

## **Pendampingan IKM dalam *Ecoprinting* dan Digital Marketing**

**Suci Miranda<sup>1</sup>, Arif Hidayat<sup>2\*</sup>, Amarria Dila Sari<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

*\*Corresponding Email:* arif.hidayat@uui.ac.id

### **ABSTRAK**

UKM Ayu Arimbi yang merupakan pengrajin batik di Sleman mengalami penurunan pendapatan akibat berkurangnya jumlah produk yang dibeli oleh konsumen dikarenakan produk yang ditawarkan kurang bervariasi. Selain itu, UKM Ayu Arimbi hanya menerima pesanan secara langsung ke toko atau *whatsapp* dan tidak memaksimalkan penggunaan sosial media untuk promosi dan pemasaran digital. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendukung upaya diversifikasi produk dengan melakukan pengembangan dan inovasi produk-produk *ecoprint* dan membantu UKM Ayu Arimbi untuk memperluas pemasaran agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan pemasaran digital melalui sosial media. Program pengabdian ini mencakup pelatihan dan praktik *ecoprint*, pelatihan pemasaran digital secara menyeluruh dan penyuluhan tentang manajemen barang dan ruang menggunakan metode 5S. Materi terkait tata kelola barang dan ruang juga merupakan hal yang penting untuk meningkatkan produktivitas UKM. Seluruh program pengabdian telah terlaksana dengan baik. Hasil pengabdian ini berupa bimbingan pelatihan langsung di UKM dan kain *ecoprint* yang telah dibuat peserta selama pelatihan. Harapannya pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan dapat memberikan manfaat yaitu peningkatan pendapatan, kapasitas, serta daya saing UKM Ayu Arimbi.

**Kata kunci:** *Ecoprint*, UKM Pengrajin Batik, Pemasaran Digital, 5S

### **ABSTRACT**

*The Ayu Arimbi SME, which is a batik craftsman in Sleman, has experienced a decrease in revenue due to a reduction in the number of products purchased by consumers, as the products offered are not sufficiently varied. Additionally, Ayu Arimbi SME only accepts orders directly at the store or via WhatsApp and does not maximize the use of social media for promotion and digital marketing. The purpose of this community service is to support efforts to diversify products by developing and innovating eco-print products and to help Ayu Arimbi SME expand its marketing to reach more consumers through digital marketing via social media. This community service program includes training and practice in eco-printing, comprehensive digital marketing training, and counseling on goods and space management using the 5S method. The material related to goods and space management is also important for increasing SME productivity. All community service programs have been successfully implemented. The results of this service include direct training guidance at the SME and eco-print fabrics created by the participants during the training. It is hoped that the knowledge and skills provided will bring benefits such as increased revenue, capacity, and competitiveness of Ayu Arimbi SME.*

**Keywords:** *Batik Craftsman SME, Digital Marketing, Ecoprint, 5S*

## PENDAHULUAN

Batik menjadi salah satu unsur budaya Indonesia karena merupakan seni tradisional Indonesia yang dikenal sejak zaman Majapahit dan terus berkembang hingga hari ini. Batik merupakan kain bergambar yang dibuat dengan menggambar atau menerapkan malam pada kain yang masih kosong, kemudian melalui proses khusus yang menghasilkan karakteristik unik pada kain sehingga memiliki nilai seni yang tinggi (Salma dan Eskak, 2012). Perkembangan zaman membuat batik semakin bervariasi mengikuti tren mode, tidak hanya batik tulis namun juga ada batik cap dan lainnya. Namun dalam proses produksinya, limbah berupa zat cair dari pewarna sintetis menjadi masalah serius yang dapat mencemari lingkungan. Untuk mengatasi hal ini, muncul teknik Ecoprinting sebagai solusi untuk mengurangi limbah dan meningkatkan nilai serta kreativitas produk tekstil (Enrico, 2019). Belakangan ini, batik ecoprint menjadi trend karena pewarnaan dan pembuatan motifnya. (Widyaningsih et al., 2024).

