

## Pengembangan Tekstil Ecoprint Berbasis Limbah Kain Hotel untuk Pemberdayaan Perempuan

Nugraha<sup>1</sup>, Viviany<sup>2</sup>, Florentina Tiffany<sup>3</sup>, Ivan Kristianto Singgih<sup>4</sup>, Caisya Ibni Aulia Putri Reza<sup>5</sup>, Claudia Zefanya Wijaya<sup>6</sup>, Faith Zefanya Farrel Go<sup>7</sup>, Rafindra Hyoga Pratama<sup>8</sup>

Universitas Surabaya, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,7,8</sup>

{[nugraha@staff.ubaya.ac.id](mailto:nugraha@staff.ubaya.ac.id)<sup>1</sup>, [viviany@staff.ubaya.ac.id](mailto:viviany@staff.ubaya.ac.id)<sup>2</sup>,  
[florentinatiffany@staff.ubaya.ac.id](mailto:florentinatiffany@staff.ubaya.ac.id)<sup>3</sup>, [ivansinggih@staff.ubaya.ac.id](mailto:ivansinggih@staff.ubaya.ac.id)<sup>4</sup>,  
[s180424042@student.ubaya.ac.id](mailto:s180424042@student.ubaya.ac.id)<sup>5</sup>, [s180223005@student.ubaya.ac.id](mailto:s180223005@student.ubaya.ac.id)<sup>6</sup>,  
[s180223014@student.ubaya.ac.id](mailto:s180223014@student.ubaya.ac.id)<sup>7</sup>, [s180424007@student.ubaya.ac.id](mailto:s180424007@student.ubaya.ac.id)<sup>8</sup>}

---

Submission: 2026-01-30

Received: 2026-03-30

Published: 2026-03-30

---

**Keywords:** *Ecoprint; Women Empowerment; Product Packaging; Digital Branding; Supply Chain.*

**Abstract.** *The Ibu Semangat Indonesia Kuat (ISIK) Organization in Surabaya has strong potential in developing ecoprint textiles based on sustainability and women's empowerment; however, it still faces limitations in production, visual design, as well as branding and marketing aspects. This Community Service Program aims to strengthen production and marketing capacity through the enhancement of technical skills, design, and digital branding. The results indicate measurable improvements, including: (1) a 60–70% increase in production capacity and efficiency through the optimization of equipment and workflow; (2) a 70–80% improvement in members' ecoprint mapping skills, reflected in more structured and consistent motif compositions; (3) a 100% increase in product diversification, from no derivative products to finished goods such as bags and fashion garments; (4) a 65–75% improvement in visual product quality, indicated by reduced printing failures; and (5) a 70% improvement in packaging and digital branding quality, as shown by more representative packaging and more engaging visual content. These findings imply a significant enhancement in the competitiveness of ecoprint products and the productivity of women-led communities within an environmentally sustainable creative industry.*

**Katakunci:** *Ecoprint; Pemberdayaan Perempuan; Kemasan Produk; Branding Digital; Rantai Pasok.*

**Abstrak.** *Organisasi Ibu Semangat Indonesia Kuat (ISIK) Surabaya memiliki potensi dalam pengembangan tekstil ecoprint berbasis keberlanjutan dan pemberdayaan perempuan, namun masih menghadapi keterbatasan pada aspek produksi, desain visual, serta branding dan pemasaran. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas produksi dan pemasaran melalui penguatan teknis, desain, dan branding digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang terukur, yaitu: (1) kapasitas dan efisiensi produksi meningkat sekitar 60–70% melalui optimalisasi peralatan dan alur kerja; (2) kemampuan teknik mapping ecoprint anggota meningkat 70–80%, ditandai komposisi motif yang lebih terstruktur dan konsisten; (3) diversifikasi produk*

---

meningkat hingga 100%, dari sebelumnya belum ada produk turunan menjadi tas dan garmen fashion; (4) kualitas visual produk meningkat sekitar 65–75%, dengan berkurangnya kegagalan cetak; serta (5) kualitas kemasan dan branding digital meningkat sekitar 70%, ditunjukkan oleh kemasan yang lebih representatif dan konten visual yang lebih menarik. Implikasi kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan pada daya saing produk ecoprint serta produktivitas komunitas perempuan dalam industri kreatif ramah lingkungan.

