

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN**



**PENDAMPINGAN MANAJEMEN BISNIS DALAM PENERAPAN GREEN
BUSINESS UMKM BATIK ECO PRINT DI KABUPATEN BOJONEGORO**

Tim Pengusul:

**Joko Hadi Susilo, S.E., M.E
Hartiningsih Astuti, S.E, M.M
Anggita Munawaroh
Ananda Marda Fitria**

Nomor Kontrak 035 / LPPM-PENGMAS / UB / XI/ 2025

Dibiayai oleh:

Universitas Bojonegoro

Periode 2 Tahun Anggaran 2026/2027

UNIVERSITAS BOJONEGORO

2026

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENGABDIAN PENDANAAN PERGURUAN TINGGI

1. **Judul Pengabdian** : Pendampingan Manajemen Bisnis Dalam Penerapan Green Business Umkm Batik Eco Print Di Kabupaten Bojonegoro
2. **Ketua**
 - a. Nama Peneliti : Joko Hadi Susilo, S.E., M.E
 - b. NIDN : 07 0706 9204
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : Jokohadisusilo92@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
3. **Anggota 1**
 - a. Nama Dosen : Hartiningsih Astuti, S.E, M.M
 - b. NIDN : 07 2312 6202
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : Hartiningsihastuti23@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Manajemenn**Anggota 2**
 - a. Nama Mahasiswa : Anggita Munawaroh
 - b. NIM : 23602011021
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : Anggitamuna2@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan**Anggota 3**
 - a. Nama Mahasiswa : Ananda Marda Fitria
 - b. NIM : 23602011017
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : anandamarda26@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
4. Jangka Waktu Pengabdian : 6 Bulan
6. Lokasi Pengabdian : Ledok Kulon-Bojonegoro
7. Dana Diusulkan : Rp. 2.000.000

Mengetahui,
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Bojonegoro, 1 Februari 2026
Pengusul,

Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.
NIDN 07 2108 8601

Joko Hadi Susilo, S.E, M.E
NIDN. 07 0706 9204

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan pendampingan yang berjudul “*Pendampingan Manajemen Bisnis dalam Penerapan Green Business UMKM Batik Eco Print di Kabupaten Bojonegoro*” dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM dalam rangka mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Batik Eco Print dalam menerapkan prinsip green business melalui penguatan inovasi produk, pemasaran digital, dan manajemen usaha berkelanjutan. Diharapkan hasil pendampingan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM serta mendukung peningkatan daya saing usaha berbasis lingkungan.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pengampu, mitra UMKM, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan ke depannya.

Bojonegoro, 1 Februari 2026

Penulis

Joko Hadi Susilo, S.E., M.E

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
INFORMASI KELAYAKAN IKM DAMPINGAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Isu dan Fokus Pengabdian	1
1.2 Lokasi Pendampingan	4
BAB II	6
SOLUSI PERMASALAHAN.....	6
2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan	6
2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan	7
BAB III.....	11
METODE PELAKSANAAN	11
3.1 Teknik Pendampingan.....	11
3.2 Strategi Yang Digunakan	12
3.3 Tahapan Kegiatan.....	13
BAB IV	15
KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	Error! Bookmark not defined.
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	17
5.1 Profil Industri Kecil Menengah	17
5.2 Hasil Pendampingan	17
5.3 Pembahasan	19
BAB VI.....	21

PENUTUP	21
6.1 Kesimpulan	21
6.2 Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN	26

DAFTAR TABEL

Tabel 5 1 Profil Industri Kecil Menengah	17
---	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1 Pembuatan Motif Baru Ecoprint	18
Gambar 5. 2 Platform Promosi Media Sosial Instagram.....	18
Gambar 5. 3 Media Promosi Baru Patform Tiktok	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Proses Pembuatan Motif Baru.....	26
Lampiran 2 Surat Ketersediaan Mitra	26
Lampiran 3 Media Promosi Digital Tiktok	26
Lampiran 4 Media Promosi Digital Instagram	26
Lampiran 5 Packaging.....	27
Lampiran 6 Pemasangan Tag Harga	27
Lampiran 7 Pendampingan.....	27
Lampiran 8 Pendampingan.....	27

ABSTRAK

Kegiatan pendampingan UMKM Batik Eco Print di Kabupaten Bojonegoro dilakukan karena masih rendahnya penerapan manajemen bisnis berkelanjutan berbasis green business. Mitra menghadapi kendala berupa minimnya inovasi produk, pemasaran digital yang belum optimal, serta pengelolaan usaha yang masih bersifat konvensional. Kondisi ini membatasi daya saing dan menghambat keberlanjutan usaha. Program pendampingan bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menerapkan green innovation, green marketing, dan green management agar usaha lebih adaptif dan kompetitif. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, pelatihan, pendampingan langsung, dan pendekatan partisipatif. Fokus pendampingan meliputi pengembangan inovasi produk berbahan alami, penguatan pemasaran digital berorientasi nilai ramah lingkungan, serta perbaikan manajemen usaha melalui pencatatan sederhana dan efisiensi sumber daya. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengembangkan variasi produk, memanfaatkan media sosial untuk promosi, dan menerapkan pengelolaan usaha yang lebih terstruktur. Kegiatan ini mendukung Tri Dharma Perguruan Tinggi dan mendorong ekonomi kreatif berbasis lingkungan di Bojonegoro.

