

Penerapan *Green Management* untuk Penguatan Daya Saing UMKM Batik Jombang melalui Diversifikasi Produk

Nugroho Mardi Wibowo^{1)*}, Yuyun Widiastuti²⁾, Siswadi³⁾, Achmad Chusnun Ni'am⁴⁾, Dyah Utari Ratnaning Andini⁵⁾, Aan Setiya Budi Djonler⁶⁾, Sholeh Rochmatulloh⁷⁾, Galuh Argo Permana⁸⁾

^{1),2),5),8)}Manajemen/Universitas Wijaya Putra

^{3),6),7)}Teknik Mesin/Universitas Wijaya Putra

*⁴⁾Teknik Lingkungan/Institut Adhi Tama Surabaya
Jalan Raya Benowo No.1-3 Surabaya /60197*

**Email Penulis Koresponden: nugrohomardi@uwp.ac.id*

Received: 10/09/25; Revised: 26/11/25; Accepted: 12/12/25

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan dua mitra utama, yaitu UD Berkah Mojo dan CV Pesona Batik Jombang, yang selama ini menghadapi berbagai kendala penting, terutama terkait keterbatasan dalam penerapan produksi ramah lingkungan, pengelolaan limbah cair maupun limbah padat, serta belum optimalnya upaya diversifikasi produk batik yang berdaya saing. Topik ini dipilih karena industri batik merupakan sektor unggulan di Kabupaten Jombang dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pendekatan manajemen hijau yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan, ekonomi, dan sosial. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui lima tahapan terstruktur, yaitu sosialisasi program, pelatihan, penerapan konsep, pendampingan serta evaluasi, dan perencanaan keberlanjutan program. Kegiatan pelatihan mencakup materi green management, prinsip reuse, recycle, dan upcycle, serta strategi diversifikasi produk berbasis motif lokal. Selanjutnya, pendampingan dilaksanakan secara berkala untuk memastikan mitra mampu mengimplementasikan konsep yang diperoleh ke dalam praktik produksi harian secara konsisten. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola limbah, menghasilkan produk turunan batik dengan nilai tambah lebih tinggi, serta memperluas pangsa pasar melalui penerapan pemasaran hijau yang lebih efektif. Dampak nyata terlihat dari peningkatan rata-rata omset Mitra 1 sebesar 8,20% dan Mitra 2 sebesar 10,41% setelah intervensi berlangsung. Secara keseluruhan, penerapan green management yang dipadukan dengan diversifikasi produk terbukti efektif memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM batik.

Kata kunci: *Green Management, UMKM Batik, Reuse, Recycle, Diversifikasi Produk*

Abstract

This community service program was carried out in collaboration with two partners, UD Berkah Mojo and CV Pesona Batik Jombang, who faced challenges in implementing environmentally friendly production practices, managing batik waste, and optimizing product diversification. This topic was chosen because the batik industry is a leading sector in Jombang with significant potential to be developed through a sustainable green management approach. The implementation method consisted of five stages: program socialization, training, concept application, mentoring and evaluation, and program sustainability. The training activities covered materials on green management, the principles of reuse, recycle, and upcycle, as well as strategies for batik product diversification. Furthermore, mentoring was carried out regularly to ensure that partners were able to implement the acquired concepts into their daily production practices. The results indicated an

increase in partners' capacity to manage waste, produce batik-based derivative products with higher added value, and expand market reach through green marketing strategies. A tangible impact was observed in the increase of average turnover by 8.20% for Partner 1 and 10.41% for Partner 2 after the intervention. In conclusion, the application of green management combined with product diversification proved effective in strengthening the competitiveness and sustainability of batik MSMEs, while at the same time supporting environmental preservation efforts.

Keywords: *Green Management, Batik MSMEs, Reuse, Recycle, Product Diversification*

1. PENDAHULUAN

Industri batik merupakan salah satu pilar ekonomi kreatif yang menopang perekonomian lokal di Kabupaten Jombang (Ismail et al., 2021). Dengan penerapan manajemen hijau, UMKM batik di Jombang dapat meningkatkan daya saing melalui diversifikasi produk yang lebih ramah lingkungan dan inovatif. Diversifikasi produk ini tidak hanya akan memenuhi permintaan pasar yang semakin mengutamakan keberlanjutan, tetapi juga mendukung pelestarian lingkungan di sekitar industri batik (Nugroho et al., 2022).

Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM batik Jombang dapat beralih dari penggunaan pewarna sintetis yang berbahaya ke pewarna alami yang lebih ramah lingkungan (Wibowo, Widiastuti, Siswadi, Ni'am, et al., 2024). Inovasi dalam diversifikasi produk juga akan memperluas segmen pasar dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen yang peduli lingkungan (Zhang et al., 2020). Dengan demikian, penerapan strategi manajemen hijau diharapkan dapat mendorong perubahan positif dalam industri batik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk ramah lingkungan.

UMKM batik masih belum banyak mengadopsi praktik produksi yang berkelanjutan, meskipun ada potensi besar untuk meningkatkan kesadaran dan penerapan prinsip-prinsip ramah lingkungan di kalangan pelaku industri batik (Gunawan et al., 2022; Phang et al., 2022). Salah satu adalah mendiversifikasi produk yang diproduksi dengan bahan sisa-sisa kain yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan produk baru dengan nilai jual yang lebih tinggi (Kliś, 2023). Inisiatif ini sejalan dengan upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM batik di Jombang, yang telah menunjukkan hasil positif dalam penerapan inovasi hijau (Wibowo, Widiastuti, Siswadi, Ni'am, et al., 2024). Metode *reuse*, *recycling*, dan *upcycling* dapat menjadi strategi efektif dalam mendukung diversifikasi produk batik (Syahid et al., 2024). Dengan pendekatan ini, UMKM batik dapat mengurangi limbah dan meningkatkan nilai tambah produk, menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan ekonomi lokal (Hatammimi & Gunawan, 2024).

Adapun UMKM batik yang berpartisipasi sebagai mitra dalam program ini adalah CV Pesona Batik Jombang dan UD Berkah Mojo Mojoagung Jombang. CV Pesona Batik Jombang telah berhasil menerapkan pewarna alami dan meningkatkan penjualan produk ramah lingkungan sebesar 79% (Wibowo et al., 2023). Namun kedua mitra belum memaksimalkan potensi pasar yang lebih luas, terutama di kalangan konsumen yang peduli lingkungan. Dengan peningkatan kesadaran dan pengetahuan tentang *green marketing*, mitra dapat lebih efektif dalam menjangkau segmen pasar baru dan meningkatkan daya saing produk batik ramah lingkungan (Wibowo et al., 2023). Mitra belum memiliki kemampuan untuk diversifikasi produk berbasis *reuse*, *recycling*, *upcycling* yang dapat menarik perhatian konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan. Sisa-sisa kain dari proses produksi batik dibuang begitu saja tanpa ada pemanfaatan untuk dibuat produk turunan. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan dalam penerapan teknik diversifikasi produk perlu diintensifkan.

Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mitra tentang teknik diversifikasi produk yang berkelanjutan, serta memfasilitasi penerapan strategi *reuse*, *recycling*, dan *upcycling* dalam produksi batik. Melalui program ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan penjualan produk ramah lingkungan dan memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan teknik diversifikasi yang inovatif.

Melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif, mitra diharapkan dapat mengembangkan produk baru yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar, sekaligus mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan demikian, implementasi teknik-teknik ini tidak hanya akan mendukung keberlanjutan lingkungan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi produk batik yang dihasilkan.

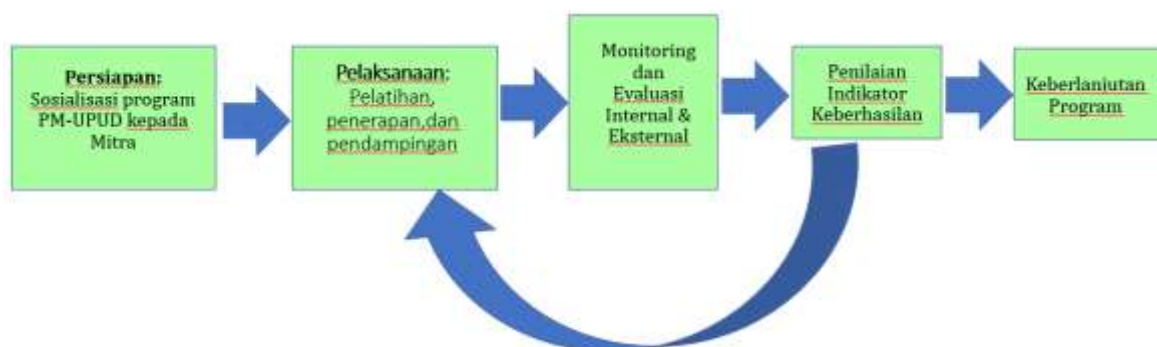
Manfaat program pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas mitra dalam memproduksi barang yang lebih berkelanjutan, omset mitra serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk ramah lingkungan dalam industri batik. Program ini diharapkan dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi UMKM batik dan lingkungan sekitarnya.