---

## 1 Pendahuluan

Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal, kegiatan PkM tidak semata dipahami sebagai proses alih pengetahuan, tetapi juga sebagai upaya pendampingan yang mendorong pemberdayaan sosial secara berkelanjutan (Rusnarasyid et al., 2026). Urgensi kegiatan ini semakin menguat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan model pemberdayaan ekonomi yang inklusif, adaptif terhadap perkembangan pasar digital, serta berbasis pada prinsip keberlanjutan lingkungan (Thathsarani & Jianguo, 2022). Salah satu praktik kreatif yang memiliki potensi besar dalam kerangka tersebut adalah kerajinan tekstil ramah lingkungan, khususnya ecoprint, yang memadukan nilai estetika, kearifan lokal, serta kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan (Nasution et al., 2024). Secara teknis, ecoprint merupakan proses pemindahan warna dan bentuk ke permukaan kain melalui kontak langsung antara kain dan material alami, seperti daun dan tumbuhan, sehingga menghasilkan motif yang bersifat unik dan tidak dapat diseragamkan (Kartika et al., 2023).

Subjek pengabdian dalam kegiatan ini adalah organisasi Ibu Semangat Indonesia Kuat (ISIK) Surabaya, sebuah komunitas kreatif berbasis budaya lokal yang berlokasi di Kota Surabaya, Jawa Timur. ISIK Surabaya berdiri pada 1 Oktober 2022 dengan dukungan pendanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dari PT Cipta Amanah Group. Organisasi ini diprakarsai oleh Prita Eksimaningrum, yang sekaligus menginisiasi pendirian Omah Kreatif ISIK (OKI) sebagai ruang bersama untuk aktivitas produksi, pembelajaran, dan pengembangan keterampilan warga binaan.

Dalam praktiknya, ISIK Surabaya berperan strategis dalam mendorong pemberdayaan perempuan, khususnya ibu rumah tangga, agar dapat berdaya secara ekonomi melalui kegiatan kreatif yang berakar pada seni dan budaya lokal. Oleh karena itu, kegiatan PkM ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai upaya menjawab tantangan yang dihadapi mitra, sekaligus mengoptimalkan potensi ecoprint sebagai produk kreatif bernilai tambah yang mampu meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi komunitas secara berkelanjutan.

Mayoritas anggota binaan ISIK Surabaya merupakan ibu rumah tangga pada usia produktif yang memiliki keterbatasan akses terhadap pekerjaan formal. Kondisi tersebut menuntut hadirnya model pemberdayaan yang bersifat fleksibel, berbasis rumah tangga, dan selaras dengan ritme aktivitas domestik sehari-hari. Selama ini, ISIK secara konsisten menyelenggarakan berbagai pelatihan keterampilan seni, seperti batik tulis, batik shibori, dan lukis kain. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga menjadi ruang tumbuh bagi rasa percaya diri, kebersamaan, dan solidaritas sosial antaranggota komunitas. Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas Surabaya, aktivitas kolektif ini berkontribusi pada terciptanya ruang-ruang produktif yang inklusif bagi perempuan di tingkat kelurahan, salah satunya di Kelurahan Sidosermo, Surabaya.

Seiring dengan berkembangnya industri kreatif dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, ISIK Surabaya mulai merintis pengembangan tekstil ecoprint dengan memanfaatkan dedaunan dan tumbuhan alami sebagai sumber pewarna, serta limbah kain hotel sebagai media kain. Praktik ecoprint menawarkan karakter visual yang khas karena menghasilkan motif yang tidak dapat direplikasi secara massal, sehingga setiap produk memiliki nilai keunikan dan eksklusivitas tersendiri (Sugiastutih et al., 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, pasar ramah lingkungan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang tidak lagi semata mempertimbangkan fungsi dan estetika, tetapi juga nilai etis serta dampak sosial dan lingkungan dari produk yang

dikonsumsi (Tempo, 2025). Kondisi ini membuka peluang ekonomi baru bagi komunitas kerajinan berbasis budaya dan keberlanjutan, seperti ISIK Surabaya, untuk mengembangkan produk kreatif yang bernilai tambah sekaligus berkontribusi pada praktik konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

Pemilihan ISIK Surabaya sebagai mitra PkM didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, ISIK memiliki struktur organisasi yang aktif dan berkelanjutan, dengan dukungan ruang produksi dan pemasaran melalui gerai ISIK Blonjo di kawasan Penjaringan Asri, Surabaya. Kedua, organisasi ini telah memiliki pengalaman dasar dalam mengolah dan memproduksi kerajinan dengan medium tekstil, sehingga program PkM dapat diarahkan pada peningkatan kapasitas (*capacity building*), bukan sekadar pelatihan dasar. Ketiga, fokus ISIK pada pemberdayaan perempuan sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), khususnya tujuan ke-5 (kesetaraan gender) dan tujuan ke-8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi).