Menurut Maharani (2018), ecoprint adalah proses mentransfer bentuk dan warna pada permukaan kain dengan menggunakan bahan yang berasal dari alam, sehingga ramah lingkungan. Teknik ini memiliki beberapa metode dalam praktiknya seperti dan memukul (*pounding*), mengukus (*steaming*), dan merebus (*boiling*) (Nurliana et al., 2021). Saat ini, batik ecoprint menjadi peluang besar dalam bisnis fashion dan tekstil karena bahan-bahannya mudah didapatkan dan diminati oleh berbagai kalangan (Jamilah et al., 2022). Selain itu, popularitas yang meningkat di Indonesia mendorong kesadaran masyarakat untuk lebih memilih produk ramah lingkungan atau produk berbahan alami dan meminimalkan penggunaan bahan kimia. Hal ini didukung oleh peningkatan kesadaran konsumen terhadap tanggung jawab lingkungan. Berdasarkan survei yang dilakukan Nielsen oleh Nurcahyadi (2021), sebanyak 41 persen konsumen mengatakan lebih memilih produk-produk organik dan berbahan alami, sementara 73 persen konsumen menyatakan kesiapannya beralih pada produk-produk yang lebih ramah lingkungan.

Sesuai dengan namanya, Ecoprinting, dari kata 'eco' yang merujuk pada ekosistem alam dan 'print' yang berarti mencetak, merupakan metode pewarnaan yang dikembangkan oleh India Flint (Irmayanti et al., 2020). Produk Ecoprint dibuat dengan cara menjiplak motif di atas kain dengan menggunakan bahan-bahan yang terdapat di alam sekitar antara lain dedaunan, bunga, batang bahkan ranting tumbuhan kemudian merebusnya, mirip seperti pembuatan batik (Jariah et al., 2023). Teknik ecoprint juga dikenal sistem casa merupakan pengembangan *ecofashion* yang bertujuan untuk membuat produk fashion yang ramah lingkungan (Saptutyingsih et al., 2019), yang hanya menggunakan bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia atau sintetis sehingga tidak menimbulkan pencemaran air, tanah atau udara. Proses ecoprint cukup sederhana namun dapat menghasilkan pola dan warna yang unik dan lebih kontemporer dibandingkan batik yang ditulis ataupun dicetak dengan motif batik yang klasik (Jariah, dkk., 2023).

Teknik ecoprinting ini, menggunakan proses yang sederhana dan tidak melibatkan mesin atau cairan kimia. Teknik ini cocok digunakan untuk menciptakan hiasan atau produk fashion ramah lingkungan, terutama pada kain berserat alami seperti kanvas atau katun yang mampu menyerap warna dengan baik. Teknik ecoprinting biasanya diterapkan pada bahan berserat alami seperti kain kanvas atau katun yang mampu menyerap warna dengan baik. Beberapa teknik yang biasa digunakan termasuk menempatkan daun atau bunga pada selembar kain, menggulungnya di sekitar batang kayu, kemudian dikukus, lalu daun dan bunga difermentasi untuk mengekstrak pigmen warna yang ada didalam tanaman tersebut. Teknik paling sederhana yaitu memukulkan daun atau bunga ke atas kain menggunakan palu (Pressinawangi & Widiawati, 2014).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) “Ayu Arimbi” merupakan pengrajin batik yang berlokasi di Kelurahan Pendowoharjo, Kapanewonan Sleman, Kabupaten Sleman. Selama ini UKM Ayu Arimbi masih terbatas hanya memproduksi batik tulis dan batik cap sesuai dengan pesanan. Batik yang diproduksi merupakan batik dengan motif kontemporer yang saat ini sedang banyak diminati konsumen. Beragamnya selera konsumen terhadap motif busana terutama yang berasal dari batik mendorong UKM “Ayu Arimbi” di Dusun Plalangan Desa Pandowoharjo Sleman untuk mencari alternatif produk selain batik.

Permasalahan utama dari mitra adalah penurunan pendapatan akibat berkurangnya jumlah produk yang dibeli oleh konsumen dikarenakan jenis produk yang ditawarkan kurang bervariasi. Pemasaran produk juga masih dilakukan secara konvensional dengan mengandalkan pesanan secara langsung atau melalui *whatsapp*. Produk UKM Ayu Arimbi tidak dipasarkan langsung kepada konsumen, karena memang belum mempunyai mekanisme pemasaran yang baik dan belum memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran secara digital. Pemasaran produk UMKM “Ayu Arimbi” yang masih sangat terbatas dan belum masif melakukan promosi yang efektif melalui platform digital karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan.

Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan pendapatan Mitra maka jumlah penjualan produk perlu ditingkatkan, salah satunya dengan melakukan ekstensifikasi dan diversifikasi produk Mitra. Diversifikasi produk yang bisa dilakukan adalah membuat produk *ecoprint* karena Mitra belum punya produk *ecoprint* yang sedang banyak diminati konsumen saat ini. Selain itu, untuk memasarkan produk *ecoprint*, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan produk ke pasaran. Strategi ini akan membuat pelanggan tertarik untuk membeli barang tersebut. Penggunaan internet bukan hal baru lagi seiring dengan peningkatan penggunaan teknologi dan informasi di era industri 4.0. Saat ini sudah banyak strategi pemasaran dilakukan secara *online* sehingga lebih efektif dan dapat menjangkau konsumen dan pasar yang lebih luas.

Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendukung upaya diversifikasi produk UKM "Ayu Arimbi" melalui pengembangan dan inovasi produk *ecoprint* dan membantu UKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan pemasaran digital, sehingga program ini juga mencakup pelatihan yang menyeluruh tentang strategi pemasaran digital. Selain itu, untuk optimalisasi pengelolaan manajemen Mitra, maka diberikan penyuluhan tambahan terkait tata kelola barang dan ruang dengan metode 5S. Materi tentang 5S ini juga dapat membantu Mitra untuk meminimasi limbah dan meningkatkan produktivitas kerja.

Diharapkan dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, seluruh anggota UKM "Ayu Arimbi" akan mendapatkan manfaat dari solusi yang ditawarkan yaitu diversifikasi produk dan pemasaran digital yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dan kesejahteraan. Diversifikasi produk dengan memanfaatkan teknik *ecoprint* diharapkan dapat menambah variasi produk yang ditawarkan, sehingga mampu menarik minat konsumen yang lebih luas. Sementara itu, pelatihan pemasaran digital dirancang untuk membekali para anggota dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan pendapatan, tetapi juga manfaat jangka panjang melalui peningkatan kapasitas dan daya saing UKM "Ayu Arimbi" di pasar yang semakin kompetitif.

**Tabel 1.** Permasalahan Dan Potensi Mitra Sasaran Pengabdian Di UMKM “Ayu Arimbi”

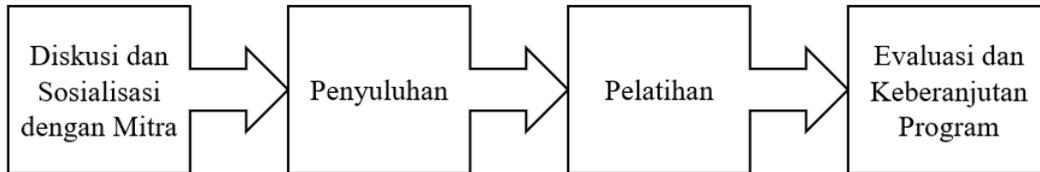
Permasalahan	Potensi/Kekuatan
Diversifikasi produk masih terbatas.	Pola pikir, kebudayaan, tanggapan masyarakat serta dukungan dari pemerintah desa yang sama-sama menginginkan adanya optimalisasi UKM “Ayu Arimbi”.
Media promosi tidak update baik offline maupun online.	Mitra sudah memiliki kemampuan untuk memproduksi batik.
Kemampuan sumberdaya belum optimal dalam pengelolaan manajemen	Sudah memiliki media web

## METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, maka kegiatan pengabdian dilakukan untuk melakukan pendampingan dalam hal pembuatan produk *ecoprint*, pelatihan pemasaran produk secara digital dan penguatan kelembagaan UKM. Untuk mengatasi solusi atas masalah yang dihadapi maka metode yang akan diterapkan dalam kegiatan pengabdian adalah menggunakan metode partisipatif. Metode partisipatif akan mendorong keikutsertaan dan keterlibatan mitra secara aktif sehingga penyelesaian masalah yang dihadapi akan lebih optimal. Semua usulan kegiatan akan melibatkan Mitra baik dalam mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, menyusun perencanaan

yang akan dijalankan, dan pengambilan keputusan. Pengusul akan mengambil peran dalam mendukung perencanaan, memberi masukan, dan menawarkan program untuk mengatasi permasalahan. Dengan demikian diharapkan Mitra akan dapat lebih mandiri dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi terkait diversifikasi produk dan pemasaran.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama 1 bulan dari bulan Juni hingga bulan Juli 2023. Beberapa tahapan dalam kegiatan ini digambarkan dalam Gambar 1.



**Gambar 1.** Alur kegiatan pengabdian

Tiap-tiap tahapan dalam kegiatan pengabdian memiliki peran penting dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program.

1. Diskusi dan Berkomunikasi dengan Mitra

**Diskusi:** Pada tahap ini, diskusi awal dengan mitra perlu dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang kebutuhan dan kesulitan yang dihadapi. Informasi yang diperoleh dari wacana akan membantu dalam pembuatan program yang efektif. Diskusi dilakukan dengan ibu-ibu pengrajin batik UKM Ayu Arimbi untuk menggali masalah dan observasi kondisi saat ini.