Beberapa kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan penulis menekankan pada aspek keberlanjutan. Hal ini dilakukan guna mendorong adanya transformasi UMKM batik menuju industri hijau. Program *green marketing* meningkatkan penjualan batik pewarna alam hingga 79% dan menjangkau segmen konsumen baru, termasuk turis asing (Wibowo et al., 2023). Sementara itu, penerapan *green innovation* melalui pewarna alami Indigofera serta instalasi pengolahan limbah (IPAL) berbasis elektrokoagulasi berhasil meningkatkan omset hingga 41,28% dan mengolah ribuan liter limbah menjadi air bersih, sehingga mengurangi pencemaran lingkungan (Wibowo, Widiastuti, Siswadi, Ni'am, et al., 2024). Upaya ini diperkuat dengan penerapan manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), yang meningkatkan kesadaran pekerja, mengurangi risiko kecelakaan, dan membangun budaya kerja yang lebih aman serta produktif (Wibowo, Widiastuti, Siswadi, & Ni'am, 2024). Secara keseluruhan, hasil-hasil pengabdian tersebut menjadi pijakan penting bagi penerapan strategi *green management* dalam diversifikasi produk batik berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian ini berlandaskan pada teori *green management* yang menekankan integrasi prinsip keberlanjutan dalam proses produksi untuk menciptakan keunggulan kompetitif (Bintara et al., 2023). Dalam konteks UMKM batik, penerapannya diwujudkan melalui penggunaan pewarna alami, pengelolaan limbah, serta diversifikasi produk berbasis *reuse*, *recycle*, dan *upcycle* yang sejalan dengan konsep *circular economy* (Xia et al., 2023).

2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan konsep, pendampingan serta evaluasi, dan keberlanjutan program. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian tergambar pada Gambar 1. Tahap pertama berupa sosialisasi dilakukan pada 14 Juni 2025 melalui pertemuan langsung antara tim pelaksana dengan para mitra beserta karyawannya. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai program, menumbuhkan kesadaran, serta memotivasi mitra agar berpartisipasi aktif.



Gambar 1. Tahapan Metode Pelaksanaan Pengabdian

Tahap kedua adalah pelatihan yang diselenggarakan pada 28–29 Juni 2025 di Galeri Pesona Batik Jombang, Dusun Jambu, Desa Jabon, Kecamatan Jombang. Materi pelatihan *green management*, *reuse*, *recycle*, dan *upcycle* disampaikan oleh Bapak Achmad Chusnun Ni'am, S.Si., M.T., Ph.D. selaku anggota tim pelaksana, sedangkan strategi diversifikasi produk batik dibawakan oleh Prof. Dr. Nugroho Mardi Wibowo, S.E., M.Si. selaku ketua tim pelaksana. Peserta kegiatan terdiri atas mitra 1, Bapak Nusa Amin selaku pemilik Batik Tulis Berkah Mojo beserta delapan orang karyawannya, serta mitra 2, Ibu Nunuk Rachmawati selaku pemilik Pesona Batik Jombang dengan dua belas orang karyawannya.

Materi pelatihan *green management* difokuskan pada efisiensi penggunaan sumber daya, pemanfaatan pewarna alami, dan pengolahan limbah batik melalui pendekatan *reuse*, *recycle*, dan *upcycle*. Sisa kain maupun malam dipraktikkan kembali untuk menghasilkan produk sederhana seperti masker dan dompet, hingga produk kreatif dengan nilai tambah seperti tas dan aksesoris fesyen. Sementara itu, pelatihan diversifikasi produk diarahkan untuk memperluas portofolio UMKM batik agar tidak hanya mengandalkan kain batik sebagai produk utama, melainkan juga menghasilkan berbagai produk turunan berbasis inovasi desain dan pemanfaatan bahan sisa.