Meskipun demikian, hasil analisis situasi menunjukkan bahwa ISIK Surabaya masih menghadapi berbagai keterbatasan, baik dari aspek produksi, pengembangan produk, maupun pemasaran. Produksi tekstil ecoprint masih dilakukan dengan peralatan skala rumahan, yang berdampak pada kualitas visual kain dan efisiensi waktu produksi. Di sisi lain, keterbatasan pasokan limbah kain hotel serta tingginya biaya bahan pewarna alami menjadi tantangan yang memengaruhi keberlanjutan produksi. Dari aspek pemasaran, *branding* dan promosi digital belum dikelola secara optimal, sehingga potensi nilai tambah produk belum sepenuhnya tersampaikan kepada pasar yang lebih luas.

Sejumlah studi terdahulu menunjukkan bahwa ecoprint memiliki potensi signifikan sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Penelitian tentang komunitas ecoprint di Yogyakarta menunjukkan bahwa sistem produksi kreatif berbasis komunitas mampu meningkatkan pendapatan anggota secara bertahap dan menciptakan diferensiasi produk di pasar (Kompasiana, 2022).

Penelitian lain di Bengkulu menegaskan bahwa pelatihan ecoprint yang dikombinasikan dengan model kolaboratif pentahelix efektif dalam

mendorong pemberdayaan perempuan dan penguatan jejaring usaha lokal (Putra et al., 2024). Literatur tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan ecoprint tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh strategi organisasi, *branding*, dan kolaborasi lintas sektor. Penelitian tentang komunitas ecoprint di Yogyakarta menunjukkan bahwa sistem produksi kreatif berbasis komunitas mampu meningkatkan pendapatan anggota secara bertahap dan menciptakan diferensiasi produk di pasar (Kompasiana, 2022).

Penelitian ini menekankan keterkaitan antara efisiensi alur kerja produksi, kualitas estetika produk, dan strategi komunikasi visual sebagai satu sistem yang saling mendukung. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini adalah menawarkan model pendampingan berbasis desain fashion, desain produk, dan desain komunikasi visual yang komprehensif dan aplikatif untuk meningkatkan daya saing tekstil ecoprint dalam konteks industri kreatif berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan PkM melalui skema Program Pendampingan Komunitas (PPK) Universitas Surabaya diarahkan pada pengembangan tekstil ecoprint sebagai strategi penguatan kapasitas organisasi ISIK Surabaya. Program ini tidak hanya dimaknai sebagai proses alih keterampilan teknis, tetapi juga sebagai upaya pendampingan yang mendorong terjadinya perubahan sosial, khususnya dalam peningkatan kemandirian ekonomi perempuan, penguatan identitas produk berbasis budaya lokal, serta pengelolaan limbah tekstil perhotelan secara lebih bertanggung jawab. Perubahan yang diharapkan meliputi peningkatan kualitas dan keberagaman produk ecoprint, terbentuknya strategi *branding* digital yang lebih terarah, serta tumbuhnya kelompok usaha kerajinan yang mandiri dan berkelanjutan. Melalui pendekatan tersebut, kegiatan PkM ini diharapkan dapat memberikan dampak yang bermakna secara sosial, ekonomi, dan lingkungan, baik bagi komunitas ISIK maupun bagi ekosistem kreatif di Kota Surabaya.