Kata Kunci: UMKM, Batik Eco Print, Green Business, Pendampingan, Keberlanjutan Usaha

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Isu dan Fokus Pengabdian

Perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan strategis dalam menopang perekonomian nasional, khususnya pada tingkat daerah. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi lokal melalui produk-produk kreatif berbasis potensi daerah. Salah satu sektor yang memiliki nilai budaya dan ekonomi tinggi adalah industri batik, termasuk Batik Eco Print yang kini semakin populer karena mengusung konsep ramah lingkungan. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam penerapan manajemen bisnis yang berkelanjutan dan berbasis lingkungan (green business) (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Kabupaten Bojonegoro dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki potensi pengembangan UMKM berbasis sumber daya alam, termasuk Batik Eco Print yang menggunakan bahan pewarna alami dari tumbuhan sekitar. Akan tetapi, tantangan seperti keterbatasan inovasi produk, strategi pemasaran digital yang belum optimal, serta manajemen usaha yang masih tradisional membuat UMKM tersebut sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Sari & Prasetyo, 2022). Oleh karena itu, perlu adanya kegiatan pendampingan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip green innovation, green marketing, dan green management dalam setiap proses bisnis.

Konsep green business menekankan pentingnya praktik usaha yang memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui green innovation, pelaku usaha dapat menciptakan produk dengan nilai tambah berbasis keberlanjutan. Sementara green marketing membantu membangun citra positif di mata konsumen yang kini semakin peduli terhadap isu lingkungan. Di sisi lain, penerapan green management memungkinkan efisiensi sumber daya dan peningkatan daya saing jangka panjang (Chen, 2010; Kumar et al., 2021).

Kegiatan pendampingan ini menjadi penting untuk membantu pelaku UMKM Batik Eco Print di Bojonegoro memahami dan menerapkan strategi bisnis

berkelanjutan secara nyata. Pendampingan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kesadaran pelaku usaha dalam mengelola bisnis yang ramah lingkungan sekaligus menguntungkan secara ekonomi. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mendukung pembangunan ekonomi hijau (green economy) di tingkat lokal (Suharyono, 2021).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Banjarejo, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur. Desa ini dikenal sebagai salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi kreatif yang berkembang pesat, khususnya pada sektor kerajinan batik berbasis bahan alami. Beberapa pelaku usaha di desa ini telah mulai mengembangkan Batik Eco Print, yaitu produk batik yang memanfaatkan bahan pewarna dari daun, bunga, dan kulit kayu tanpa bahan kimia sintetis, sehingga ramah terhadap lingkungan dan aman bagi kesehatan.

Pemilihan Desa Banjarejo sebagai lokasi pendampingan didasarkan pada pertimbangan empiris dari hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha setempat. Ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Batik Eco Print telah memiliki keterampilan teknis dalam produksi, namun masih menghadapi kendala pada aspek manajemen bisnis, inovasi produk, serta strategi pemasaran digital. Selain itu, pengelolaan usaha masih dilakukan secara konvensional, tanpa menerapkan prinsip green management yang menekankan efisiensi sumber daya dan tanggung jawab lingkungan (Astuti & Widyaningsih, 2022). Kondisi ini menunjukkan perlunya kegiatan pendampingan untuk memperkuat kapasitas manajerial dan penerapan prinsip green business yang berkelanjutan.

Perkembangan UMKM di bidang batik eco print di Bojonegoro menunjukkan tren positif. Data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bojonegoro (2023) mencatat peningkatan sekitar 12% per tahun pada jumlah pelaku usaha di sektor kerajinan batik, termasuk eco print. Fenomena ini juga sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk ramah lingkungan dan berkelanjutan. Namun demikian, sebagian besar UMKM masih berorientasi pada produksi dan penjualan lokal, belum mampu membangun branding dan green

marketing yang kuat untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Rahmawati et al., 2021).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berangkat dari berbagai isu strategis yang dihadapi oleh pelaku UMKM Batik Eco Print di Desa Banjarejo, Kecamatan Bojonegoro. Secara umum, isu utama yang diidentifikasi mencakup tiga aspek besar, yaitu keterbatasan inovasi produk, rendahnya efektivitas pemasaran digital, dan lemahnya sistem manajemen usaha yang berkelanjutan. Meskipun potensi Batik Eco Print sebagai produk ramah lingkungan sangat besar, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode produksi tradisional, belum melakukan diversifikasi desain dan produk sesuai selera pasar, serta belum memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan penjualan. Kondisi tersebut menyebabkan rendahnya daya saing, terbatasnya jangkauan pasar, serta kurang optimalnya nilai ekonomi yang diperoleh (Astuti & Widyaningsih, 2022).

Dari sisi pemasaran, pelaku UMKM belum sepenuhnya menerapkan strategi green marketing, padahal konsep ini memiliki nilai jual tinggi karena konsumen modern semakin peduli terhadap keberlanjutan lingkungan. Produk Batik Eco Print memiliki citra alami dan ramah lingkungan yang sebenarnya dapat menjadi keunggulan kompetitif apabila dikemas dan dikomunikasikan dengan tepat melalui media digital (Rahmawati et al., 2021). Namun, kurangnya kemampuan membuat konten promosi berbasis storytelling, minimnya pengetahuan tentang penggunaan media sosial secara strategis, serta keterbatasan akses terhadap jaringan kemitraan menjadi hambatan utama.

Selain itu, dari sisi manajerial, sebagian besar UMKM masih belum memiliki sistem green management yang terstruktur, baik dalam hal pencatatan keuangan, pengelolaan limbah, maupun perencanaan bisnis jangka panjang. Usaha masih berjalan berdasarkan pengalaman tanpa perencanaan berbasis data dan efisiensi sumber daya (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Akibatnya, keberlanjutan usaha menjadi rentan ketika terjadi fluktuasi permintaan pasar atau kenaikan biaya bahan baku.

Kegiatan pendampingan ini perlu dan penting dilakukan karena pelaku UMKM Batik Eco Print di Desa Banjarejo, Kecamatan Bojonegoro memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk ramah lingkungan, namun masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Tanpa dukungan dan pendampingan yang tepat, potensi ekonomi dan nilai keberlanjutan yang dimiliki batik eco print sulit berkembang secara optimal. Pendampingan ini menjadi penting sebagai sarana untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan dalam inovasi produk, strategi pemasaran digital berbasis green marketing, serta penerapan manajemen bisnis berwawasan lingkungan (green management). Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat citra usaha yang selaras dengan prinsip green business. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi hijau (green economy) di tingkat lokal yang mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) di bidang lingkungan, ekonomi, dan sosial.

