihat dari peningkatan kepercayaan diri anggota, pengurangan stigma terhadap penyandang disabilitas, dan penguatan solidaritas komunitas. Program ini terbukti tidak hanya memberdayakan kelompok secara ekonomi, tetapi juga memperkuat posisi sosial mereka dalam masyarakat. Dengan demikian, pengabdian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis co-creation melalui inovasi produksi dan pemasaran digital mampu menjadi model efektif dalam mendukung kemandirian kelompok disabilitas serta mewujudkan desa inklusi yang berdaya dan berkelanjutan.

This community service program was implemented with the East Mejasem Ciprat Batik Group, Tegal Regency, which consists of people with disabilities with physical and sensory limitations and a parent with disabilities. The purpose of this community service activity is to increase the capacity of the group through strengthening business management, developing production innovations, and utilizing digital marketing with a co-creation approach. The program implementation method includes several stages: (1) preparation through socialization and coordination with partners, (2) implementation of training including business management, natural dyeing techniques, splash stamp batik, and digital marketing, (3) mentoring in the application of acquired skills, and (4) termination through organizational restructuring, monitoring, and evaluation. The results of the activity showed a significant increase in managerial literacy, a variety of splash batik products with distinctive East Mejasem motifs, and digital marketing skills through social media management, digital catalogs, and cinematic profile videos. The social impact was also seen in the increase in members' self-confidence, reduction of stigma against people with disabilities, and strengthening of community solidarity. This program has proven to not only empower the group economically, but also strengthen their social position in society. Thus, this service demonstrates that co-creation-based empowerment through production innovation and digital marketing can be an

effective model in supporting the independence of groups of people with disabilities and creating empowered and sustainable inclusive villages.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

**How to Cite:** Inas Sany Muyassaroh, et al (2025). Penguatan Identitas Batik Ciprat melalui Kampanye Kreatif Digital sebagai Upaya Mewujudkan Desa Inklusi yang Berdaya , 4(1) 6239-6247. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2627>

## PENDAHULUAN

Batik ciprat adalah jenis seni batik yang memiliki makna unik dan bersejarah, terutama dalam konteks memberdayakan penyandang disabilitas. Sebagai bagian dari ekonomi kreatif, batik ciprat tidak hanya memungkinkan untuk berekspresi dalam seni tetapi juga memberikan kesempatan bagi penyandang disabilitas mencapai kemandirian ekonomi. Namun, tantangan besar tetap ada dalam mengoperasikan bisnis dan mempromosikan produk, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Banyak produsen batik ciprat, khususnya yang dikelola oleh komunitas difabel, masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti penjualan langsung atau promosi dari mulut ke mulut (Rukmini *et al.*, 2021)

Mitra sasaran dalam pengabdian ini adalah Kelompok Batik Ciprat yang berlokasi di Mejasem Timur rt 05 rw 05 Kabupaten Tegal. Lokasi ini dipilih karena berdasarkan data dari komunitas Difabel Slawi Mandiri (DSM), Mejasem Timur memiliki cukup banyak penyandang disabilitas dengan kategori tuna daksa lebih dari 50% dari 25 individu dengan disabilitas. Dari angka tersebut mereka yang masih mampu berdaya usaha secara ekonomi mengusahakan membuat batik ciprat. Sehingga membuat sebuah kelompok batik ciprat. Kelompok Batik Ciprat adalah komunitas penyandang disabilitas yang membuat seni batik menggunakan teknik ciprat. Batik Ciprat dibuat dengan teknik mencipratkan malam ke kain, sehingga proses pembuatannya lebih mudah dipelajari oleh penyandang disabilitas (Purnomo, Hartono and Gunawan, 2024). Teknik ini memungkinkan individu dengan keterbatasan fisik atau sensorik untuk tetap berpartisipasi dalam produksi batik, menciptakan peluang ekonomi inklusif dan berkelanjutan (Putri *et al.*, 2024).

Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur yang dikelola oleh penyandang disabilitas memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai bagian dari ekonomi kreatif yang inklusif. Namun dalam praktiknya, kemampuan produksi masih terbatas karena alat yang digunakan bersifat konvensional dan belum tersedia teknologi produksi yang ramah difabel. Selain itu, belum terdapat inovasi dalam desain maupun diversifikasi produk batik ciprat, sehingga nilai jual produk belum kompetitif di pasaran. Hambatan sosial seperti stigma terhadap disabilitas dan rendahnya kepercayaan diri anggota kelompok juga turut membatasi ruang gerak dan partisipasi aktif mereka dalam mengembangkan usaha secara mandiri.