## 2 Metode

Tim PkM Universitas Surabaya merumuskan metode pelaksanaan kegiatan dengan menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang terdiri atas lima tahapan utama, yaitu discovery, dream, design, define, dan destiny, (Gambar 1). Metode ini dipilih karena organisasi ISIK Surabaya telah menghasilkan beberapa produk berbasis kain, namun belum optimal dalam aspek produksi dan branding melalui kanal digital. Pendekatan ABCD (Ali et al., 2022), menempatkan komunitas sebagai subjek utama dalam proses pembangunan dengan menitikberatkan pada penggalian dan penguatan aset yang telah dimiliki. Dalam konteks kegiatan ini, aset tersebut meliputi aset manusia, sosial, budaya, fisik, serta lingkungan yang ada pada komunitas ISIK Surabaya. Pendekatan ABCD dinilai selaras dengan kondisi ISIK Surabaya yang telah memiliki modal sosial yang kuat serta keterampilan dasar di bidang kerajinan tekstil, sehingga proses pendampingan dapat berangkat dari potensi yang telah ada.



Diagram 1. Tahapan dalam Pengabdian kepada Masyarakat

Pada tahap discovery, kegiatan difokuskan pada proses identifikasi dan pemetaan aset yang dimiliki oleh komunitas ISIK Surabaya. Tahap dream diarahkan pada perumusan visi bersama dan harapan komunitas terhadap pengembangan Omah Kreatif ISIK (OKI) di masa depan. Selanjutnya, tahap design merupakan proses perancangan strategi dan program kerja yang disusun berdasarkan aset yang telah terpetakan serta visi yang telah dirumuskan secara partisipatif. Tahap define dilakukan untuk menetapkan prioritas program dan menyusun rencana kegiatan PkM secara lebih terstruktur dan terarah. Tahap akhir, yaitu

destiny, merupakan tahap implementasi program sekaligus penguatan keberlanjutan kegiatan di lapangan agar dapat dilanjutkan secara mandiri oleh komunitas ISIK Surabaya.

### 3 Hasil

Sejak berdiri pada tahun 2022, ISIK Surabaya telah menunjukkan komitmen kuat dalam memberdayakan perempuan agar mandiri secara ekonomi dan aktif berkarya. Namun demikian, organisasi ini menghadapi sejumlah tantangan dan permasalahan yang menghambat pertumbuhan, serta keberlanjutan usaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan Prita Eksimaningrum, selaku pendiri Omah Kreatif ISIK dan beberapa pengurus organisasi ISIK Surabaya, pada Selasa, 22 Juli 2025 di sekretariat Omah Kreatif ISIK, kendala yang dihadapi terletak pada aspek produksi, produk, dan pemasaran. Pertama, dalam aspek produksi, permasalahan yang dihadapi adalah pasokan limbah kain katun terbatas dan teknologi yang digunakan belum memadai. Kedua, dalam aspek produk, variasi produk ISIK Surabaya masih terbatas. Ketiga, dalam aspek pemasaran, *branding* melalui kanal digital masih lemah sehingga jangkauan pasar terbatas. Penjelasan tentang kelima tahapan utama, sebagai berikut:

#### Tahap *Discovery* (Penemuan Aset)

Kegiatan pada tahap ini dilaksanakan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pengurus dan anggota komunitas ISIK Surabaya, serta diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*). Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang terdiri atas empat dosen dan empat mahasiswa Universitas Surabaya melakukan kunjungan langsung ke Omah Kreatif ISIK sebagai bagian dari proses perjumpaan awal dengan komunitas. Melalui rangkaian observasi dan dialog partisipatif tersebut, tim bersama mitra mengidentifikasi berbagai aset yang telah dimiliki oleh ISIK Surabaya, yang kemudian menjadi dasar dalam perumusan strategi pendampingan pada tahap-tahap selanjutnya. Aset-aset yang teridentifikasi meliputi:

Tabel 1. Aset Organisasi ISIK Surabaya

Aset	Keterangan
Manusia	Berupa keterampilan anggota ISIK Surabaya dalam pembuatan batik tulis, batik shibori, dan lukis kain, serta motivasi untuk mandiri secara ekonomi.
Sosial	Berupa struktur organisasi komunitas yang aktif, kepemimpinan yang kuat, dan solidaritas antar anggota.
Fisik	Berupa ruang produksi Omah Kreatif ISIK (OKI), peralatan produksi skala rumahan, dan gerai pemasaran ISIK Blonjo.
Budaya	Berupa pengetahuan dan pengalaman para anggota ISIK Surabaya dalam pengolahan motif tekstil berbasis budaya lokal.