Tahap berikutnya adalah penerapan konsep dan pendampingan yang dilakukan sejak awal Juli hingga Agustus 2025, dengan jadwal pertemuan rutin setiap dua minggu sekali. Pendampingan dilaksanakan melalui kunjungan lapangan, konsultasi, dan diskusi intensif agar mitra mampu menerapkan prinsip *green management* dan strategi diversifikasi produk secara efektif serta mendapatkan solusi atas kendala yang ditemui.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Pelatihan *Green Management*, *reuse*, *recycle* dan *upcycle*

Gambar 2 dibawah ini terlihat pelatihan *green management reuse, recycle* dan *upcycle* yang merupakan salah satu tahap penting dalam program pengabdian yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan mitra dalam menerapkan prinsip keberlanjutan pada proses produksi batik. *Green management* pada dasarnya adalah strategi manajemen yang mengintegrasikan kepedulian lingkungan dalam setiap aspek operasional, mulai dari perencanaan, produksi, hingga pemasaran (Khmaaj et al., 2024). Dalam konteks batik, pendekatan ini diwujudkan melalui efisiensi penggunaan energi dan air, penggantian bahan kimia berbahaya dengan pewarna alami, serta pengelolaan limbah produksi yang ramah lingkungan (Hatammimi & Gunawan, 2024). Melalui materi ini, peserta pelatihan diperkenalkan pada prinsip dasar produksi hijau, pentingnya manajemen limbah, serta strategi pemasaran produk ramah lingkungan untuk menjangkau segmen konsumen yang semakin peduli terhadap isu keberlanjutan.

Melalui materi ini, peserta pelatihan diperkenalkan pada prinsip dasar produksi hijau, pentingnya manajemen limbah, serta strategi pemasaran produk ramah lingkungan untuk menjangkau segmen konsumen yang semakin peduli terhadap isu keberlanjutan.

Selain pengenalan konsep *green management*, pelatihan juga menekankan pada penerapan prinsip *reuse*, *recycle*, dan *upcycle* dalam industri batik. *Reuse* menitikberatkan pada penggunaan kembali bahan sisa produksi yang masih layak, seperti potongan kain batik atau malam, untuk menghasilkan produk turunan sederhana seperti masker, dompet, maupun bros (Djunaidi, 2024). *Recycle* diarahkan pada pengolahan limbah kain dan cairan pewarna menjadi produk baru dengan fungsi berbeda, misalnya *patchwork* untuk hiasan interior, taplak meja, hingga pemanfaatan botol bekas pewarna sebagai pot tanaman (Baseri, 2024). Adapun *upcycle* lebih menekankan pada inovasi kreatif yang mampu meningkatkan nilai tambah limbah batik, seperti pengolahan kain perca menjadi tas eksklusif, aksesoris mode kontemporer, atau kombinasi batik dengan bahan lain seperti *jeans* dan kulit untuk menciptakan produk fesyen modern (Hamzah & Shaari, 2024).

Implementasi prinsip *reuse*, *recycle*, dan *upcycle* ini bukan hanya bertujuan mengurangi volume limbah produksi, tetapi juga untuk memperluas portofolio produk UMKM batik melalui

diversifikasi. Hal ini sejalan dengan konsep *circular economy* yang mendorong optimalisasi siklus hidup produk dan sumber daya (Fadhillah & Fahreza, 2023). Lebih jauh, inovasi dalam diversifikasi produk ramah lingkungan dapat meningkatkan citra merek, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Bustamante, 2020). Dengan demikian, pelatihan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga keterampilan praktis bagi mitra dalam mengolah limbah batik menjadi produk baru yang bernilai ekonomi sekaligus ramah lingkungan.