Dari sisi kelembagaan, struktur organisasi kelompok masih sangat sederhana, hanya terdiri dari ketua dan anggota tanpa adanya pembagian tugas yang fungsional. Hal ini berdampak pada belum tersusunnya sistem kerja yang terorganisir dalam pengelolaan produksi maupun pemasaran. Kompetensi anggota dalam bidang teknologi dan pemasaran digital juga masih rendah, sehingga mereka belum mampu memanfaatkan media sosial, marketplace, atau platform digital lainnya untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan program penguatan kapasitas melalui pelatihan teknologi produksi, pengembangan struktur organisasi yang sistematis, serta peningkatan kemampuan dalam pemasaran digital sebagai upaya membangun kemandirian kelompok secara berkelanjutan.

Minimnya pelatihan yang inklusif dan berkelanjutan membuat komunitas ini sulit berkembang secara mandiri dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar digital. Akibatnya semangat inklusi sosial dan ekonomi sebagaimana diamanatkan oleh Peraturan Bupati Tegal Nomor 1012 Tahun 2022 dan Nomor 87 Tahun 2022 belum sepenuhnya terwujud, dan komunitas difabel belum mendapatkan ruang yang setara dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Permasalahan paling besar adalah karena adanya keterbatasan ilmu pengetahuan dalam penggunaan teknologi digital dan pemasaran digital yang seharusnya dimiliki oleh setiap usahawan untuk meningkatkan pendapatannya. Ditambah lagi dengan manajemen produksi yang belum terorganisir sehingga menjadi hambatan bagi kelompok ini. Permasalahan manajemen produksi ini timbul karena Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur dalam pembuatan Batik Ciprat masih

dilakukan secara bersama-sama di satu lokasi yaitu di Balai Desa. Hal ini terjadi karena alat yang belum dimiliki oleh setiap anggotanya dan keterbatasan dari tenaga, sehingga bergotong royong untuk menyelesaikan pesanan Batik Ciprat.



Gambar 1. Proses membuat, Batik Ciprat

Sumber: Dokumen pribadi mitra sasaran

Penyandang disabilitas yang ada dalam kelompok ini adalah diantaranya terdapat tuna daksa, tuna rungu, orang yang pernah mengalami kusta (oypmk), tuna grahita dan terdapat orang tua yang memiliki anak disabilitas. Kelompok Batik Ciprat ini sudah ada sejak 2023, adanya Batik Ciprat menjadi sumber mata pencaharian mereka untuk mencari nafkah. Batik Ciprat tidak hanya berperan sebagai produk seni, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan kemandirian sosial dan ekonomi kelompok disabilitas (Susanto, Triyandari Nugroho and Lestari, 2020). Mengingat pentingnya keberlanjutan usaha ini, kelompok Batik Ciprat memerlukan dukungan dalam bentuk berbagai pelatihan guna meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran Batik Ciprat adalah kampanye kreatif digital yang mengandalkan media sosial, website, dan konten digital untuk membangun citra produk yang kuat (Feri Suharyanto *et al.*, 2023). Kampanye kreatif digital ini akan membantu Batik Ciprat dalam memperkuat identitas Batik Ciprat dan mengenalkan ke jaringan yang lebih luas. Salah satu contohnya adalah pembuatan video profil sinematik yang menggambarkan proses produksi batik, nilai-nilai sosial dibaliknya, serta keunikan motif yang dihasilkan (Setianingrum, Islam and Wijanarko, 2023).

Dengan mempertimbangkan kompleksitas tantangan yang dihadapi Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur, intervensi berbasis pelatihan manajemen usaha, inovasi produksi, dan kampanye kreatif digital menjadi sangat krusial untuk mendorong transformasi sosial dan ekonomi kelompok disabilitas. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat kapasitas teknis dan daya saing produk batik ciprat di pasar yang lebih luas, tetapi juga untuk menumbuhkan kepercayaan diri, kemandirian, dan keberdayaan komunitas disabilitas secara berkelanjutan.