Lingkungan Berupa ketersediaan tumbuhan lokal sebagai sumber pewarna alami serta akses terhadap limbah kain hotel. Walaupun ketersediaan pewarna alami dan stok kain limbah menjadi tantangan dikarenakan jumlah yang terbatas.



Gambar 1. Kegiatan Komunitas ISIK, Surabaya

Gambar 1 menunjukkan kegiatan pengurus ISIK Surabaya saat memberi edukasi tentang pembuatan batik shibori. Audiens yang mengikuti kegiatan tersebut adalah ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Sidosermo, Surabaya.

#### Tahap *Dream* (Perumusan Cita-cita Bersama)

Melalui diskusi partisipatif, pengurus dan anggota ISIK diajak membayangkan kondisi ideal yang ingin dicapai, khususnya terkait pengembangan tekstil ecoprint sebagai produk unggulan. Pada tahap ini,

komunitas merumuskan mimpi bersama untuk menjadi organisasi kreatif dalam pengembangan kerajinan tekstil ecoprint yang mandiri, berdaya saing, dan berorientasi pada keberlanjutan lingkungan. Visi ini mencakup peningkatan kualitas dan kuantitas produk, penguatan identitas merek, serta perluasan akses pasar melalui kanal digital.



Gambar 2. Peralatan Produksi Skala Rumahan Milik Omah Kreatif ISIK.

Adapun kendala yang dihadapi ISIK Surabaya, antara lain belum tersedianya teknologi produksi skala industri (Gambar 2), lemahnya strategi *branding*, keterbatasan pasokan limbah kain katun dari hotel sebagai media pembuatan karya, serta tingginya biaya bahan pewarna alami. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya intervensi yang tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis, tetapi juga pada penguatan kapasitas komunitas serta pengembangan strategi promosi yang efektif melalui kanal digital. Untuk mengatasi keterbatasan pasokan limbah hotel, tim akan mendorong penerapan konsep produk edisi terbatas (*limited edition*) dengan tingkat *craftsmanship* tinggi, yang didukung oleh strategi *branding* yang sinergis, sehingga secara nilai dan finansial mampu mengakomodasi masa produksi yang lebih panjang.

#### **Tahap *Design* (Perancangan Program Berbasis Aset)**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dirumuskan beberapa solusi untuk menjawab permasalahan yang dihadapi ISIK Surabaya sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Solusi yang Ditawarkan Berdasarkan Aspek Permasalahan Prioritas.

Aspek	Permasalahan	Sub Permasalahan	Solusi
Aspek Produk	Pasokan limbah kain katun terbatas dan teknologi yang digunakan belum memadai	<p>Keterbatasan pasokan limbah kain katun dari hotel.</p> <p>Tidak memiliki dandang besar, maka kain dalam proses pengukusan harus dilipat, sehingga menyebabkan pola warna pada kain yang tidak merata.</p> <p>Tidak memiliki alat penggulung kain berukuran 1.6 meter.</p> <p>Tidak memiliki gawangan untuk memajang kain berukuran jumbo.</p>	<p>Penerapan konsep produk edisi terbatas (<i>limited edition</i>) dengan tingkat <i>craftsmanship</i> tinggi</p> <p>Penambahan alat produksi berskala besar berupa dandang, kompor beserta regulator, alat penggulung kain berbahan, gawangan atau rak susun.</p>
Aspek Produk	Variasi produk terbatas	<p>Produk jadi yang dihasilkan masih terbatas.</p> <p>Eksplorasi pewarnaan yang diaplikasikan dalam produk masih terbatas.</p>	<p>Peningkatan keterampilan mendesain produk inovasi untuk menghasilkan karya sesuai tren saat ini.</p> <p>Peningkatan kompetensi teknik <i>mapping</i></p>