1.2 Lokasi Pendampingan

Desa Ledok Kulon, yang terletak di Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi kreatif yang terus berkembang, terutama pada sektor kerajinan dan batik berbasis bahan alami. Desa ini dikenal memiliki lingkungan yang masih asri serta ketersediaan bahan baku alami seperti daun jati, bunga, dan kulit kayu yang dapat dimanfaatkan untuk proses pewarnaan alami dalam pembuatan Batik Eco Print. Kondisi geografis dan sosial masyarakat yang mendukung kegiatan kerajinan menjadikan Desa Banjarejo sebagai lokasi potensial untuk pengembangan green business berbasis kearifan lokal.

Secara empiris, pemilihan Desa Banjarejo sebagai lokasi pengabdian didasarkan pada hasil observasi lapangan dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM serta aparat desa. Ditemukan bahwa sebagian besar pengrajin batik di desa ini sudah mulai mengenal teknik eco print, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam aspek inovasi desain, manajemen usaha, dan pemasaran produk.

Produk yang dihasilkan sering kali belum memiliki diferensiasi yang kuat dan masih dipasarkan secara terbatas pada lingkup lokal. Selain itu, sebagian pelaku usaha belum memahami pentingnya pengelolaan limbah produksi dan efisiensi sumber daya sebagai bagian dari prinsip green management.\

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

1.1 Solusi Permasalahan Pendampingan

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM Batik Eco Print di Desa Banjarejo adalah masih rendahnya kemampuan dalam menerapkan prinsip green business secara menyeluruh, baik dari sisi inovasi produk, pemasaran, maupun manajemen usaha. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang dengan pendekatan pendampingan partisipatif yang menekankan pada pembelajaran langsung (*learning by doing*) dan penerapan strategi yang mudah dilakukan oleh pelaku usaha.

Solusi pertama difokuskan pada aspek Green Innovation (Inovasi Ramah Lingkungan). Pendampingan diarahkan untuk membantu pelaku UMKM mengembangkan variasi produk Batik Eco Print dengan desain yang lebih modern dan menarik tanpa meninggalkan unsur alami dan tradisionalnya. Tim pengabdian akan memberikan pelatihan sederhana tentang teknik pengolahan bahan alami yang efisien, pengkombinasian warna alami yang stabil, serta penggunaan bahan daur ulang untuk kemasan produk. Selain itu, pelatihan desain kreatif dan *value creation* produk juga diberikan agar hasil batik tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga memiliki nilai jual tinggi dan berkontribusi pada pengurangan limbah produksi.

Solusi kedua berkaitan dengan Green Marketing (Pemasaran Ramah Lingkungan). Pendampingan dalam aspek ini dilakukan dengan memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan promosi digital melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan marketplace. Kegiatan ini mencakup pelatihan pembuatan konten promosi yang menonjolkan nilai keberlanjutan, seperti proses produksi ramah lingkungan, penggunaan bahan alami, serta kontribusi terhadap pelestarian budaya lokal. Selain itu, pelaku usaha juga didorong untuk memahami strategi branding hijau dan membangun citra usaha yang konsisten dengan prinsip *eco-friendly*.

Solusi ketiga menitikberatkan pada Green Management (Manajemen Usaha Berwawasan Lingkungan). Dalam tahap ini, pendampingan dilakukan untuk

memperkuat kemampuan administrasi dan pengelolaan keuangan usaha agar lebih transparan dan efisien. Pelaku UMKM akan diajarkan cara sederhana mencatat arus kas, menghitung biaya produksi, dan mengelola stok bahan baku. Di sisi lain, pendampingan juga mencakup edukasi mengenai pengelolaan limbah dan efisiensi energi dalam proses produksi batik, seperti pemanfaatan ulang air rendaman dan pengurangan penggunaan bahan kimia.

2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan

Penelitian oleh Hartati dan Puspita (2020) menunjukkan bahwa penerapan green innovation pada UMKM batik dapat meningkatkan daya saing melalui efisiensi bahan baku, penggunaan pewarna alami, dan pengurangan limbah produksi. Hasil riset tersebut menegaskan bahwa inovasi berwawasan lingkungan bukan hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga membangun citra positif di mata konsumen. Hal ini sejalan dengan kebutuhan UMKM Batik Eco Print di Bojonegoro untuk memperkuat karakter ramah lingkungan dalam proses produksinya. Selanjutnya, Sari dan Nugroho (2021) meneliti implementasi green marketing pada usaha kecil dan menengah di sektor tekstil. Hasil penelitiannya mengungkap bahwa promosi berbasis nilai lingkungan dapat memperluas pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini relevan bagi pelaku Batik Eco Print yang masih terbatas dalam strategi digital marketing dan perlu mengadopsi pendekatan promosi yang menonjolkan nilai keberlanjutan.

Penelitian Lestari (2020) menyoroti pentingnya green management dalam menjaga keberlangsungan usaha kecil. Ia menemukan bahwa pengelolaan keuangan dan sumber daya yang efisien mampu menekan biaya produksi hingga 15% dan meningkatkan produktivitas. Riset ini mendukung perlunya pendampingan dalam membangun sistem manajemen usaha yang ramah lingkungan dan efisien di Desa Banjarejo. Kemudian, Rahmawati et al. (2022) mengkaji pengembangan kapasitas UMKM batik melalui pelatihan inovasi dan digitalisasi. Hasil riset menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan teknis dan manajerial dapat meningkatkan omzet pelaku usaha hingga 30%. Temuan ini menguatkan pentingnya model pendampingan yang komprehensif mencakup inovasi, manajemen, dan pemasaran.