Kelompok usaha kreatif yang dikelola oleh penyandang disabilitas memiliki potensi besar sebagai sociopreneur, yaitu model kewirausahaan yang tidak hanya bertujuan mencari keuntungan finansial, tetapi juga mengangkat misi sosial dalam pemberdayaan kelompok marjinal (Syahril, M., & redaputri, 2023). Dalam konteks industri kreatif lokal, pendekatan seperti ini dapat meningkatkan pengakuan dan akses pasar hingga tingkat nasional dan internasional, sebagaimana terbukti dari pemberdayaan pengrajin disabilitas di Yogyakarta yang berhasil merambah jaringan penjualan lebih luas melalui brand komunitas kreatif inklusif. Langkah seperti ini dapat memperkuat nilai Batik Ciprat Mejasem Timur sebagai bagian dari ekonomi kreatif inklusif. Pemberdayaan ekonomi difabel melalui pendekatan kewirausahaan terbukti efektif dalam memberi alternatif pekerjaan di tengah keterbatasan akses terhadap sektor formal. Misalnya, program pemberdayaan penyandang disabilitas di Desa Argodadi yang mengembangkan usaha budidaya jamur, berhasil meningkatkan keterampilan manajerial dan produksi melalui metode pelatihan dan pendampingan praktis (Surwanti, A., & Istiyanti, 2024).

Pemberdayaan melalui pengembangan komunitas kreatif (community development) terbukti efektif dalam meningkatkan harga diri dan kapasitas sosial kelompok difabel. Dalam studi tentang KSM Batik Percik, penyandang disabilitas yang awalnya menghadapi stigma negatif justru dapat membangun kemandirian ekonomi dan identitas positif melalui pelatihan khusus dan pengembangan produk batik percik (Rahma Sari, S. Y. D., & Megasari, 2021). Ini menunjukkan bahwa selain meningkatkan aspek

teknis dan ekonomi, penting juga menciptakan ruang sosial dan budaya yang memperkuat rasa percaya diri, solidaritas, dan visibilitas masyarakat difabel dalam berbagai aktivitas ekonomi.

Selain itu, pemberdayaan masyarakat difabel melalui pelatihan batik juga telah diteliti secara formal dalam konteks pendidikan non-formal. Sebagai contoh, (Mulyono *et al.*, 2023) dalam penelitiannya menyoroti strategi pemberdayaan penyandang disabilitas melalui program pendidikan batik nonformal yang menggunakan model penelitian Developmental Research and Utilization (DR&U). Hasil penelitian ini menunjukkan tiga strategi kunci: meningkatkan kesadaran penyandang disabilitas dan orang tua mereka terhadap pentingnya kemandirian, pembentukan komunitas difabel untuk memperkuat interaksi sosial dan rasa percaya diri, serta pelaksanaan pendidikan dan pelatihan untuk mempersiapkan mereka memiliki keterampilan berwirausaha, khususnya di industri batik. Temuan ini memperkuat pendekatan yang diadopsi dalam program di Mejasem Timur, yang menggabungkan pelatihan teknis, pengorganisasian komunitas, dan digital marketing untuk membangun kemandirian ekonomi dan sosial anggota kelompok.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah: bagaimana upaya penguatan identitas Batik Ciprat melalui kampanye kreatif digital dapat meningkatkan kapasitas usaha dan kemandirian kelompok disabilitas dalam mewujudkan desa inklusi yang berdaya. Melalui pendekatan co-creation yang melibatkan partisipasi aktif mitra dalam seluruh tahapan program, pengabdian ini diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan inklusif yang selaras dengan semangat pembangunan berkelanjutan dan visi desa inklusi.

## METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan pada pengabdian masyarakat pemberdayaan kemitraan masyarakat (PKM) ini, dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut :

### 1. Tahap Persiapan

Tahap awal program difokuskan pada perencanaan dan koordinasi dengan mitra sasaran. Tim pengabdian yang terdiri dari pengabdian dan asisten pengabdian akan melakukan intervensi awal serta menyusun strategi pelaksanaan program.

- a. Sosialisasi Program, tim pengabdian akan melakukan sosialisasi kepada mitra sasaran untuk memberikan pemahaman mengenai tujuan, manfaat, dan teknis pelaksanaan program. Sosialisasi ini bertujuan untuk membangun komitmen serta antusiasme seluruh peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan.