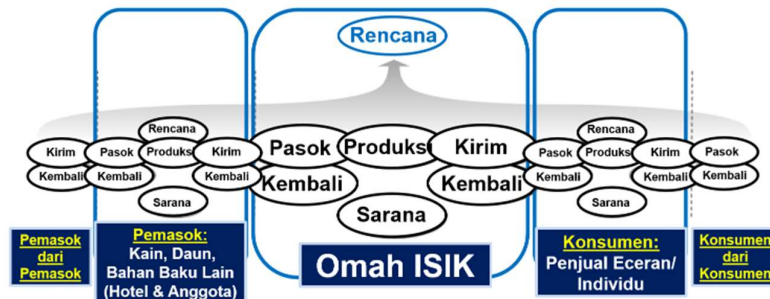
			motif ecoprint.	tekstil
Aspek Pemasaan	<i>Branding</i> melalui kanal digital masih lemah	Belum ada narasi kuat yang menunjang produk. Belum ada visualisasi produk yang menarik dalam bentuk karya foto dan video. Belum memiliki media sosial <i>Instagram</i> yang representatif untuk memperkenalkan hasil karya/produk.	Peningkatan keterampilan dalam pembuatan <i>storytelling</i> agar karya memiliki makna dan kesan yang kuat di benak konsumen.	
			Peningkatan keterampilan dalam membuat visual yang menarik bagi audiens.	

Berdasarkan data yang diperoleh dari tahapan *discovery* dan *dream*, maka dilakukan perancangan program secara kolaboratif untuk memastikan kesesuaian antara kebutuhan ISIK Surabaya dan tujuan PkM. Tim PkM bersama mitra menyusun program kegiatan yang mencakup hibah barang berupa alat produksi berskala besar, pelatihan teknik *mapping* ecoprint berbasis limbah kain hotel, dan pelatihan optimalisasi *supply chain*, *product packaging*, dan *branding* di Omah Kreatif ISIK Surabaya.

#### Tahap *Define* (Penetapan Fokus dan Rencana Aksi)

Analisis kondisi rantai pasok Omah Kreatif ISIK (OKI) didasarkan pada kerangka *Supply chain Operations Reference* (SCOR) (Pham & Bris, 2025), yang umum digunakan untuk memetakan proses dalam rantai pasok secara komprehensif, Gambar 3. OKI membutuhkan berbagai bahan baku untuk kegiatan ecoprint, mencakup kain, daun, cairan untuk proses *mordanting*, dan plastik pembungkus kain sebelum pengukusan. Bahan baku utama yaitu kain diupayakan untuk didapatkan dari pihak hotel yang bekerja sama dengan OKI dan meminta OKI memproduksi

beberapa hiasan hotel, seperti kain penghias dinding. Kain dan bahan baku lainnya juga diperoleh dari anggota OKI. Bila kondisi mendesak (misalnya ketika OKI perlu melakukan produksi tanpa bahan baku yang tersedia cukup), maka OKI akan membeli bahan baku tersebut.



Gambar 3. Rantai Pasok Omah Kreatif ISIK Berdasarkan Kerangka SCOR.

Kegiatan produksi di OKI terutama mencakup pemetaan pola ecoprint pada kain untuk dijadikan produk yang diinginkan konsumen, misalnya pakaian dan tas. Kegiatan produksi ini sangat bergantung pada kesediaan waktu para anggotanya, yang tidak menentu. Konsumen OKI adalah hotel rekanan OKI, penjual eceran, maupun individu yang tertarik untuk menggunakan ataupun membeli produk buatan OKI. Pada rantai pasok OKI, hingga saat ini belum ada proses pengembalian barang cacat. Hal ini disebabkan karena OKI menjamin kualitas produk yang dihasilkan dan memastikan produk yang dihasilkan bersifat unik dan disenangi oleh para konsumen.

Untuk mengevaluasi kualitas rantai pasok OKI secara utuh, analisis lebih dalam disampaikan berdasarkan strategi *7P marketing mix* (Rohit et al., 2025) yang dipadukan dengan analisis SWOT (Çetin et al., 2025) seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4 dan Gambar 5. Informasi untuk analisis SWOT ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara dalam dua sesi (satu sesi diskusi informal dan satu sesi diskusi pasca pelatihan terkait teori rantai pasok), yang dihadiri oleh jajaran pimpinan dan pelaku ecoprint di OKI. Secara umum, dapat diketahui bahwa OKI telah beranggotakan pelaku ecoprint dengan pengalaman praktik yang baik. Pasokan bahan baku serta permintaan produk ecoprint dapat disediakan dengan baik. Namun, kendala ada pada konsistensi kapasitas produksi yang bergantung penuh kepada kesediaan anggota yang beragam, tidak adanya analisis terstruktur terkait permintaan setiap produk, dan belum

adanya perencanaan terpadu terkait penentuan target penjualan yang didasarkan pada perhitungan komponen biaya yang tepat.