Riset oleh Handayani dan Putra (2021) membahas peran kemitraan dalam memperluas jejaring bisnis hijau. Mereka menemukan bahwa kolaborasi dengan komunitas dan lembaga pendidikan mampu meningkatkan akses pasar serta mempercepat adopsi teknologi ramah lingkungan. Pendekatan ini relevan bagi UMKM Batik Eco Print yang membutuhkan dukungan lintas sektor untuk penguatan usaha. Wibowo dan Aini (2023) meneliti hubungan antara penerapan prinsip sustainability dengan pertumbuhan ekonomi lokal. Mereka menyimpulkan bahwa UMKM yang konsisten menerapkan prinsip bisnis hijau berkontribusi positif terhadap ekonomi desa dan pelestarian lingkungan. Temuan ini menegaskan bahwa pengabdian kepada masyarakat berbasis green business memiliki dampak ganda, baik ekonomi maupun ekologis.

Penelitian oleh Yuliani dan Pradana (2022) mengkaji penerapan eco-innovation pada industri kreatif berbasis lokal. Hasil riset mereka menunjukkan bahwa kreativitas dalam memanfaatkan sumber daya alam sekitar, seperti daun dan bunga sebagai pewarna alami, dapat meningkatkan nilai tambah produk tanpa menambah beban lingkungan. Temuan ini sejalan dengan potensi besar UMKM Batik Eco Print di Bojonegoro yang memiliki sumber daya bahan alami melimpah dan dapat dikembangkan melalui inovasi ramah lingkungan.

Fauziah et al. (2021) melakukan penelitian mengenai digital transformation pada UMKM berorientasi hijau. Mereka menemukan bahwa penggunaan media digital seperti marketplace dan media sosial mampu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan dan memperluas jangkauan pasar hingga lintas daerah. Penelitian ini mendukung perlunya pendampingan green marketing untuk memperkuat visibilitas produk batik eco print secara daring dan membangun citra usaha berkelanjutan.

Penelitian oleh Kusuma dan Dewi (2023) menyoroti hubungan antara penerapan green management dengan keberlanjutan bisnis UMKM di sektor kerajinan. Hasilnya menunjukkan bahwa manajemen produksi yang memperhatikan pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan perencanaan keuangan berkelanjutan mampu meningkatkan profitabilitas hingga 20%. Riset ini memberikan dasar empiris bahwa penerapan manajemen ramah lingkungan bukan

hanya berdampak positif pada ekosistem, tetapi juga meningkatkan kinerja ekonomi usaha.

Sedangkan teori yang relevan antara lain adalah:

1. Teori Green Innovation (Inovasi Ramah Lingkungan)

Teori Green Innovation menjelaskan bahwa inovasi yang mengintegrasikan aspek ramah lingkungan ke dalam produk, proses, atau sistem bisnis dapat meningkatkan efisiensi sekaligus menjaga keberlanjutan (Chen, 2008). Dalam konteks UMKM Batik Eco Print, teori ini relevan karena mendorong pelaku usaha untuk berkreasi dengan bahan pewarna alami, teknik produksi hemat energi, serta desain produk yang bernilai tinggi tanpa merusak lingkungan. Pendampingan berbasis teori ini membantu UMKM melakukan transformasi dari inovasi tradisional menjadi inovasi berwawasan lingkungan yang meningkatkan daya saing pasar.

2. Teori Green Marketing (Pemasaran Ramah Lingkungan)

Teori Green Marketing yang dikemukakan oleh Peattie (1995) menekankan pentingnya strategi pemasaran yang tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga nilai-nilai keberlanjutan yang dikandungnya. Dalam pengabdian ini, teori tersebut menjadi dasar bagi pendampingan digital marketing yang berfokus pada promosi nilai ramah lingkungan produk Batik Eco Print. Dengan menerapkan eco-branding, narasi pemasaran yang mengangkat keaslian bahan alami dan dampak positif terhadap lingkungan dapat memperkuat citra merek dan menarik minat konsumen modern yang sadar lingkungan.

3. Teori Resource-Based View (RBV)

Teori Resource-Based View (Barney, 1991) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu usaha ditentukan oleh kemampuan mengelola sumber daya yang unik, berharga, dan sulit ditiru. Dalam konteks pendampingan UMKM Batik Eco Print, teori ini menegaskan bahwa sumber daya lokal seperti bahan alam, keterampilan pengrajin, dan nilai budaya Bojonegoro merupakan aset strategis yang harus dikelola secara efektif untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

4. Teori Sustainable Development (Pembangunan Berkelanjutan)

Menurut teori Sustainable Development dari Brundtland Commission (1987), pembangunan harus memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kegiatan pengabdian ini, teori tersebut menjadi dasar konseptual dalam mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan pada manajemen usaha UMKM. Dengan menerapkan prinsip ini, pelaku UMKM tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga turut menjaga kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

5. Teori Community Empowerment (Pemberdayaan Masyarakat)

Teori Community Empowerment yang dikemukakan oleh Zimmerman (2000) menjelaskan pentingnya peningkatan kapasitas, partisipasi aktif, dan kemandirian masyarakat dalam proses pengembangan ekonomi lokal. Dalam konteks pengabdian ini, teori tersebut digunakan untuk merancang strategi pendampingan partisipatif, di mana pelaku UMKM Batik Eco Print tidak hanya menjadi objek pelatihan, tetapi juga subjek aktif yang ikut merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi proses pendampingan.

6. Teori Diffusion of Innovation (Difusi Inovasi)

Rogers (2003) melalui teorinya Diffusion of Innovation menjelaskan bahwa adopsi inovasi dalam masyarakat dipengaruhi oleh komunikasi, waktu, dan karakteristik inovasi itu sendiri. Teori ini mendukung pendekatan pendampingan yang berfokus pada penyebaran pengetahuan dan praktik green business di kalangan pelaku UMKM lainnya di Bojonegoro, sehingga efek keberlanjutan dapat meluas ke komunitas sekitar.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Teknik Pendampingan

Teknik pendampingan yang dilakukan antara lain adalah:

1. Teknik Observasi.

Tahap awal dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi UMKM Batik Eco Print di Desa Banjarejo dan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi kondisi aktual, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan prioritas. Teknik ini membantu tim pendamping memahami aspek manajemen, inovasi, dan pemasaran yang masih perlu diperbaiki. Hasil need assessment menjadi dasar dalam merancang strategi pendampingan yang sesuai dengan karakteristik dan kemampuan mitra.

