

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KEARIFAN LOKAL UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI DESA KLAMPAR KECAMATAN PROPO KABUPATEN PAMEKASAN

Ahmad Rofiqi Tanzil^{1*}, Ade Yuliana², Asep Alipudin³, Siti Amaliati⁴, Ludfi⁵

¹Institut Darul Ulum Banyuwangi Pamekasan, Jawa Timur, Indonesia

²Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

³Universitas Pakuan, Jawa Barat, Indonesia

⁴Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Raden Santri Gresik, Jawa Timur, Indonesia

⁵Sekolah Tinggi Agama Islam Al Mujtama Pamekasan, Jawa Timur, Indonesia

Email Koresponden: arofiq1911@gmail.com*

Abstrak

Penelitian pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh terbatasnya inovasi produk, belum optimalnya penguatan identitas merek usaha batik Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal melalui penguatan inovasi produk, branding, packaging, dan digitalisasi pemasaran. Metode yang digunakan adalah *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan kelompok pengrajin batik, pemerintah desa, dan tim pengabdian. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi potensi dan kebutuhan, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pengrajin dalam menciptakan motif batik berbasis identitas lokal Desa Klampar, penguatan identitas merek dan kemasan produk, serta pemanfaatan *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Facebook* dan *Tiktok* sebagai media pemasaran digital. Perubahan tersebut berdampak pada meningkatnya daya tarik produk, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan nilai jual batik. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pendampingan pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal efektif dalam meningkatkan kapasitas usaha batik masyarakat desa serta berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Ekonomi Kreatif, Kearifan Lokal, Pemberdayaan Masyarakat.*

Abstract

This community service research is motivated by the limited product innovation and suboptimal strengthening of brand identity in the batik business of Klampar Village, Proppo District, Pamekasan Regency. The aim of this activity is to enhance community capacity in developing a creative economy based on local wisdom through strengthening product innovation, branding, packaging, and digital marketing. The method used is *Participatory Rural Appraisal* (PRA) with a participatory approach involving batik artisan groups, village government, and the service team. The implementation stages include potential and needs identification, socialization, training and mentoring, as well as monitoring and evaluation. The results of the activity show an improvement in artisans' ability to create batik motifs based on the local identity of Klampar Village, strengthen brand identity and product packaging,

and utilize WhatsApp Business, Instagram, Facebook, and TikTok as digital marketing media. These changes have led to increased product attractiveness, expanded market reach, and higher product value. The conclusion of this activity is that mentoring in developing a creative economy based on local wisdom is effective in improving the capacity of rural batik enterprises and contributes to increasing competitiveness and community income in a sustainable manner.

Keywords: *Creative Economy, Local Wisdom, Community Empowerment.*

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi masyarakat desa merupakan salah satu agenda strategis dalam mewujudkan kesejahteraan yang berkelanjutan. Desa tidak hanya dipandang sebagai wilayah administratif, tetapi juga sebagai pusat pertumbuhan ekonomi yang memiliki potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, serta kekayaan budaya yang dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi. Peningkatan ekonomi kreatif di tingkat desa juga perlu diiringi dengan upaya pelestarian lingkungan dan kearifan lokal sehingga pembangunan desa yang berkelanjutan dapat terwujud secara holistik, mengintegrasikan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial secara seimbang (Temu et al., 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, pengembangan ekonomi kreatif menjadi salah satu pendekatan yang dinilai mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat karena menitikberatkan pada kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan potensi lokal sebagai sumber utama penciptaan nilai tambah. Pemberdayaan masyarakat lokal adalah proses meningkatkan kemampuan individu dan kelompok masyarakat untuk mengelola sumber daya dan membuat keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka (Khuamir & Yazid, 2025). Pendekatan tersebut tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian identitas budaya dan kearifan lokal.

Ekonomi kreatif merupakan pemanfaatan sumber daya yang tidak hanya terbarukan, tetapi juga tak terbatas, seperti ide, gagasan, bakat, dan kreativitas (Ramayani et al., 2025). Ekonomi kreatif menitikberatkan perhatiannya pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, merupakan bidang yang diharapkan mampu untuk mengatasi berbagai persoalan pengangguran maupun pengembangan usaha yang berdasarkan potensi ekonomi suatu daerah (Sunari, 2020). Ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal menjadi strategi yang relevan dalam pembangunan masyarakat desa karena mampu mengoptimalkan potensi lokal yang selama ini belum dikelola secara

maksimal. Kearifan lokal tidak hanya dipahami sebagai warisan budaya, tetapi juga mencakup nilai, tradisi, keterampilan, dan produk khas masyarakat yang dapat dikembangkan menjadi komoditas ekonomi. Melalui inovasi produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, potensi lokal dapat memberikan nilai tambah yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi kreatif memerlukan pendampingan yang berkelanjutan agar masyarakat mampu mengelola potensi yang dimiliki secara produktif dan berdaya saing.

Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu daerah di Pulau Madura yang memiliki beragam potensi ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Berbagai produk unggulan, seperti batik, kerajinan, kuliner tradisional, serta usaha mikro berbasis budaya lokal telah berkembang di beberapa wilayah dan terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat. Di beberapa wilayah, pertumbuhan industri kreatif menunjukkan potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Rizkiawan, 2024). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal di Kecamatan Proppo mampu meningkatkan produktivitas usaha masyarakat apabila didukung melalui pelatihan, inovasi produk, dan penguatan pemasaran.

Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan memiliki berbagai potensi lokal yang dapat dikembangkan sebagai basis ekonomi kreatif masyarakat. Potensi tersebut meliputi sumber daya manusia yang produktif, budaya lokal yang masih terjaga, serta aktivitas usaha masyarakat yang berpeluang untuk dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi lebih tinggi. Untuk mencapai kemandirian ekonomi warga dan meningkatkan ketahanan pangan lokal, pendampingan dan pelatihan yang dilakukan secara kolaboratif diperlukan untuk memperkuat upaya ketahanan pangan dan mempertegas sektor ekonomi kreatif yang selama ini sudah mulai berjalan (Sidauruk, 2018). Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya memberikan dampak optimal terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Kondisi ini disebabkan oleh masih terbatasnya kemampuan masyarakat dalam melakukan inovasi produk, pengemasan, pemasaran, serta pengelolaan usaha secara berkelanjutan sehingga daya saing produk lokal masih relatif rendah.

Pendampingan masyarakat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperkuat kapasitas pelaku usaha desa. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat desa

dalam mengembangkan keterampilan dan inovasi baru (Rofii et al., 2023). Melalui kegiatan pendampingan, masyarakat tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai pengembangan produk dan manajemen usaha, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam meningkatkan kualitas produk, memperluas akses pemasaran, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi. Pendekatan partisipatif dalam kegiatan pendampingan juga mendorong masyarakat menjadi subjek utama pembangunan sehingga mampu menciptakan kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Hasil pengabdian yang dilakukan oleh Surayya et al menunjukkan bahwa sektor wisata kuliner (25%), wisata alam (20%), dan perikanan (25%) menjadi prioritas utama pengembangan ekonomi kreatif di Desa Masaingi. Penelitian tersebut juga merekomendasikan pelatihan pengembangan produk wisata, manajemen pariwisata, serta digitalisasi dan pemasaran produk lokal sebagai strategi peningkatan daya saing Masyarakat (Surayya et al., 2025). Sementara itu, Udik Jatmiko menemukan bahwa pemberdayaan ekonomi berbasis kearifan lokal mengalami peningkatan yang signifikan setelah adanya pengalokasian Dana Desa (Jatmiko, 2020). Fitri Adriani juga menyimpulkan bahwa pengelolaan Dana Desa yang diarahkan pada sektor ekonomi kreatif mampu meningkatkan kemandirian desa, memperkuat identitas lokal, dan meningkatkan daya saing wilayah (Adriani, 2025).

Meskipun demikian, berbagai kegiatan pengabdian tersebut umumnya masih berfokus pada aspek tertentu, seperti digitalisasi pemasaran, pengembangan produk, atau pelestarian kearifan lokal secara parsial. Pendekatan yang mengintegrasikan identifikasi potensi lokal, pengembangan produk, peningkatan kapasitas masyarakat, serta strategi pemasaran dalam satu rangkaian pendampingan masih relatif terbatas, khususnya pada masyarakat Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melaksanakan pendampingan pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal bagi masyarakat Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan. Kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan potensi lokal menjadi produk yang memiliki nilai tambah ekonomi, memperkuat kemampuan pengelolaan usaha, serta memperluas peluang pemasaran sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan dengan sasaran utama kelompok usaha batik yang dikelola oleh masyarakat desa. Program pengabdian menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Menurut Widodo PRA merupakan cara yang digunakan dalam melakukan kajian untuk memahami keadaan atau kondisi desa dengan melibatkan partisipatif Masyarakat (Widodo, 2023). Pendekatan ini dipilih agar pelaku usaha batik dapat berpartisipasi secara langsung dalam mengidentifikasi potensi, menganalisis permasalahan, menyusun strategi pengembangan usaha, hingga mengevaluasi hasil pendampingan sehingga program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Menurut Anshar et al PRA dapat dipahami sebagai cara penyusunan dan pengembangan program Pembangunan desa yang bertujuan untuk memberdayakan Masyarakat agar lebih mandiri (Anshar et al., 2026).