### 2. Tahap Pelaksanaan Program

Tahapan ini merupakan inti dari program yang mencakup berbagai pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas mitra sasaran dalam bidang usaha batik. Terdapat beberapa pelatihan penerapan teknologi yang dilakukan dalam program ini diantaranya :

- a. Pelatihan Manajemen Usaha, pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan skill manajemen usaha agar dapat lebih profesional diantara materinya adalah mengenai pengelolaan keuangan, pencatatan transaksi, perencanaan bisnis dan strategi pemasaran. Materi akan disampaikan melalui pemaparan, diskusi kelompok dan studi kasus pada usaha Batik Ciprat Mejasem Timur. Mitra sasaran akan diajak berdiskusi hingga menemukan formula yang tepat untuk dapat diterapkan.
- b. Pelatihan pewarnaan alami dan pembuatan batik cap ciprat, pelatihan pewarnaan alami dilakukan agar kualitas Batik Ciprat yang dihasilkan lebih bagus dan memiliki daya saing. Ditambah dengan pelatihan batik cap ciprat, hal ini perlu karena agar adanya variasi dalam Batik yang dijual, salah satunya adalah dengan membuat pola yang khas Batik Cap Ciprat untuk Mejasem Timur. Materi akan disampaikan secara demonstrasi langsung oleh pembatik profesional serta praktik peserta dalam mengaplikasikan teknik pewarnaan.
- c. Pelatihan digital marketing dan pembuatan konten pemasaran, pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform *e-commerce* agar produk Batik Ciprat dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Materi yang akan disampaikan adalah mengenai strategi *branding*, strategi pemasaran digital melalui media sosial, marketplace dan website. Materi akan disampaikan dengan cara simulasi pembuatan akun bisnis di media sosial, pembuatan konten promosi, serta analisis tren pasar digital.

### 3. Tahap Pendampingan

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan untuk memastikan penerapan keterampilan yang telah diperoleh secara berkelanjutan. Pendampingan tersebut mencakup :

- a. Pendampingan Manajemen Usaha, tim pengabdian akan melakukan pendampingan dalam menyusun laporan keuangan dan perencanaan bisnis yang lebih terstruktur.
- b. Pendampingan pembuatan motif Cap Ciprat, mitra akan didampingi dalam proses pembuatan motif agar dapat menghasilkan desain yang lebih variatif dan menarik bagi pasar.
- c. Pendampingan pembuatan konten pemasaran, tim pengabdian akan mendampingi mitra dalam pembuatan foto produk yang menarik dan strategi copywriting untuk meningkatkan daya tarik produk di media sosial.

### 4. Keberlanjutan Program

Untuk memastikan dampak program tetap berlanjut setelah kegiatan pengabdian ini selesai, beberapa hal akan dilakukan diantaranya :

- a. Penataan organisasi Kelompok Batik Ciprat, pembentukan struktur organisasi yang jelas agar kelompok mitra dapat berjalan secara mandiri. Selain itu juga akan membuat regulasi internal terkait produksi, pemasaran dan keuangan.
- b. Monitoring dan evaluasi, program akan dievaluasi secara berkala untuk mengukur efektivitas serta dampaknya terhadap mitra sasaran. Monitoring juga akan dilakukan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi serta memberikan solusi yang diperlukan agar program dapat berjalan secara berkelanjutan.

Metode pelaksanaan program ini dilakukan secara bertahap dengan pendekatan yang sistematis. Mulai dari persiapan, pelatihan, pendampingan, hingga keberlanjutan program, setiap tahapan dirancang untuk memberikan dampak maksimal bagi mitra sasaran. Dengan adanya kombinasi pelatihan teknis, pendampingan langsung, serta sistem keberlanjutan, diharapkan usaha Batik Ciprat dapat berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi mitra sasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat kepada Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur menghasilkan sejumlah capaian signifikan yang tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas teknis, tetapi juga pada aspek sosial dan kelembagaan kelompok. Program ini terbagi ke dalam tiga hasil utama: penguatan manajemen usaha, inovasi produksi, dan peningkatan pemasaran digital. Setiap capaian diperoleh melalui tahapan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi yang dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan seluruh anggota kelompok. Berikut adalah hasil dan pembahasannya:

### **Penguatan Manajemen Usaha**

Sebelum program berjalan, kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur belum memiliki struktur organisasi yang sistematis dan tidak terdapat pembagian tugas fungsional dalam manajemen produksi dan keuangan. Melalui pelatihan manajemen usaha, kelompok berhasil membentuk struktur organisasi dasar yang terdiri dari divisi produksi, pemasaran, dan keuangan. Selain itu, pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi menjadi langkah penting dalam memastikan konsistensi mutu produk dan efisiensi proses kerja.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing

Sumber : Dokumentasi Acara

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam literasi manajerial kelompok. Berdasarkan pre-test dan post-test yang diberikan pada saat pelatihan, sebanyak 70% anggota kelompok menunjukkan peningkatan kemampuan dalam membuat catatan produksi, menyusun laporan keuangan

sederhana, serta mengelola stok bahan baku. Indikator keberhasilan ini terlihat dari (1) kesesuaian format pencatatan yang dibuat oleh anggota, (2) kemampuan mengisi tabel stok dan laporan keuangan secara mandiri, serta (3) keteraturan dalam dokumentasi hasil produksi.

Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam memberikan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya sistem administrasi dalam pengelolaan usaha. Dengan adanya pencatatan yang lebih rapi, kelompok kini dapat memantau arus produksi dan keuangan secara lebih terukur, yang menjadi modal dasar dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.

### **Inovasi Produksi dan Penguatan Teknik Batik**

Kegiatan pelatihan teknik pewarnaan alami dan batik cap ciprat memberikan dampak positif terhadap kualitas dan variasi produk. Sebelumnya, produksi hanya mengandalkan teknik ciprat konvensional dengan warna-warna dasar. Setelah pelatihan, anggota kelompok mampu menghasilkan variasi warna yang lebih tahan lama dan ramah lingkungan menggunakan teknik pewarnaan alami.

Pelatihan batik cap ciprat juga menghasilkan satu motif baru yang khas Mejasem Timur. Selain memperkaya identitas lokal, variasi motif ini membuka peluang segmentasi pasar yang lebih luas, sekaligus meningkatkan daya tarik estetis produk. Inovasi ini dilakukan sebagai upaya untuk menambah nilai produk, sehingga Batik Ciprat tidak hanya dipandang sebagai karya seni sederhana, tetapi juga memiliki keunggulan kompetitif di pasar yang lebih luas.



Gambar 3. Pelatihan Pewarnaan Alami

Sumber : Dokumentasi Acara

Saat ini, Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur sudah memahami alur proses pewarnaan alami, mulai dari pemilihan bahan pewarna, teknik pencelupan, hingga fiksasi warna agar lebih awet. Begitu pula dengan penggunaan teknik cap ciprat, anggota kelompok sudah mampu mengaplikasikan pola tertentu untuk menghasilkan motif yang lebih variatif. Penerapan pewarnaan alami menjadi nilai lebih (added value) dari produk batik ciprat, karena tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga menegaskan bahwa karya yang dihasilkan individu disabilitas memiliki kualitas yang setara dengan produk batik lainnya.

### **Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital**

Salah satu tantangan utama yang dihadapi kelompok sebelum program ini adalah keterbatasan dalam akses dan keterampilan pemasaran digital. Program pengabdian ini berhasil membekali anggota dengan kemampuan dasar dalam mengelola media sosial, memahami branding produk, dan merancang strategi promosi secara digital.

Sebagai bagian dari kegiatan, tim pengabdian juga memberikan pelatihan digital marketing dan fotografi produk. Pelatihan ini bertujuan agar anggota kelompok mampu menghasilkan konten promosi yang lebih menarik meskipun hanya menggunakan alat sederhana seperti kamera ponsel. Teknik dasar fotografi seperti pencahayaan, pengaturan latar belakang, dan pengambilan sudut gambar diajarkan untuk menghasilkan foto produk yang lebih profesional.