2. Teknik Pelatihan (Training and Coaching)

Setelah kebutuhan teridentifikasi, dilakukan kegiatan pelatihan dalam bentuk coaching clinic dan hands-on training. Pelatihan ini mencakup tiga fokus utama, yaitu green innovation, green marketing, dan green management.

- a) Pada aspek green innovation, pelaku usaha dilatih membuat variasi motif batik eco print dengan bahan alami.
- b) Pada green marketing, dilakukan pelatihan penggunaan media sosial dan marketplace untuk pemasaran digital.
- c) Pada green management, peserta diajarkan membuat pencatatan keuangan sederhana serta strategi efisiensi bahan baku.
- d) Pelatihan dirancang interaktif melalui praktik langsung sehingga peserta dapat menerapkannya secara mandiri.

3. Teknik Pendampingan Lapangan (Field Assistance)

Pendampingan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi dilanjutkan dengan kunjungan lapangan secara berkala untuk memantau implementasi hasil pelatihan. Tim pendamping memberikan bimbingan personal terkait kendala yang dihadapi mitra, misalnya kesulitan dalam pembuatan desain, pengelolaan limbah, atau pengaturan stok bahan baku. Teknik ini memastikan bahwa hasil

pelatihan benar-benar diterapkan dan memberikan perubahan nyata dalam proses produksi maupun manajemen.

4. Teknik Pendampingan Partisipatif (Participatory Approach)

Seluruh proses pendampingan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana pelaku UMKM menjadi subjek aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Pendekatan ini bertujuan membangun rasa memiliki (sense of ownership) sehingga hasil pendampingan tidak hanya menghasilkan pengetahuan baru, tetapi juga menciptakan perubahan perilaku dan kemandirian usaha yang berkelanjutan.

3.2 Strategi Yang Digunakan

Strategi pendampingan merupakan pendekatan sistematis yang digunakan oleh tim pelaksana untuk mencapai tujuan kegiatan secara efektif dan efisien. Strategi ini mencakup cara atau langkah-langkah yang disusun untuk membantu mitra — dalam hal ini pelaku UMKM Batik Eco Print agar mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi, mengembangkan potensi usahanya, dan menerapkan prinsip green business secara berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat, kegiatan pendampingan tidak hanya menghasilkan perubahan sementara, tetapi juga membangun kemandirian, kapasitas, serta kesadaran lingkungan pada pelaku usaha.

Pendampingan ini berorientasi pada tiga aspek utama, yaitu Green Innovation, Green Marketing, dan Green Management, sehingga strategi yang digunakan harus mampu mendorong kreativitas, memperkuat daya saing, serta memastikan efisiensi sumber daya tanpa mengabaikan kelestarian lingkungan. Strategi yang digunakan antara lain adalah:

1. Strategi Partisipatif dan Kolaboratif. Strategi ini dilakukan dengan melibatkan secara aktif pelaku UMKM, pemerintah desa, lembaga pendukung, serta komunitas batik dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan partisipatif menjadikan mitra bukan sebagai objek, melainkan subjek pendampingan. Dengan demikian, kegiatan disusun berdasarkan kebutuhan nyata pelaku usaha. Kolaborasi lintas pihak juga membuka peluang sinergi program dan memperluas dampak keberlanjutan pendampingan.

2. Strategi Capacity Building (Peningkatan Kapasitas). Strategi ini bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dari sisi pengetahuan, keterampilan, dan sikap berwirausaha. Kegiatan dilakukan melalui pelatihan, coaching clinic, dan pendampingan teknis. Fokusnya adalah pada peningkatan kemampuan dalam berinovasi secara ramah lingkungan, memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, serta mengelola usaha dengan efisien dan berwawasan lingkungan.

3.3 Tahapan Kegiatan

Berikut merupakan tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pendampingan ini, antara lain:

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan langkah awal yang bertujuan untuk menyiapkan seluruh kebutuhan dan strategi pendampingan agar kegiatan berjalan efektif dan tepat sasaran. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi awal dan wawancara dengan pelaku UMKM Batik Eco Print di Desa Banjarejo guna mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, seperti keterbatasan inovasi produk, minimnya pemanfaatan media digital dalam pemasaran, dan belum optimalnya penerapan prinsip ramah lingkungan dalam manajemen usaha. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim kemudian menyusun rencana kegiatan yang mencakup materi pelatihan, metode pendampingan, pembagian peran antaranggota, serta penyusunan jadwal pelaksanaan. Selain itu, tim juga melakukan koordinasi dengan pihak mitra dan pemerintah desa untuk memperoleh dukungan administratif serta memastikan kesiapan lokasi dan peserta pendampingan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan kegiatan inti dari program pengabdian yang menitikberatkan pada penerapan aspek Green Innovation, Green Marketing, dan Green Management. Pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan langsung seperti:

- a) Pelatihan Green Innovation, yaitu pengenalan dan praktik pembuatan batik eco print dengan bahan alami, pengelolaan limbah produksi, serta pengembangan desain yang ramah lingkungan.
- b) Pelatihan Green Marketing, meliputi strategi promosi melalui media sosial, pembuatan konten kreatif yang menonjolkan nilai-nilai keberlanjutan, serta penguatan branding produk lokal berbasis lingkungan.
- c) Pendampingan Green Management, yakni bimbingan tentang pengelolaan keuangan usaha, pencatatan transaksi, dan efisiensi penggunaan sumber daya agar kegiatan produksi tetap ramah lingkungan dan berkelanjutan.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas dan hasil dari kegiatan pendampingan. Evaluasi mencakup tiga aspek utama, yaitu proses, hasil, dan dampak. Evaluasi proses menilai keterlibatan aktif peserta, kesesuaian materi dengan kebutuhan, serta efektivitas metode yang digunakan. Evaluasi hasil dilakukan dengan melihat peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta dalam menerapkan prinsip green business. Sementara evaluasi dampak menilai perubahan nyata dalam pengelolaan usaha, misalnya peningkatan kualitas produk, perluasan jangkauan pemasaran, dan efisiensi biaya produksi. Proses evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner sebelum dan sesudah pendampingan.