**Sosialisasi:** Rencana kegiatan pengabdian disosialisasikan setelah diskusi, karena mitra harus memahami tujuan, keuntungan, dan aktivitas yang akan dilakukan. Selain itu, tujuan dari aktivitas ini adalah untuk mendapatkan komitmen dan dukungan dari mitra sehingga program dapat berjalan dengan baik.

2. Penyuluhan

Penyuluhan merupakan tahap di mana informasi dan pengetahuan baru disampaikan kepada UKM "Ayu Arimbi" sebagai mitra. Penyuluhan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan mitra sehingga mereka dapat mengembangkan usaha mereka dengan lebih baik.

Penyuluhan mencakup topik-topik berikut:

- a. Penyuluhan 5S
- b. Penyuluhan pemasaran secara digital.
- c. Penyuluhan tentang ecoprint

3. Pelatihan

**Pelatihan:** Pada tahap ini, mitra memiliki kesempatan untuk belajar dan menerapkan kemampuan baru. Kegiatan pelatihan dalam pengabdian ini mencakup:

- a. Pelatihan pembuatan Ecoprint.
- b. Pelatihan cara pemasaran secara digital.

4. Evaluasi Program dan Keberlanjutan

**Evaluasi:** Tahap ini merupakan penilaian terhadap keberhasilan dan dampak dari kegiatan pengabdian. Evaluasi dilakukan dengan mengukur metrik tertentu, seperti peningkatan kualitas produk, penambahan pendapatan, atau kepuasan mitra. Hasilnya digunakan untuk mengevaluasi seberapa efektif program dan apa yang perlu diperbaiki.

**Keberlanjutan Program:** Berdasarkan hasil evaluasi, dibuat rencana keberlanjutan untuk memastikan bahwa mitra dapat terus menerapkan informasi dan pengetahuan dari kegiatan pengabdian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa studi seperti Jamilah et al. 2022, Harjito et al. 2022, lestariningsih et al. 2023, telah melakukan kegiatan pengabdian dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan ecoprinting di beberapa tempat dan mendapatkan antusiasme dari peserta pelatihan karena pengetahuan tentang ecoprinting merupakan sesuatu yang baru dan menjanjikan. Produk ecoprint yang dihasilkan dapat menjadi potensi diversifikasi produk dan warna batik (Roslinda et al., 2024; Sa'diyah et al., 2023)

sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha (Amalia et al., 2024) serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian alam melalui produk ramah lingkungan (Warman et al., 2023). Pada kegiatan pengabdian pembuatan ecoprint yang ramah lingkungan dengan menggunakan pewarna alami ini dilakukan selama satu bulan mulai Juni hingga Juli 2023. Kegiatan ini dilakukan di rumah produksi UKM Ayu Arimbi tepatnya Kelurahan Pendowoharjo, Kapanewonan Sleman, Kabupaten Sleman.

### **Pelatihan Pembuatan Ecoprint**

Pelatihan pembuatan ecoprint kali ini mengadopsi teknik kukus (steam), yang hampir mirip dengan metode merebus, tetapi kain tidak direbus secara langsung, tetapi dikukus, menggunakan uap dan panas untuk mentransfer warna dan bentuk tumbuhan ke kain. Teknik ini memanfaatkan uap dan panas untuk mentransfer warna dan bentuk dari tumbuhan pada kain. Pewarnaan menggunakan teknik ecoprint dengan metode rebus dan kukus setelah difiksasi menggunakan tawas menunjukkan ketahanan warna yang paling baik (Pandansari et al. 2022).



**Gambar 2.** Pelatihan pembuatan ecoprint

Praktek ecoprint dilakukan secara berkelompok dengan dua orang setiap kelompok dan didampingi oleh seorang dosen atau mahasiswa yang membantu. Dalam penelitian Pandansari et al. (2022), beberapa jenis bahan kain yang dapat digunakan sebagai media ecoprint kukus yaitu, ero, mori, dan katun. Dari ketiga bahan kain tersebut diketahui bahwa kain yang berbahan kapas menjadi media yang paling baik untuk media ecoprint. Dalam hal ini jenis kain yang digunakan adalah kain katun.

Kegiatan ini dipandu oleh instruktur pelatihan yang berpengalaman dalam teknik pembuatan ecoprint. Penjelasan yang diberikan oleh instruktur sangat jelas dan mudah dipahami oleh ibu-ibu yang mengikuti pelatihan. Instruktur memberikan penjelasan tentang bahan, peralatan, dan proses pembuatan ecoprint. Pada awal materi, instruktur menunjukkan cara membuat pola pada bahan atau kain dengan menggunakan bahan alami seperti batang, daun, bunga, atau bagian tumbuhan lainnya yang menghasilkan pigmen warna. Instruktur juga menunjukkan tumbuhan apa saja yang baik untuk digunakan sebagai bahan warna. Hal yang perlu diperhatikan adalah pemilihan daun yang akan digunakan harus seletif untuk memastikan daun tersebut dapat mengeluarkan warna dengan baik.