Gambar 2. Pelatihan *Green Management, reuse, recycle* dan *upcycle*

3.2. Pelaksanaan Pelatihan Strategi Diversifikasi Produk Batik

Pelatihan strategi diversifikasi produk batik dilaksanakan sebagai upaya untuk memperluas portofolio usaha UMKM batik sehingga tidak hanya bergantung pada kain batik sebagai produk utama, tetapi juga mampu mengembangkan produk turunan dengan nilai tambah. Diversifikasi dipandang sebagai strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha kecil, karena melalui inovasi produk, UMKM dapat menembus segmen pasar yang lebih luas sekaligus mengurangi risiko usaha akibat ketergantungan pada satu jenis produk (Budiarto et al., 2022). Dalam konteks batik, diversifikasi tidak hanya mencakup pengembangan desain baru pada kain, tetapi juga transformasi batik menjadi produk fesyen, aksesoris, dan perlengkapan rumah tangga yang lebih bervariasi (Xiao, 2024). Adapun kegiatan pelatihan strategi diversifikasi produk batik terlihat pada Gambar 3.

Materi pelatihan dimulai dengan pengenalan konsep diversifikasi horizontal, yaitu pengembangan produk batik ke dalam kategori fesyen modern, seperti baju, kerudung, rok, hingga jaket, yang memadukan unsur tradisi dengan tren kontemporer (Ningsih & Aryani, 2024). Selanjutnya, peserta diperkenalkan dengan diversifikasi vertikal, yang menekankan pada pemanfaatan sisa kain batik atau bahan produksi menjadi produk turunan seperti tas, dompet, masker, sarung bantal, dan hiasan interior (Utomo et al., 2023). Diversifikasi ini sejalan dengan prinsip ekonomi kreatif yang mengutamakan penciptaan nilai tambah dari sumber daya yang tersedia.

Selain itu, pelatihan juga membahas diversifikasi pasar, yaitu penyesuaian produk batik untuk segmen konsumen yang berbeda. Misalnya, pengembangan batik kontemporer dengan motif sederhana untuk menarik generasi muda, produk etnik untuk pasar wisatawan, serta produk premium dengan sentuhan eksklusif bagi segmen menengah ke atas (Prasetyo et al., 2021). Peserta dilatih untuk memahami dinamika tren konsumen, teknik *branding*, serta pentingnya *packaging* yang menarik agar produk diversifikasi memiliki daya jual lebih tinggi.

Pelaksanaan pelatihan ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga memberikan praktik langsung dalam merancang dan memproduksi produk turunan batik. Mitra diajak untuk mencoba membuat prototipe produk sederhana, seperti tas tangan dan aksesoris fesyen, dari kain batik maupun limbah perca. Melalui pendekatan praktik, peserta mampu memahami bahwa

diversifikasi produk bukan hanya strategi bisnis, tetapi juga bentuk inovasi kreatif yang dapat meningkatkan nilai budaya sekaligus memperkuat posisi UMKM batik di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 3. Pelatihan Strategi Deversikasi Produk Batik

3.3. Pendampingan dan Peningkatan Keperdayaan Mitra

Pendampingan kepada mitra UMKM batik dilakukan dengan menekankan prinsip *reuse*, *recycle*, dan *upcycle* sebagai strategi diversifikasi produk berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *circular economy* yang menekankan pemanfaatan sumber daya secara optimal melalui pengurangan limbah dan penciptaan produk bernilai tambah (Muazza et al., 2024). Dalam konteks UMKM batik, strategi ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga memperkuat daya saing melalui inovasi produk (Wibowo, Widiastuti, Siswadi, Ni'am, et al., 2024).

Pada Mitra 1, Batik Tulis Berkah Mojo, pendampingan diarahkan pada pemanfaatan limbah kain batik menjadi produk fesyen kontemporer sebagaimana pada Gambar 4. Melalui proses *upcycling*, mitra berhasil mengembangkan produk inovatif berupa topi, sepatu, sandal, dan tas berbahan dasar kain batik. Produk ini mencerminkan penggabungan kearifan lokal dengan tren mode *modern*, sehingga lebih sesuai dengan preferensi konsumen muda dan wisatawan (Marodiyah et al., 2024). Upaya diversifikasi ini sejalan dengan teori diferensiasi produk, di mana penciptaan variasi baru dapat meningkatkan daya tarik pasar dan mengurangi risiko usaha akibat ketergantungan pada satu produk utama (Syuzeva & Zheltenkov, 2021).