4. Tahap Monitoring dan Tindak Lanjut

Tahap terakhir adalah monitoring dan tindak lanjut yang bertujuan untuk memastikan keberlanjutan penerapan hasil pendampingan. Kegiatan monitoring dilakukan secara berkala, baik melalui kunjungan lapangan maupun komunikasi daring dengan mitra. Dalam tahap ini, tim pendamping memberikan bimbingan tambahan apabila ditemukan kendala teknis atau manajerial dalam penerapan inovasi dan strategi pemasaran. Selain itu, dilakukan juga penguatan jejaring usaha dengan melibatkan mitra dalam kegiatan pameran produk, promosi bersama komunitas green entrepreneur, dan publikasi melalui media digital. Seluruh hasil dan perkembangan didokumentasikan untuk menjadi bahan penyusunan laporan akhir serta artikel publikasi ilmiah.

BAB IV

PERGURUAN TINGGI

Pendirian UNIGORO pada tahun 1981 adalah tanggapan atas kebutuhan akan pendidikan dan pengetahuan di Bojonegoro dan sekitarnya. Yayasan Suyitno Bojonegoro (YSB) memainkan peran penting dalam mendirikan universitas ini sebagai bentuk komitmen untuk meningkatkan akses pendidikan tinggi bagi masyarakat. UNIGORO selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan pengajaran. Dalam usahanya mencapai visi dan misi, universitas ini berkomitmen untuk mencetak lulusan yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang baik. Dengan melibatkan sistem penjaminan mutu internal dan eksternal, UNIGORO memastikan bahwa pendidikan yang diselenggarakannya tetap berada pada standar yang tinggi. Dengan pengalaman panjang, tekad yang kuat, dan komitmen untuk meningkatkan kualitas, UNIGORO terus berusaha menjadi universitas yang berdaya saing, tidak hanya di tingkat regional dan nasional, tetapi juga di tingkat internasional. Universitas Bojonegoro adalah cerminan dari semangat dan dedikasi dalam menjalani perjalanan menuju pendidikan yang berkualitas.

Alamat Kampus di Jl. Lettu Suyitno No. 02, Kalirejo, Kab Bojonegoro,
admin@unigoro.ac.id

1. Fakultas Hukum (Program Studi Ilmu Hukum)
2. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Program Studi Administrasi Publik)
3. Fakultas Pertanian (Program Studi Agribisnis)
4. Fakultas Ekonomi (Program Studi Ekonomi Pembangunan Dan Program Studi Manajemen Ritel)

Fakultas Sains Dan Teknik (Program Studi Teknik Sipil, Program Studi Teknik Industri, Program Studi Kimia, Program Studi Ilmu Lingkungan)

Kegiatan pendampingan UMKM Batik Eco Print di Kabupaten Bojonegoro memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan kompetensi akademik mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan. Melalui keterlibatan langsung

dalam proses pendampingan, mahasiswa memperoleh pengalaman aplikatif yang mengintegrasikan teori ekonomi pembangunan, manajemen UMKM, serta konsep green business ke dalam praktik lapangan. Hal ini menjadi indikator penting keberhasilan proses pembelajaran berbasis experiential learning yang mendorong mahasiswa tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara kontekstual sesuai dengan permasalahan riil masyarakat.

Dari sisi Tri Dharma Perguruan Tinggi, kegiatan ini memperkuat sinergi antara pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Pada aspek pendidikan, mahasiswa dilatih untuk melakukan analisis masalah UMKM, menyusun solusi berbasis teori, serta melakukan evaluasi dampak pendampingan. Pada aspek penelitian, data dan temuan lapangan yang diperoleh selama pendampingan dapat dikembangkan menjadi karya ilmiah, artikel jurnal, maupun bahan kajian akademik terkait pengembangan UMKM berbasis green business. Sementara itu, pada aspek pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM Batik Eco Print dalam menerapkan inovasi ramah lingkungan, pemasaran digital, dan manajemen usaha berkelanjutan.

Selain itu, kegiatan pendampingan ini mendukung pencapaian capaian pembelajaran lulusan (CPL) Program Studi Ekonomi Pembangunan, khususnya dalam kemampuan analisis ekonomi terapan, pemecahan masalah pembangunan lokal, serta penguatan soft skills seperti komunikasi, kerja sama tim, dan kepemimpinan. Dengan demikian, kelayakan akademik dari kegiatan pendampingan ini tidak hanya terlihat dari output laporan, tetapi juga dari peningkatan kualitas kompetensi mahasiswa dan kontribusi nyata program studi dalam menjawab tantangan pembangunan ekonomi hijau di tingkat daerah.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Industri Kecil Menengah