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap identifikasi potensi dan analisis kebutuhan melalui observasi, wawancara, dan diskusi bersama pemerintah desa serta kelompok pengrajin batik. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi usaha batik yang telah berjalan, potensi motif batik berbasis kearifan lokal, proses produksi, kualitas produk, sistem pemasaran, serta berbagai kendala yang dihadapi oleh pengrajin. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa usaha batik memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan desa, namun masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi desain, pengemasan produk, promosi, dan pemasaran.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi program pendampingan, yaitu pemberian materi mengenai pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, pentingnya inovasi dalam industri batik, peningkatan kualitas produk, serta strategi pengembangan usaha yang berorientasi pada peningkatan daya saing. Kegiatan dilaksanakan melalui penyampaian materi, diskusi, dan tanya jawab sehingga peserta dapat memahami tujuan dan manfaat program pendampingan.

Selanjutnya dilakukan pelatihan dan pendampingan usaha batik. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan kapasitas kelompok usaha melalui pengembangan motif batik yang mengangkat identitas lokal Desa Klampar, peningkatan kualitas hasil produksi, teknik pengemasan (packaging), penyusunan identitas produk (branding), penentuan harga produk, serta pemanfaatan media digital sebagai

sarana promosi dan pemasaran. Pendampingan dilakukan secara langsung selama proses produksi sehingga peserta memperoleh pengalaman praktik dalam menerapkan materi yang telah diberikan.

Tahap berikutnya adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan secara berkala selama proses pendampingan untuk mengetahui perkembangan kemampuan peserta, penerapan hasil pelatihan, serta hambatan yang dihadapi dalam pengembangan usaha batik. Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta penyebaran angket sebelum dan sesudah kegiatan untuk mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan peserta dalam mengembangkan usaha batik berbasis kearifan lokal.

Keberhasilan program diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu meningkatnya pemahaman peserta mengenai konsep ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, meningkatnya kemampuan dalam menghasilkan produk batik yang lebih inovatif dan berkualitas, meningkatnya kemampuan pengemasan dan pemasaran produk, serta bertambahnya peluang pemasaran batik sebagai produk unggulan Desa Klampar. Data hasil kegiatan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program pendampingan untuk menggambarkan perubahan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha batik berbasis kearifan lokal sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat desa.

PELAKSANAAN

A. Inovasi Produk Batik Berbasis Identitas Lokal Desa Klampar

Salah satu fokus utama kegiatan pendampingan adalah mendorong lahirnya inovasi produk batik yang mengangkat identitas lokal Desa Klampar sebagai ciri khas produk. Sebelum kegiatan pendampingan dilaksanakan, sebagian besar pengrajin masih memproduksi motif batik yang bersifat umum dan telah banyak beredar di pasaran sehingga belum mampu menunjukkan karakteristik yang membedakan produk batik Desa Klampar dengan produk batik dari daerah lain. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing produk karena nilai keunikan yang dimiliki belum dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan kompetitif.

Melalui kegiatan pendampingan, tim pengabdian bersama kelompok pengrajin melakukan identifikasi terhadap berbagai potensi lokal yang dapat diangkat menjadi inspirasi pengembangan motif batik. Identifikasi dilakukan melalui diskusi

partisipatif dengan menggali nilai-nilai budaya, kondisi sosial masyarakat, serta potensi lingkungan sekitar yang selama ini menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Desa Klampar. Hasil identifikasi kemudian diterjemahkan ke dalam beberapa alternatif desain motif yang tetap mempertahankan karakter batik Madura, namun memiliki identitas visual yang merepresentasikan kekhasan Desa Klampar.

Selain pengembangan motif, pendampingan juga diarahkan pada peningkatan kualitas produk melalui perbaikan teknik pewarnaan, ketelitian proses produksi, serta pemilihan bahan baku yang lebih baik. Upaya tersebut dilakukan agar produk batik yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga memenuhi aspek kualitas yang dibutuhkan konsumen. Inovasi produk yang dilakukan menunjukkan adanya peningkatan kreativitas pengrajin dalam menghasilkan motif yang lebih variatif dan bernilai tambah sebagai produk ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.