Gambar 4. Pelatihan Fotografi  
Sumber : Dokumentasi Acara

Saat ini, dua akun media sosial aktif berhasil dikelola oleh kelompok, yaitu Instagram @batikcipratdifabel dan Facebook @batik\_ciprat\_mejasem\_timur. Kelompok juga mulai memproduksi konten promosi secara konsisten, yang tidak hanya berfokus pada hasil produk, tetapi juga mencakup proses produksi, pasca produksi, serta dokumentasi hasil akhir. Konten ini kemudian disusun dalam bentuk katalog digital yang berfungsi sebagai media promosi online. Katalog tersebut memuat berbagai informasi mulai dari jenis produk batik ciprat yang dijual, tahapan proses pembuatannya, hingga cerita sosial di balik karya para penyandang disabilitas.

Selain itu, sebagai upaya memperkuat branding, dibuatlah video profil sinematik yang menggambarkan proses produksi batik, keunikan motif, dan nilai-nilai inklusif yang diusung kelompok. Strategi ini sejalan dengan tren pemasaran kreatif berbasis storytelling, di mana konsumen tidak hanya melihat produk, tetapi juga mendapatkan nilai emosional dan sosial dari cerita yang melatarbelakangi produk tersebut.

#### **Dampak Sosial dan Keberlanjutan**

Selain pencapaian teknis, program ini juga membawa dampak sosial yang cukup berarti bagi Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur. Beberapa anggota kelompok yang semula pasif dan kurang percaya diri mulai menunjukkan partisipasi aktif dalam diskusi, pelatihan, hingga proses pengambilan keputusan internal kelompok. Hal ini memperlihatkan adanya peningkatan self-confidence serta tumbuhnya rasa memiliki terhadap kelompok. Dengan demikian, program tidak hanya memberdayakan secara ekonomi, tetapi juga memperkuat posisi sosial penyandang disabilitas di lingkup komunitasnya.

Dampak sosial lainnya terlihat dari semakin terbukanya relasi antara kelompok difabel dengan masyarakat sekitar. Melalui kegiatan pelatihan dan promosi digital, keberadaan kelompok ini semakin dikenal, sehingga mengurangi stigma negatif yang sebelumnya melekat pada penyandang disabilitas. Produk batik ciprat kini tidak hanya dipandang sebagai hasil karya kelompok rentan, tetapi sebagai produk seni bernilai jual yang lahir dari kreativitas dan kerja sama. Hal ini membantu meningkatkan penerimaan sosial dan memperkuat inklusivitas di lingkungan desa.

Dalam jangka panjang, keberlanjutan program dijamin melalui pendampingan pasca-pelatihan serta pembentukan regulasi internal kelompok. Tim pengabdian membantu menyusun aturan dasar terkait manajemen produksi, pembagian peran, dan sistem pencatatan keuangan yang dapat dijalankan secara mandiri. Monitoring dan evaluasi berkala juga dilakukan untuk menjaga konsistensi kualitas dan efektivitas organisasi.

Secara keseluruhan, dampak sosial dan keberlanjutan program menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis co-creation mampu menghasilkan perubahan struktural dan kultural yang signifikan. Transformasi ini tidak hanya menciptakan kemandirian usaha, tetapi juga mendorong terwujudnya desa inklusi yang berdaya melalui pengakuan dan kontribusi aktif penyandang disabilitas dalam ekonomi kreatif.

#### **KESIMPULAN**

Program pengabdian masyarakat kepada Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur berhasil memberikan dampak yang signifikan baik dari aspek teknis, manajerial, maupun sosial. Melalui

pendekatan berbasis co-creation, kegiatan ini mampu memperkuat kapasitas kelompok dalam tiga aspek utama, yaitu penguatan manajemen usaha, inovasi produksi, dan pemasaran digital.

Pertama, dari sisi manajemen usaha, kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur berhasil membentuk struktur organisasi sederhana yang lebih fungsional serta mulai menerapkan pencatatan keuangan dan stok produksi secara teratur. Kedua, inovasi produksi melalui teknik pewarnaan alami dan pengembangan motif batik cap ciprat berhasil meningkatkan kualitas, variasi, dan nilai tambah produk, sekaligus memperkuat identitas lokal Mejasem Timur. Ketiga, pada bidang pemasaran digital, kelompok kini mampu mengelola akun media sosial, membuat konten promosi, hingga menghasilkan katalog digital dan video profil sinematik yang memperkuat branding Batik Ciprat sebagai produk kreatif inklusif.