No.	Aspek	Keterangan
1.	Nama usaha	Batik Eco Print Priminda
2.	Nama pemilik	Tri Muryantini, S.Pd
3.	Alamat Usaha	Jl. Patimura Pondok Cakra 3 No. 30 A, Ledok Kulon Dua, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro
4.	Legalitas Usaha	Usaha Mikro (Legal)
5.	Jenis Usaha	Kerajinan Batik Eco Print
6.	Skala Usaha	Usaha Mikro kecil karena pemilik dari batik ini tidak memiliki karyawan dan hanya dikerjakan sendiri serta menambah kesibukan pada waktu luangnya
7.	Jumlah Karyawan	Tidak ada karyawan
8.	Sumber Bahan Baku	Bahan baku yang didapat yaitu dari lokal tetapi pembelian bahan bakunya online
9.	Pangsa Pasar	Lokal dan antar kota
10.	Inovasi dan Teknologi	Pemilihan motif yang berbeda pada setiap produksinya serta penggunaan media sosial seperti wa, Instagram, dan proses penggunaan tiktok sebagai pemasarannya

Tabel 5 1 Profil Industri Kecil Menengah

5.2 Hasil Pendampingan

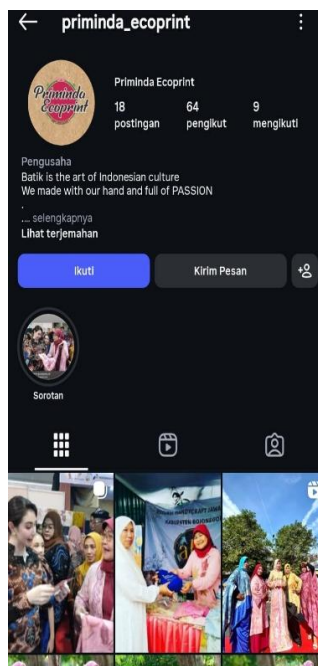
Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip green business. Pada aspek green innovation, mitra mampu mengembangkan variasi motif dan desain Batik Eco Print dengan memanfaatkan bahan alami secara lebih efisien. Produk yang dihasilkan menjadi

lebih variatif dan memiliki nilai estetika yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan daya tarik konsumen.

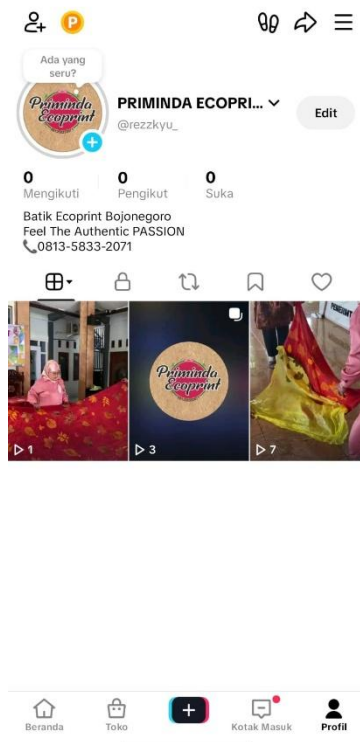


Gambar 5. 1 Pembuatan Motif Baru Ecoprint

Pada aspek green marketing, pelaku UMKM mulai aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Konten pemasaran yang dibuat tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga menceritakan proses produksi ramah lingkungan dan nilai keberlanjutan yang diusung. Hal ini berdampak pada meningkatnya visibilitas produk dan minat konsumen terhadap Batik Eco Print Priminda.



Gambar 5. 2 Platform Promosi Media Sosial Instagram



Gambar 5. 3 Media Promosi Baru Patform Tiktok

Sementara itu, pada aspek green management, pendampingan menghasilkan perubahan dalam pengelolaan usaha, khususnya dalam pencatatan keuangan sederhana dan efisiensi penggunaan bahan baku. Pelaku usaha mulai melakukan pencatatan arus kas dan perhitungan biaya produksi secara lebih terstruktur, sehingga membantu pengambilan keputusan usaha yang lebih tepat.

5.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil pendampingan, terlihat adanya perbedaan yang cukup signifikan antara kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Pada tahap awal, usaha Batik Eco Print masih dikelola secara konvensional dengan ruang inovasi produk yang terbatas serta strategi pemasaran yang belum memanfaatkan teknologi digital. Keterbatasan ini membuat usaha cenderung stagnan dan kurang mampu bersaing dalam pasar yang semakin dinamis. Selain itu, penerapan prinsip green business belum dilakukan secara optimal sehingga potensi keberlanjutan usaha belum sepenuhnya tergarap.

Setelah pendampingan, mitra menunjukkan perkembangan yang jelas dalam pemahaman dan penerapan konsep green business, baik dari sisi inovasi produk, strategi pemasaran, maupun aspek manajemen usaha. Pelaku UMKM mulai mampu mengembangkan variasi produk eco print berbasis bahan alami, memaksimalkan media sosial sebagai sarana promosi, serta menerapkan pencatatan keuangan sederhana untuk memperbaiki tata kelola usaha. Perubahan ini menunjukkan bahwa proses pendampingan tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga meningkatkan kemampuan praktis yang dapat diterapkan secara mandiri.

Keberhasilan program ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra mampu menghasilkan perubahan yang berkelanjutan. Keterlibatan aktif pelaku UMKM selama proses pendampingan menjadikan mereka tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga subjek yang menggerakkan perubahan dalam usahanya sendiri. Dengan meningkatnya kapasitas inovasi dan manajemen, usaha Batik Eco Print memiliki peluang lebih besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Hasil pendampingan memberikan kontribusi positif terhadap penguatan UMKM Batik Eco Print serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis lingkungan di Kabupaten Bojonegoro. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada aspek produksi dan pemasaran, tetapi juga pada penguatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya praktik bisnis yang berkelanjutan. Dengan adanya peningkatan tersebut, keberlanjutan usaha dalam jangka panjang menjadi lebih terjamin dan memberikan manfaat bagi perkembangan sektor ekonomi lokal.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan pada UMKM Batik Eco Print Priminda di Kabupaten Bojonegoro, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pendampingan manajemen bisnis dalam penerapan green business pada UMKM Batik Eco Print Priminda di Kabupaten Bojonegoro telah dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan tujuan pendampingan yang telah ditetapkan.
2. Pendampingan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip green innovation melalui pengembangan produk batik eco print berbasis bahan alami yang lebih variatif dan bernilai jual.
3. Penerapan green marketing melalui pemanfaatan media digital membantu meningkatkan visibilitas produk, memperkuat citra usaha ramah lingkungan, serta memperluas jangkauan pasar UMKM.
4. Pendampingan pada aspek green management mendorong perbaikan dalam pengelolaan keuangan dan efisiensi penggunaan sumber daya, sehingga mendukung keberlanjutan usaha UMKM Batik Eco Print.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pendampingan yang telah dilakukan, disarankan agar pelaku UMKM Batik Eco Print dapat terus menjaga konsistensi dalam menerapkan prinsip green business, khususnya dalam inovasi produk dan pengelolaan usaha yang ramah lingkungan. Selain itu, pelaku usaha diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran melalui kolaborasi dengan komunitas, Bagi pihak perguruan tinggi dan pemangku kepentingan terkait, kegiatan pendampingan serupa perlu dilanjutkan dan dikembangkan dengan cakupan yang lebih luas, terutama dalam penguatan legalitas usaha dan akses permodalan, sehingga keberlanjutan dan