Terdapat beberapa alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan ecoprint dengan teknik kukus atau steaming yaitu dua lembar kain polos berwarna putih (kain katun), deduanan, pewarna alami, tawas, tunjang, tali, dan panci untuk mengukus. Prosedur kerja yang dilakukan untuk teknik ecoprint dengan metode kukus kali ini dibagi menjadi 2 tahapan yaitu tahap persiapan dan tahap pembuatan ecoprint, sebagai berikut:

#### **a. Tahap Persiapan**

1. Menyiapkan kain yang berbahan dasar serat alami bukan berbahan baku linen atau polyester
2. Menyiapkan beberapa pewarna alami yang telah di rebus. Setiap 1 kg pewarna alami direbus dengan 1500-liter air untuk menghasilkan warna yang lebih pekat.
3. Pewarna yang telah direbus didiamkan selama 1 malam dalam tempat yang tertutup
4. Proses *couring*, dilakukan dengan mencelupkan kain pada air tawas atau larutan soda ash selama 1 hari 1 malam. Kemudian kain dijemur hingga kain siap digunakan.
5. Menyiapkan tunjung hijau 10 gram (untuk pewarnaan kain agar sedikit gelap)

b. Tahap Pembuatan Ecoprint

1. Mengambil 2 helai kain, yang mana kain 1 dibasahi dengan air lalu diperas sampai setengah basah. Hal ini dikarenakan kain yang terlalu basah dapat membuat pewarna alami dari dedaunan menjadi berantakan, sedangkan kain yang terlalu kering tidak dapat memunculkan warna dari pewarna alami.
2. Kain 2 dicelupkan ke dalam pewarna alami yang telah didiamkan selama semalam di tempat tertutup.
3. Kain 1 yang sudah diperas lalu dibentangkan di atas plastik seukuran kain.
4. Menata dedaunan ecoprint di atas kain dengan kreatif, yang mana punggung daun menghadap pada kain.
5. Kain 2 yang sebelumnya telah dimasukkan ke pewarna, di peras seperti treatment kain 1.
6. Bentangkan kain 2 di atas kain 1 lalu injak-injak kain selama 10 menit atau sampai tidak ada udara dalam tumpukan kain. Hal ini dapat membantu proses pengecapan daun ke dalam kain.
7. Bentangkan plastik penutup seukuran kain diatas kain yang telah di injak. Lalu gulung kain dan plastic jadi satu dan ikat ujung gulungan menggunakan tali rafia sampai tidak ada udara yang masuk ke dalam kain dan plastik.
8. Masukkan gulungan ke dalam panci steam selama 3 jam dengan api sedang.
9. Buka gulungan kain, dan jemur hingga kering.
10. Kain ecoprint sudah dapat digunakan.

**Pelatihan Cara Pemasaran Secara Digital.**

Di zaman digital, internet berfungsi sebagai media komunikasi global yang memanfaatkan berbagai jenis media. Indonesia telah mengembangkan Internet of Things (IoT) sebagai bagian dari revolusi Industri 4.0, dengan penekanan pada teknologi dan informasi sosial. Keberadaan IoT saat ini membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat, salah satunya adalah mengubah strategi pemasaran produk melalui pemasaran digital (Rahadianto, 2021).