Gambar 1. Proses pengembangan motif batik berbasis identitas lokal

Berdasarkan hasil pendampingan menunjukkan bahwa inovasi produk batik berbasis identitas lokal mampu meningkatkan daya saing usaha batik di Desa Klampar. Sebelum pendampingan, motif batik yang dihasilkan masih cenderung seragam sehingga belum memiliki keunggulan dibandingkan produk dari daerah lain. Melalui pengembangan motif yang mengangkat karakteristik lokal Desa Klampar, pengrajin berhasil menciptakan produk yang lebih unik dan bernilai tambah. Inovasi tersebut tidak hanya memperkuat identitas batik Desa Klampar sebagai produk berbasis kearifan lokal, tetapi juga meningkatkan daya tarik produk di pasar. Dengan demikian, pendampingan yang dilakukan berhasil mendorong pengrajin untuk menghasilkan produk yang lebih inovatif, memiliki nilai jual lebih tinggi, dan berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan.

B. Optimalisasi Nilai Tambah Produk melalui *Branding* dan *Packaging*

Permasalahan lain yang ditemukan pada kelompok usaha batik Desa Klampar adalah masih terbatasnya perhatian terhadap aspek branding dan packaging. Sebelum program pendampingan dilaksanakan, produk batik umumnya dipasarkan tanpa identitas merek yang jelas serta menggunakan kemasan sederhana sehingga belum mampu memberikan kesan profesional kepada konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan produk batik kurang mudah dikenali dan memiliki nilai jual yang relatif lebih rendah dibandingkan produk sejenis yang telah memiliki identitas usaha yang kuat.

Kegiatan pendampingan, tim pengabdian memberikan pelatihan mengenai pentingnya penguatan identitas merek sebagai salah satu strategi peningkatan daya saing usaha. Kelompok pengrajin didampingi dalam penyusunan nama merek, logo, label produk, serta informasi produk yang mencerminkan identitas usaha dan karakteristik batik Desa Klampar. Selain itu, dilakukan juga pendampingan dalam pemilihan desain kemasan yang lebih menarik, informatif, serta mampu melindungi produk selama proses distribusi.

Perbaikan aspek branding dan packaging memberikan perubahan yang signifikan terhadap tampilan produk batik. Produk yang sebelumnya dikemas secara sederhana menjadi lebih menarik, rapi, dan memiliki identitas yang lebih mudah dikenali oleh konsumen. Kemasan yang informatif juga menambah nilai produk karena mampu menyampaikan filosofi motif batik sekaligus memperkenalkan Desa Klampar sebagai daerah penghasil batik berbasis kearifan lokal.



Gambar 2. Proses pembuatan batik

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa penguatan aspek branding dan packaging mampu meningkatkan nilai tambah produk batik Desa Klampar. Perubahan identitas merek, logo, label, dan desain kemasan menjadikan produk lebih mudah dikenali serta memberikan kesan yang lebih profesional di mata konsumen. Selain meningkatkan daya tarik visual, branding dan packaging juga

memperkuat citra batik Desa Klampar sebagai produk berbasis kearifan lokal yang memiliki karakteristik tersendiri. Dengan demikian, optimalisasi kedua aspek tersebut tidak hanya meningkatkan daya saing produk, tetapi juga memperluas peluang pemasaran dan mendukung peningkatan nilai ekonomi usaha batik masyarakat.

C. Digitalisasi Pemasaran sebagai Strategi Perluasan Pasar

Pengembangan produk yang berkualitas perlu diimbangi dengan strategi pemasaran yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Berdasarkan hasil identifikasi awal, pemasaran batik Desa Klampar masih didominasi oleh penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Selain itu, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih belum optimal sehingga produk batik Desa Klampar belum banyak dikenal oleh masyarakat di luar Kabupaten Pamekasan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pendampingan difokuskan pada peningkatan kemampuan kelompok usaha batik dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Tim pengabdian memberikan pelatihan mengenai teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar, penyusunan konten promosi, penulisan deskripsi produk yang menarik, serta pendampingan dalam penggunaan *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok* sebagai media pemasaran. Ketiga *platform* tersebut dipilih karena mudah diakses oleh masyarakat, tidak memerlukan biaya yang besar, serta sesuai dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola pemasaran secara mandiri.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya perubahan pada pola pemasaran kelompok usaha batik. Pengrajin mulai memanfaatkan media sosial untuk menampilkan katalog produk, membagikan informasi mengenai proses pembuatan batik, serta berkomunikasi secara langsung dengan calon konsumen. Pemanfaatan media digital tersebut memberikan peluang yang lebih luas dalam memperkenalkan batik Desa Klampar kepada masyarakat di luar daerah sehingga diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dan mendukung peningkatan penjualan produk.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan berhasil