Gambar 4. Pendampingan dan Produk hasil Diversikasi Batik pada mitra 1

Sementara itu, Mitra 2, Pesona Batik Jombang, difokuskan pada diversifikasi produk non-busana berbasis kain batik sebagaimana pada Gambar 5. Melalui pendampingan, mitra menghasilkan produk turunan berupa tas tangan, dompet, dan aksesoris yang memanfaatkan kain sisa produksi. Diversifikasi ini tidak hanya memberikan nilai tambah ekonomi, tetapi juga memperluas segmen pasar melalui branding ramah lingkungan dan *storytelling* produk batik hijau. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa konsumen *modern* cenderung memilih produk yang memiliki nilai keberlanjutan dan etika lingkungan (Karsaklian & Fee, 2016).

Secara keseluruhan, pendampingan ini menunjukkan bahwa penerapan *reuse*, *recycle*, dan *upcycle* mampu mendorong UMKM batik bertransformasi menuju industri hijau yang inovatif, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi. Dengan diversifikasi produk, mitra tidak hanya mengurangi limbah, tetapi juga berhasil memperkuat posisi pasar melalui produk-produk kreatif yang sesuai dengan tuntutan konsumen modern (Nishikawa et al., 2013).



Gambar 5. Pendampingan dan Produk hasil Diversifikasi Batik pada mitra 2

Program pengabdian masyarakat yang mengedepankan penerapan *green management*, prinsip *reuse*, *recycle*, *upcycle*, serta strategi diversifikasi produk terbukti mampu meningkatkan keberdayaan mitra secara signifikan. Hal ini tercermin dari peningkatan omset kedua mitra setelah intervensi, sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Omset UD Berkah Mojo (Mitra 1) dan CV Pesona Batik Jombang (Mitra 2) Tahun 2025

No	Bulan	Omset (Rp)		Keterangan
		Mitra 1	Mitra 2	
1	Januari	52.692.000	57.680.000	Sebelum Intervensi
2	Februari	53.362.000	58.350.000	Sebelum Intervensi
3	Maret	51.147.000	56.135.000	Sebelum Intervensi
4	April	51.902.000	56.890.000	Sebelum Intervensi

No	Bulan	Omset (Rp)		Keterangan
		Mitra 1	Mitra 2	
5	Mei	52.852.000	57.840.000	Sebelum Intervensi
6	Juni	53.530.000	58.075.000	Setelah Intervensi
7	Juli	55.890.000	61.584.000	Setelah Intervensi
8	Agustus	57.750.000	62.050.000	Setelah Intervensi
9	September	59.326.000	64.274.000	Setelah Intervensi

*Sumber: UD Berkah Mojo dan CV Pesona Batik Jombang (2025)

Pada Mitra 1 (UD Berkah Mojo), rata-rata omset sebelum kegiatan (Januari–Mei 2025) sebesar Rp52.391.000 meningkat menjadi Rp56.687.839 pada periode setelah kegiatan (Juni–September 2025). Peningkatan ini mencapai sekitar 8,20%, yang menunjukkan bahwa diversifikasi produk berupa topi, sepatu, sandal, dan tas batik hasil *upcycling* telah berhasil menarik minat konsumen baru sekaligus memperluas segmen pasar.