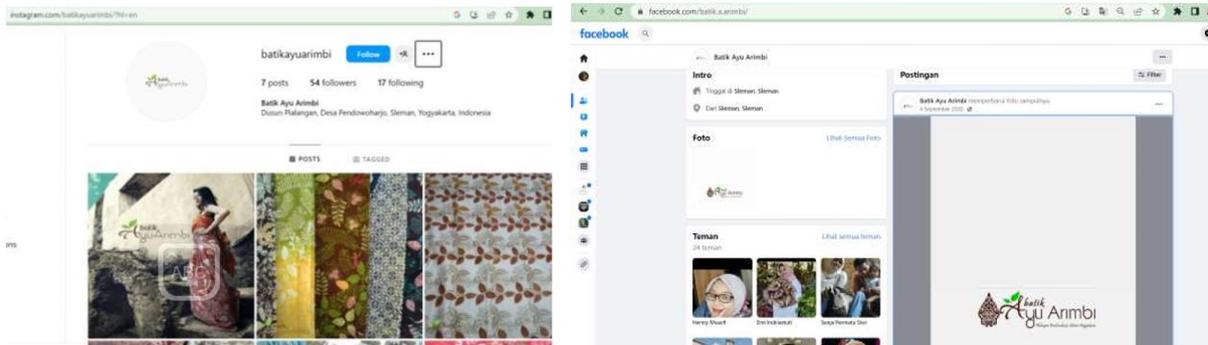
Pemasaran digital melibatkan penggunaan platform digital seperti media sosial, mesin pencari, dan email untuk mencapai tujuan pemasaran. Bagi UMKM, pemasaran digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas, menjangkau target pasar, dan meningkatkan penjualan (Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019). Pemasaran digital membantu menciptakan informasi yang lebih luas dan memfasilitasi pengembangan infrastruktur internet baru. Hal ini memungkinkan penjual dan calon konsumen berkomunikasi dalam jaringan, sehingga calon konsumen dapat langsung membandingkan kualitas, kuantitas, dan harga produk. Tanpa perlu memiliki toko fisik, pelaku usaha dapat menjalankan bisnis dengan menawarkan produk melalui media internet, seperti media sosial (Arifah, 2015).



**Gambar 3.** Pelatihan pemasaran digital

Pelatihan pemasaran digital disampaikan oleh Ibu Vembri Noor Helia selaku pemateri. Materi pelatihan yang diberikan kepada peserta mencakup pemasaran melalui internet mulai dari riset pasar, penggunaan sosial media dan website sebagai media promosi, periklanan, dan strategi pemasaran digital secara keseluruhan. Selain itu, pemateri juga mengulas sosial media yang dimiliki UKM Ayu

Arimbi seperti facebook dan instagram seperti pada gambar 5. Pemateri menemukan bahwa terdapat beberapa akun dengan nama yang sama. Berdasarkan pengakuan kepala pengurus UKM Ayu Arimbi, hal tersebut terjadi karena sering lupa sandi atau orang yang mengelola akun tersebut sudah tidak lagi menjadi bagian dari Ayu Arimbi. Sehingga pemateri menyarankan untuk mengoptimalkan satu akun yang menjadi hak milik Ayu Arimbi sehingga orang yang mengelola akun tersebut harus selalu berkoordinasi dengan ketua pengurus atau pada pengurus lainnya.



**Gambar 4.** Sosial media UKM Ayu Arimbi

Program pelatihan ini dapat meningkatkan pemahaman peserta tentang pemasaran digital. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta tentang strategi pemasaran digital, tetapi juga meningkatkan keterampilan praktis mereka. Pelatihan ini membantu pengrajin UKM Ayu Arimbi menggunakan media sosial secara efektif, membuat konten digital yang relevan, dan memanfaatkan alat analitik untuk mengoptimalkan upaya pemasaran mereka. Hal ini juga meningkatkan kemampuan mereka untuk mengevaluasi dan menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan calon konsumen yang menjadi target pasar.

### **Penyuluhan "Prinsip 5S/5R Penerapan di UKM"**

Sebelum memulai pelatihan ecoprinting, penyuluhan terkait prinsip 5S/5R diberikan kepada peserta. Tujuan penyuluhan materi ini untuk mengoptimalkan sumberdaya yang ada pada UKM Ayu Arimbi karena dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas kerja. Metode 5S/5R, yang terdiri dari Seiri (Ringkas), Seiton (Rapi), Seiso (Resik), Seiketsu (Rawat), dan Shitsuke (Rajin), dapat membantu UMKM dalam menciptakan tempat kerja yang lebih tertata, bersih, dan teratur.

Metode 5S merupakan alat yang sangat efektif untuk mengoptimalkan kinerja organisasi, tanpa memandang jenis organisasi, ukuran, maupun bidangnya, baik itu produksi atau jasa (Rai, 2016) sehingga dapat mendukung tujuan jangka panjang organisasi, seperti peningkatan berkelanjutan dan pencapaian kinerja yang lebih tinggi. Teknik ini juga merupakan pondasi dari *Total Productive Maintenance* (TPM) yang berfokus kepada biaya mencakup upaya pengurangan pengeluaran yang tidak perlu melalui pencegahan kerusakan alat, optimalisasi jadwal perawatan, dan pengurangan waktu henti produksi. Tujuan utama 5S adalah untuk (i) peningkatan ekonomi, (ii) meminimasi kerugian, (iii) meminiasi persediaan, (iv) meminimalkan bahaya dan polusi, (v) peningkatan kepuasan pelanggan internal dan eksternal, (vi) peningkata kualitas melalui standarisasi, (vii) peningkatan budaya kerja dan moral karyawan, dan (viii) peningkatan partisipasi karyawan (Tayal & Singh Kalsi, 2020). Oleh sebab itu, pendekatan 5S menjadi salah satu materi penyuluhan dalam kegiatan pengabdian ini.