Selain pencapaian teknis, program ini juga membawa dampak sosial yang signifikan, terutama dalam meningkatkan kepercayaan diri anggota kelompok, mengurangi stigma masyarakat terhadap penyandang disabilitas, serta memperkuat solidaritas internal melalui pembentukan peer group. Dengan adanya regulasi internal dan sistem pendampingan berkelanjutan, kelompok memiliki pondasi yang lebih kokoh untuk mandiri dan berkembang secara berkesinambungan.

Dengan demikian, program penguatan kapasitas Batik Ciprat Mejasem Timur bukan hanya sekadar upaya pemberdayaan ekonomi, tetapi juga merupakan langkah strategis dalam mewujudkan desa inklusi yang berdaya. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara inovasi, digitalisasi, dan pemberdayaan berbasis partisipasi aktif mampu menciptakan transformasi sosial dan ekonomi yang berkelanjutan bagi komunitas disabilitas.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui Program Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Tahun 2025 yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Pancasakti Tegal sebagai institusi tempat penulis bernaung yang senantiasa memberikan dukungan akademik maupun administratif. Penghargaan dan apresiasi yang tulus juga ditujukan kepada Kelompok Batik Ciprat Mejasem Timur serta Komunitas Difabel Slawi Mandiri yang telah menjadi mitra aktif dalam kegiatan ini, memberikan partisipasi, ide, serta semangat kolaboratif sehingga program pengabdian dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat nyata.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Feri Suharyanto, D. *et al.* (2023) 'Metamorfosis Media Komunikasi Pemasaran: Strategi Menumbuhkan Semangat Dan Kreativitas Digital Marketing Dalam Produk Hasil Usaha Batik Metamorphosis of Marketing Communication Media: Strategy to Cultivate Digital Marketing Enthusiasm and Creativity in Ba', *fisip.publiccorner@wiraraja.ac.id*, 18(2).
- Mulyono, S.E. *et al.* (2023) 'Empowerment strategy for people with disabilities through nonformal batik education program', *Cakrawala Pendidikan*, 42(3), pp. 683–694. Available at: <https://doi.org/10.21831/cp.v42i3.59191>.
- Purnomo, R.A., Hartono, S. and Gunawan, I. (2024) 'Peningkatan Keterampilan Warga Disabilitas: Peningkatan Omzet Batik Ciprat dengan Pemasaran Digital', *Jurnal SOLMA*, 13(2), pp. 1404–1414. Available at: <https://doi.org/10.22236/solma.v13i2.15486>.
- Putri, H.A.A. *et al.* (2024) 'Pelatihan Batik Ciprat Untuk Komunitas Disabilitas Sebagai Upaya Untuk Peningkatan Kemandirian Perekonomian Di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah', *Budimas*, 3(6).
- Rahma Sari, S. Y. D., & Megasari, R. (2021) 'Pemberdayaan Penyandang Disabilitas melalui Community Development KSM Batik Percik', *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(8), pp. 799–805.
- Rukmini *et al.* (2021) 'Pembinaan Dan Pendampingan Desa Inklusif Disabilitas Produksi Batik Ciprat Di Desa Pucung Kismantoro', *Budimas*, 3(2).
- Setianingrum, V.M., Islam, M.A. and Wijanarko, D.V. (2023) 'Video Profile Cinematic as Media Branding and Promotion of "Batik Ciprat" Rumah Kinasih', in, pp. 301–313. Available at: [https://doi.org/10.2991/978-2-38476-008-4\\_35](https://doi.org/10.2991/978-2-38476-008-4_35).

- Surwanti, A., & Istiyanti, E. (2024) 'Pemberdayaan Ekonomi bagi Disabilitas melalui Budidaya Jamur di Desa Argodadi', *Berdikari: Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, 10(2).
- Susanto, R., Triyandari Nugroho, N. and Lestari, W. (2020) 'PENGUATAN PEMASARAN BATIK CIPRAT KARYA DIFABEL MELALUI SOCIAL MEDIA DAN WEBSITE', *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), pp. 251–258. Available at: <https://doi.org/10.12928/jp.v4i3.2445>.
- Syahril, M., & redaputri, A.P. (2023) 'Pemberdayaan Kaum Difabel dalam Membangun Industri Kreatif di Yogyakarta', *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(1), pp. 1–7.