Sementara itu, Mitra 2 (Pesona Batik Jombang) juga mengalami peningkatan signifikan. Rata-rata omset sebelum intervensi sebesar Rp57.379.000 naik menjadi Rp63.352.037 pada periode setelah kegiatan, atau meningkat sekitar 10,41%. Kenaikan ini ditopang oleh keberhasilan mitra dalam mengembangkan produk non-busana seperti tas, dompet, dan aksesoris berbasis batik yang dipasarkan melalui strategi *green branding* dan *storytelling*.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya berdampak pada aspek teknis produksi dan pengelolaan limbah, tetapi juga berhasil memperkuat kapasitas ekonomi mitra. Peningkatan rata-rata omset lebih dari 8–10% menjadi indikator bahwa integrasi aspek keberlanjutan dengan inovasi produk mampu meningkatkan daya saing UMKM batik secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Mitra sasaran dalam program pengabdian ini adalah UD Berkah Mojo dan CV Pesona Batik Jombang, yang sebelumnya menghadapi permasalahan keterbatasan dalam penerapan produksi ramah lingkungan, pengelolaan limbah, serta belum optimal dalam diversifikasi produk. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas mitra melalui penerapan *green management*, prinsip *reuse*, *recycle*, *upcycle*, serta strategi diversifikasi produk batik. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola limbah, menghasilkan produk turunan bernilai tambah, serta memperluas segmen pasar melalui penerapan strategi pemasaran hijau. Dampak nyata terlihat dari kenaikan rata-rata omset Mitra 1 sebesar 8,20% dan Mitra 2 sebesar 10,41% setelah intervensi, yang menandakan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil memperkuat keberdayaan UMKM batik menuju usaha yang lebih berkelanjutan, inovatif, dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan penghargaan dan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kemdiktisaintek, atas dukungan pendanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui skema Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggulan Daerah (PM-UPUD) tahun 2025. Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan kontrak nomor 124/C3/DT.05.00/PM/2025 tanggal 28 Mei 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Baseri, S. (2024). Environmentally sound recycling of agricultural waste: A sustainable approach to develop bio-functional art textile. *Journal of Environmental Management*, 366, 121758. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.121758>
- Bintara, R., Yadiati, W., Zarkasyi, M. W., & Tanzil, N. D. (2023). Management of Green Competitive Advantage: A Systematic Literature Review and Research Agenda. *Economies*, 11(2), 66. <https://doi.org/10.3390/economies11020066>
- Budiarto, D. S., Prabowo, M. A., Uyob, S., & Diansari, R. E. (2022). Diversification Strategy and its Impact on Sustainability: Research on Indonesian SMEs. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 13(1), 40–49. <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v13i1.612>
- Bustamante, M. J. (2020). Using sustainability-oriented process innovation to shape product markets. *International Journal of Innovation Management*, 24(08), 2040001. <https://doi.org/10.1142/S1363919620400010>
- Djunaidi, A. P. C. (2024). Eksperimen recycle limbah kain pre-konsumsi sisa industri sebagai material elemen interior. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 7(1), 91–102. <https://doi.org/10.24821/productum.v7i1.5620>
- Fadhilah, M. H., & Fahreza, M. (2023). Pendekatan Ekonomi Sirkular sebagai Model Pengembangan Bisnis melalui Pemanfaatan Aplikasi pada Usaha Kecil dan Menengah Pasca Covid-19. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2269>
- Gunawan, A. A., Bloemer, J., van Riel, A. C. R., & Essers, C. (2022). Institutional Barriers and Facilitators of Sustainability for Indonesian Batik SMEs: A Policy Agenda. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148772>
- Hamzah, A., & Shaari, N. (2024). Upcycle Textile Towards Value-Added Product as Creative Community Practices in Malaysia. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, VIII(VI), 2264–2275. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2024.806170>
- Hatammimi, J., & Gunawan, A. A. (2024). Sustainable Development of Batik Industry: A Literature Review. In A. B. & H. A. (Eds.), *Lecture Notes in Networks and Systems: Vol. 925 LNNS* (pp. 224–233). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54019-6_21
- Ismail, A. N., Azzahro, S., Fadhli, K., & Rahmatika, A. N. (2021). Sustainability of Batik Sekar Jati Star Jombang Business in Building Creative Economy in The New Normal Era. *INCOME Innovation of Economics and Management*, 1(1), 1–4. <https://doi.org/10.32764/income.v1i1.1374>
- Karsaklian, E., & Fee, A. (2016). *From Green to Ethical Consumers: What Really Motivates Consumers to Buy Ethical Products?* (pp. 192–201). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24184-5_51
- Khmaaj, A. A. M., Ilić, B., & Ostojić, B. (2024). Green Management and Marketing – Part of Socially Responsible Organizations. *Revija Za Ekonomske in Poslovne Vede*, 11(2), 39–54. <https://doi.org/10.55707/eb.v11i2.144>
- Kliš, S. (2023). Production waste of the textile and clothing industry in sustaindevelopment context. *Zeszyty Naukowe*, 2023(168). <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2023.168.14>
- Marodiyah, I., Taurusta, C., Febriansah, R. E., Ramdhani, A. P., Fidayati, A., Ardiansyah, R., & Nurdin, M. (2024). Optimization of production and marketing of stamped batik based on local wisdom through digital marketing. *Community Empowerment*, 9(11), 1716–1723. <https://doi.org/10.31603/ce.12355>
- Muazza, M., Mayasari, M., & Syuhada, S. (2024). Model Product Innovation and E-Commerce Portal in Management of Batik Craftsman MSMEs Based Industrial Sustainability. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(1), 29–46. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i1-05>