meningkatkan kapasitas kelompok usaha batik dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif, bernilai tambah, dan berdaya saing. Pendampingan melalui pengembangan motif batik berbasis identitas lokal mampu memperkuat karakteristik produk sebagai ciri khas Desa Klampar. Penguatan branding dan packaging juga meningkatkan identitas serta nilai jual produk, sedangkan pemanfaatan media digital seperti *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok* memperluas jangkauan pemasaran batik. Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan, terutama pada aspek keberlanjutan pendampingan yang belum dilakukan secara intensif dalam jangka panjang. Selain itu, kemampuan literasi digital sebagian pengrajin masih beragam sehingga penerapan pemasaran digital belum berjalan secara optimal dan konsisten. Keterbatasan akses terhadap peralatan produksi yang lebih modern juga menjadi faktor yang memengaruhi peningkatan kualitas dan kapasitas produksi batik.

Berdasarkan hasil tersebut, direkomendasikan agar pemerintah desa dan pihak terkait melakukan pendampingan lanjutan secara berkelanjutan, khususnya dalam penguatan digital marketing dan manajemen usaha. Selain itu, diperlukan pelatihan rutin untuk meningkatkan literasi digital pengrajin serta dukungan fasilitas produksi agar kualitas dan kuantitas produk batik dapat terus meningkat. Kolaborasi dengan perguruan tinggi, pelaku industri, dan pemerintah daerah juga penting dilakukan untuk memperluas akses pasar serta memperkuat keberlanjutan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di Desa Klampar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan yang telah memberikan dukungan dan izin dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kelompok pengrajin batik Desa Klampar yang telah berpartisipasi aktif selama proses pendampingan berlangsung.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi kelompok sasaran, tetapi juga dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi masyarakat luas dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, khususnya dalam peningkatan kapasitas usaha kecil dan menengah di pedesaan. Dengan demikian, hasil kegiatan ini

diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, F. (2025). Strategi Pemanfaatan Dana Desa Untuk Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Economica*, 4(7). <https://doi.org/10.55681/economina.v4i7.1563>
- Anshar, M., Jahid, J. H., & Razak, N. R. (2026). *Desa Hijau Energi Bersih, Wisata Alam, dan Pertanian Organik*. Eureka Media Aksara.
- Jatmiko, U. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Sebelum dan Sesudah Pengalokasian Dana Desa. *JMK: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2). <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1007>
- Khuamir, M., & Yazid, M. (2025). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Studi Literatur Kualitatif Terhadap Perkembangan Industri Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(3). <https://doi.org/10.61896/jeki.v3i3.115>
- Ramayani, N., Mahdalena, Z., Juandrif, R. P., & Zora, F. (2025). Pemanfaatan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Humaniora*, 4(4). <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9791>
- Rizkiawan, R. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Melalui Pengembangan Industri Kreatif Di Kalimantan Timur. *Jurnal Mirai Management*, 9(3). <https://doi.org/10.37531/mirai.v9i3.8085>
- Rofii, A., Budiman, I. A., Sudirno, D., Nahdi, D. S., Indrapurnama, G., & Nurfalah, H. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan UMKM Melalui Konten Digital Di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6786>
- Sidauruk, R. (2018). Ekonomi Kreatif Sebagai Basis City Branding Menuju Kepariwisata Terintegrasi Di Kawasan Danau Toba. *Inovasi*, 15(2). <https://doi.org/10.33626/inovasi.v15i2.95>
- Sunari. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Dengan Pendekatan Outcome Mapping. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/jppm.v7i2.24870>

- Surayya, F., Zainuddin, F., Darman, Y., Kornelius, Y., & Nurhabibah. (2025). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Menuju Pariwisata Berkelanjutan. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1). <https://doi.org/10.36312/linov.v10i1.2375>
- Temu, T. J., Loainak, M. M., Makin, M. M. P., Camelia, F., Kolit, Y. H. L., Mage, A. E., Seku, M. E., Dou, S. W., Aprianus, P. Y., & Lamba, L. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Lewolaga Dalam Konteks Penguatan Ekonomi Kreatif Dengan Pengembangan Potensi Dan Kearifan Lokal Sebagai Wujud Pembangunan Desa Berkelanjutan. *Community Development Journal*, 5(5). <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.35798>
- Widodo, S. (2023). *Metode dan Teknik Pekerjaan Sosial Dalam Penanganan Masalah Klien*. Publishing Digital.