**Gambar 5.** Penyuluhan ”Prinsip 5S/5R Penerapan di UKM”

Pengelolaan tata ruang memiliki pengaruh yang kuat terhadap efisiensi kerja. Kondisi ruangan kerja yang nyaman dan memadai, akan membuat karyawan lebih giat bekerja. Penerapan 5S/5R akan membantu sistem kerja karyawan menjadi lebih rapi, terstruktur, dan juga efisien sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Pelatihan 5S/5R dilakukan langsung oleh anggota tim, Suci Miranda dibantu oleh 3 mahasiswa sebagai asisten. Garis besar materi penyuluhan mencakup konsep 5S, prosedur pelaksanaan program 5S, contoh penerapan setiap S, tips agar penerapan 5S dapat terlaksana, dan kaitannya dengan produktivitas.

Strategi 5S adalah tahap dalam mengorganisasikan kondisi lingkungan kerja yang mempengaruhi kemahiran, kelangsungan kerja, efisiensi, dan kesejahteraan kerja (Khuzaimah, 2017). Program 5S diharapkan dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi dan kelangsungan hidup organisasi (Santos, 2017). Tujuan dari penyuluhan ini adalah agar UMKM Ayu Arimbi dan karyawannya memahami penggunaan tiap S, mulai dari memilah barang, menyusun dan memberikan label, membuat garis di setiap area, dan membersihkan secara teratur. Tahap Seiketsu (Rawat) dan Shitsuke tidak akan tercapai jika 3S pertama tidak dilakukan secara konsisten.

### **Evaluasi Program dan Keberlanjutan**

Pada tahapan evaluasi, tim pengabdian mengumpulkan dan menganalisis data terkait pelaksanaan program untuk menilai pencapaian tujuan dan efektivitasnya. Proses ini melibatkan pengumpulan umpan balik dari peserta, analisis indikator kinerja, serta penyusunan laporan evaluasi yang mencakup temuan dan rekomendasi perbaikan. Evaluasi ini bertujuan untuk memahami sejauh mana program telah berhasil serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Seluruh rangkaian program pengabdian telah terlaksana dengan baik. Evaluasi yang diberikan peserta menyatakan bahwa akan membuat inovasi produk yang terbuat dari ecoprint seperti baju.

Hasil positif dari pelatihan menunjukkan bahwa program ini harus dilanjutkan. Dalam mempertahankan manfaat yang telah dicapai, sangat disarankan agar UKM yang telah terlibat mendapatkan pendampingan rutin dan bahkan lebih banyak pelatihan berkelanjutan dan penyesuaian program berdasarkan evaluasi. Tim pengabdian berupaya memastikan bahwa program dapat terus berjalan dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi mitra.

### **SIMPULAN**

Ecoprint menjadi tawaran diversifikasi produk bagi UKM Ayu Arimbi untuk meningkatkan variasi produk yang dapat ditawarkan pada konsumen. Pelatihan dan praktik pembuatan kain ecoprint dengan teknik kukus diberikan pada peserta yang merupakan ibu-ibu pengrajin batik di UKM Ayu Arimbi. Pelatihan ecoprint dipimpin oleh instruktur yang berpengalaman di bidang ecoprint. Selain itu, pelatihan pemasaran digital dan penyuluhan tentang 5S juga dilakukan. Hal ini dikarenakan pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk melakukan pemasaran digital serta pengelolaan barang dan ruang belum dimiliki oleh pelaku UKM. Dengan pelatihan pemasaran digital, harapannya pelaku UKM dapat berfokus untuk melakukan promosi di media sosial dan platform digital lainnya agar produk-produk UKM Ayu Arimbi dapat dikenal lebih banyak orang serta meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka. Dengan penyuluhan tata kelola barang dan ruang menggunakan metode 5S, harapannya pelaku UKM dapat meminimasi limbah dan meningkatkan produktivitas