- Ningsih, Y. S., & Aryani, D. I. (2024). *Fashion Design as a Method to Improve the Sustainability of Batik Lasem Industry* (pp. 35–44). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-52726-5_5
- Nishikawa, H., Schreier, M., & Ogawa, S. (2013). User-generated versus designer-generated products: A performance assessment at Muji. *International Journal of Research in Marketing*, 30(2), 160–167. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2012.09.002>
- Nugroho, Z. B., Cahyandito, M. F., Astari, A. J., Dede, M., Abdoellah, O. S., Fadilah, K., & Sunardi, S. (2022). Preliminary Development of Indicators for Assessing the Sustainability of Indonesia's Natural-Dye-Based Batik Industry. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(7), 2097–2107. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170710>
- Phang, F. A., Roslan, A. N., Zakaria, Z. A., Zaini, M. A., Puspanathan, J., & Talib, C. A. (2022). Environmental Awareness in Batik Making Process. In *Sustainability* (Vol. 14, Issue 10). <https://doi.org/10.3390/su14106094>
- Prasetyo, R. A., Ariadi, S., & Asiyah, U. (2021). Enhancement of digital based batik craft products in kerek district, tuban district. *Distributed Computing*, 2(2), 62–65. <https://doi.org/10.20473/DC.V2.I2.2020.62-65>
- Syahid, A., Fauzi, A. M., & Ismayana, A. (2024). Sustainability Investigation of Batik Production at Seraci Batik Betawi. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1358(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1358/1/012037>
- Syuzeva, O. V., & Zheltenkov, A. (2021). Problems of choosing strategies for diversifying companies. *E3S Web of Conferences*, 284, 1–10. <https://doi.org/10.1051/E3SCONF/202128407014>
- Utomo, R. B., Gunawan, H., & Paramitalaksmi, R. (2023). Training of Batik Making and Calculating the Cost of Production of Batik in the Kedung Aren Tourism Village, Tridadi Village, Kapanewon Sleman, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(1), 63–74. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i1.2808>
- Wibowo, N. M., Widiastuti, Y., Siswadi, S., & Ni'am, A. C. (2024). Peningkatan keberdayaan umkm batik jombang melalui manajemen k3. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-7 PKM-CSR*, 7, 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v7i0.2518>
- Wibowo, N. M., Widiastuti, Y., Siswadi, S., Ni'am, A. C., Abdillah, N. M., Pramono, V. T. A., Putri, L. A., Boimau, Y., & Ghifari, F. H. (2024). Empowerment of Batik MSMEs in Jombang Through Green Innovation Towards a Green Batik Industry. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(3), 210–219. <https://doi.org/10.36982/jam.v8i3.4642>
- Wibowo, N. M., Widiastuti, Y., Siswadi, S., Wijaya, R. M. A., Puteramika, A., Ghifari, F. H., Putri, I. S., & Fauziyah, A. M. (2023). Pemberdayaan umkm batik melalui penerapan green marketing guna meningkatkan green customer. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v6i0.2097>
- Xia, W., Li, Z.-W., Tang, Y., & Li, Q. (2023). Sustainable recycling of café waste as natural bio resource and its value adding applications in green and effective dyeing/bio finishing of textile. *Separation and Purification Technology*, 309, 123091. <https://doi.org/10.1016/j.seppur.2022.123091>
- Xiao, M. (2024). Innovative Applications and Market Impact of Indonesian Batik in Modern Fashion. *Studies in Art and Architecture*, 3(2), 62–66. <https://doi.org/10.56397/saa.2024.06.13>
- Zhang, Q., Zhao, Q., Zhao, X., & Tang, L. (2020). On the introduction of green product to a market with environmentally conscious consumers. *Computers & Industrial Engineering*, 139, 106190. <https://doi.org/10.1016/J.CIE.2019.106190>