dampak program pendampingan terhadap pengembangan UMKM berbasis ekonomi hijau dapat semakin optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R., & Widyaningsih, E. (2022). Implementasi konsep green business pada UMKM kerajinan batik ramah lingkungan di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkelanjutan*, 5(2), 89–98.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Brundtland Commission. (1987). *Our common future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford University Press.
- Chen, Y. S. (2008). The driver of green innovation and green image: Green core competence. *Journal of Business Ethics*, 81(3), 531–543.
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bojonegoro. (2023). *Laporan tahunan perkembangan UMKM Kabupaten Bojonegoro tahun 2023*. Bojonegoro: Pemerintah Kabupaten Bojonegoro.
- Fauziah, L., Ramadhan, H., & Utami, S. (2021). Digital transformation for green-oriented MSMEs: Opportunities and challenges in Indonesia. *Jurnal Inovasi dan Teknologi UMKM*, 4(2), 65–78.
- Handayani, R., & Putra, Y. (2021). Kemitraan strategis dalam penguatan bisnis hijau UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Berkelanjutan*, 6(1), 87–98.
- Hartati, N., & Puspita, D. (2020). Green innovation strategy for sustainable batik industry in Indonesia. *Journal of Environmental Management*, 8(2), 55–63.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan tahunan pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi hijau*. Jakarta: KemenkopUKM RI.

- Kumar, P., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2021). Sustainability marketing strategy: An analysis of recent literature. *Global Business Review*, 22(1), 203–223. <https://doi.org/10.1177/0972150919877526>
- Kusuma, R., & Dewi, N. (2023). The impact of green management practices on business sustainability of craft-based MSMEs. *Journal of Environmental Economics and Management*, 8(1), 101–114.
- Lestari, F. (2020). Green management dan efisiensi usaha kecil di sektor kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Hijau*, 3(2), 44–57.
- Peattie, K. (1995). *Environmental marketing management: Meeting the green challenge*. Pitman Publishing.
- Rahmawati, I., Prasetyo, A., & Hidayat, T. (2022). Pelatihan digitalisasi dan inovasi untuk peningkatan daya saing UMKM batik. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 4(3), 112–125.
- Rahmawati, N., Handayani, D., & Putra, R. (2021). Strategi pemasaran digital berbasis green marketing untuk pengembangan UMKM batik eco print. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Hijau*, 3(1), 45–56.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sari, D. P., & Prasetyo, A. D. (2022). Pengembangan batik eco print sebagai produk ramah lingkungan pada UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(3), 155–164.
- Sari, R. A., & Nugroho, A. (2021). Implementasi green marketing pada UMKM tekstil ramah lingkungan. *Jurnal Pemasaran Berkelanjutan*, 5(1), 21–33.
- Suharyono. (2021). Implementasi konsep green business pada UMKM menuju ekonomi berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*, 9(2), 112–120.

- Wibowo, S., & Aini, M. (2023). Sustainability practices and local economic growth: Evidence from small enterprises in Java. *Indonesian Journal of Sustainable Development*, 7(2), 90–104.
- Yuliani, T., & Pradana, A. (2022). Eco-innovation in local creative industries: A pathway to sustainable development. *Journal of Green Entrepreneurship*, 5(1), 37–48.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer.

LAMPIRAN



Lampiran 2 Surat Ketersediaan Mitra



Lampiran 1 Proses Pembuatan Motif Baru



Lampiran 4 Media Promosi Digital Instagram



Lampiran 3 Media Promosi Digital Tiktok



Lampiran 6 Pemasangan Tag Harga



Lampiran 5 Packaging



Lampiran 8 Pendampingan



Lampiran 7 Pendampingan

BUKTI SUBMIT

The screenshot shows the author dashboard for Jurnal Abdi Masyarakat. The page is titled "Jurnal Abdi Masyarakat" and has a "Back to Submissions" link. The main content area is divided into "Workflow" and "Publication" tabs. Under "Publication", there are sub-tabs for "Submission", "Review", "Copyediting", and "Production". The "Submission" sub-tab is active, showing a table of "Submission Files".

File Name	Pages	Article Type
29393 Artikel Joko Hadi - Pengabdian 2026.docx	5	Article Text

There is a "Download All Files" button at the bottom right of the submission list.

The screenshot shows the SINTA journal profile page for JAIM (Jurnal Abdi Masyarakat). The page includes the journal's logo, name, affiliation (Universitas Kadiri), and ISSN information. Key metrics are displayed in a row: Impact (0.412371), Google Citations (399), and Sinta 4 Current Accreditation. A bar chart titled "Citation Per Year By Google Scholar" shows the number of citations from 2018 to 2026.

Year	Citations
2018	5
2019	10
2020	15
2021	25
2022	40
2023	60
2024	110
2025	130
2026	140