dengan lingkungan kerja yang nyaman. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini memberikan hasil yang positif dan memberikan manfaat signifikan terhadap Mitra. UKM Ayu Arimbi menyarankan agar pendampingan terkait digital marketing dan manajemen barang serta ruang dilanjutkan, khususnya dengan menggunakan metode 5S. Pendampingan ini dianggap penting untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UKM, serta memperkuat daya saing mereka di pasar digital yang semakin kompetitif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada yang sudah bersedia menjadi mitra kegiatan pengabdian. Terimakasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Islam Indonesia (UII) yang sudah memberikan pendanaan melalui skema Pengabdian kepada Masyarakat Unggulan tahun 2022 dengan nomor kontrak 9/Dir/DPPM/80/PPU/XI/2022.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S., Lestari, D., & Kesuma, A. I. (2024). Workshop penggunaan TikTok Shop untuk meningkatkan pendapatan usaha pada anggota Desa PRIMA Kelurahan Wedomartani. *Jurnal Pustaka Mitra*, 4(2).
- Arifah, F. N. (2015). Analisis sosial media sebagai strategi marketing dalam bisnis online. *Transform: Jurnal Informasi dan Pengembangan Iptek*, 11(2), 143–149.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Harjito, B., 'Aini, M. R. Q., & Kulsum, E. R. U. (2022). Pelatihan ecoprint dan tie dye bagi warga berkebutuhan khusus Desa Ngrecu Weru Sukoharjo. *Dinamisia*, 6(3), 678–684.
- Irmayanti, I., Suryani, H., & Megavitry, R. (2020). Pemanfaatan bahan alami untuk pembuatan ecoprint pada peserta kursus menjahit Yayasan Pendidikan Adhiputeri Kota Makassar. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Jamilah, Safitri, N., Khairunnisa, P. D., Saragih, P. P., Zulkarnain, T. S., & Anas, N. (2022). Pengelolaan dan pelatihan ecoprint berbasis potensi lokal Desa Bah Sarimah Kecamatan Silau Kahean Kabupaten Simalungun. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6).
- Jariah, A., Astini, B. N., Fahrudin, & Rachmayani, I. (2023). Efektivitas penerapan teknik ecoprint untuk mengembangkan motorik halus anak. *Journal of Classroom Action Research*, 5(1).
- Lestariningsih, S. P., Mangurai, S. U. N. M., & Munadian. (2023). Pemanfaatan tanaman mangrove sebagai bahan ecoprint di Kecamatan Mempawah Hilir Kabupaten Mempawah. *Prima Abdika*, 3(2), 115–124.
- Maharani, A. (2018). *Motif dan pewarnaan tekstil di home industry Kaine ArtFabric "Ecoprint Natural Dye"* (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Nurchayadi, G. (2021, Juli 6). Kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan terus meningkat. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/421640/kesadaran-konsumen-terhadap-produk-ramah-lingkungan-terus-meningkat>
- Nurliana, S., Wiryono, W., Haryanto, H., & Syarifuddin, S. (2021). Pelatihan ecoprint teknik pounding bagi guru-guru PAUD Haqiqi di Kota Bengkulu. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*, 19(2), 262–271.
- Rahadianto, D., Kreatif, F. I., & Telkom, U. (2021). Perancangan dan pelatihan pengelolaan website. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4, 1–8.
- Roslinda, E., Lestariningsih, S. P., Astiani, D., Ekyastuti, W., & Ekamawanti, H. A. (2024). Peningkatan nilai ekonomi tanaman mangrove melalui pelatihan pembuatan produk ecoprint. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 289–297.
- Sa'diyah, A. A., Widowati, & Khoiriyah, N. (2023). Pendampingan pewarnaan batik Singonegoro menggunakan pewarna alami dari tanaman *Indigofera tinctoria*. *Jurnal Abdiinsani*, 10(3).
- Salma, I. R., & Eskak, E. (2012). Kajian estetika desain batik khas Sleman Semarak Salak. *Dinamika Kerajinan dan Batik: Majalah Ilmiah*, 32(2), 1–8.

- Saptutyningsih, E., & Wardani, D. T. K. (2019). Pemanfaatan bahan alami untuk pengembangan produk ecoprint di Dukuh IV Cerme, Panjatan, Kabupaten Kulonprogo. *Jurnal Warta LPM*, 22(1).
- Warman, T., Herdayani, A'in, L. N., Apriyana, D., Almayanti, Safitri, A., Pramita, S., Ramadhan, G., Najmi, K., & Tanjung, A. M. (2023). Pelatihan ecoprint sebagai bentuk pemanfaatan bahan alami kepada ibu-ibu PKK Desa Mabuan. *EJOIN*, 1(9), 1001–1007.
- Widiyaningsih, N., Susanto, M. R., & Erniasari. (2024). Peningkatan kreativitas siswa melalui model pembelajaran project-based learning pada materi teknik membuat siswa kelas VI sekolah dasar. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(1).