Setelah memperhatikan kondisi OKI beserta dengan potensi pengembangan yang dapat dilakukan berdasarkan diskusi dengan anggotanya, berikut adalah beberapa usulan solusi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan OKI dan menjadikan OKI sebagai tempat yang semakin produktif dan berdampak nyata bagi masyarakat:

### **Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan harga jual yang menghasilkan profit**

Perhitungan HPP perlu memperhitungkan biaya tenaga kerja yang sesuai sehingga dapat mendorong minat pelaku ecoprint untuk memenuhi jadwal produksi secara professional pada saat dibutuhkan (Priantilianingtiasari & Ni'am, 2024). Kapasitas produksi yang terencana dan terukur ini dapat membuka peluang bagi OKI untuk memasarkan produk pada konsumen lama maupun baru (Yao et al., 2022). Penentuan harga jual perlu mempertimbangkan harga produk ecoprint yang laku di pasar (Nugroho et al., 2025). Usulan komponen HPP yang perlu diperhitungkan diilustrasikan pada Gambar 6.

Tabel 3. Analisis SWOT Omah Kreatif ISIK

Aspek	Strength	Weakness	Opportunity	Threat
<b>Produk</b>	Produk unik, bahan baku mudah, disukai konsumen	Belum ada SOP, belum kenali selera pasar	Produk bordir untuk pasar atas	Banyak pesaing, perlu keunikan
<b>Harga</b>	–	Belum hitung biaya tenaga kerja, belum analisis preferensi harga	–	Persaingan harga tinggi
<b>Lokasi</b>	Lingkungan mendukung (komunitas ecoprint)	–	Peluang pameran dengan mitra	–

<b>Promosi</b>	Kerja sama dengan hotel	Kurang admin media sosial	Fashion show, QR code	Persaingan promosi digital
<b>Bukti Fisik</b>	Pelatihan rutin hingga luar negeri	–	–	–
<b>SDM (People)</b>	Anggota berpengalaman & kreatif	Kapasitas tidak stabil, skill bervariasi	Peluang rekrut wirausaha baru	Banyak alternatif bisnis lain
<b>Proses</b>	Produksi fleksibel (di rumah)	Perencanaan bahan kurang baik	Bisa dioptimalkan & outsourcing	Produksi harus cepat (sulit outsourcing)

Berdasarkan hasil analisis SWOT, ISIK Surabaya memiliki kekuatan pada keunikan produk ecoprint yang tidak seragam, ketersediaan bahan baku yang relatif mudah, serta dukungan sumber daya manusia yang berpengalaman dan kreatif. Selain itu, lokasi yang berada di lingkungan komunitas ecoprint serta pengalaman dalam pelatihan hingga tingkat internasional menjadi modal sosial yang signifikan. Namun demikian, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki, antara lain belum adanya standardisasi operasional (SOP), belum dilakukannya analisis preferensi konsumen dan perhitungan biaya tenaga kerja, keterbatasan dalam pengelolaan media sosial, serta kapasitas produksi yang belum stabil akibat variasi kemampuan anggota dan perencanaan produksi yang belum optimal. Di sisi peluang, ISIK Surabaya memiliki kesempatan untuk mengembangkan pasar melalui inovasi produk seperti bordir untuk segmen kelas atas, pemanfaatan media promosi seperti fashion show dan teknologi digital, serta kerja sama dengan berbagai pihak untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, organisasi juga dihadapkan pada ancaman berupa meningkatnya persaingan produk ecoprint, kompetisi harga yang semakin ketat, kemajuan teknologi promosi berbasis kecerdasan buatan, serta tuntutan produksi yang cepat yang membatasi fleksibilitas outsourcing. Dengan demikian, diperlukan strategi yang

mampu mengoptimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman guna mencapai keberlanjutan usaha.

### **Pengukuran dan evaluasi yang jelas terkait potensi permintaan lewat berbagai jalur, kepuasan konsumen, dan jaminan kapasitas produksi**

Target utama adalah memenuhi permintaan pesanan setiap jenis produk untuk mendorong potensi pengembangan OKI untuk menjadi suatu unit usaha yang dapat memenuhi kebutuhan pasokan bahan baku dan tenaga pelaku ecoprint lewat profit yang dihasilkan. Untuk menjamin perolehan profit usaha, OKI perlu melakukan (1) analisis permintaan konsumen dengan teratur dan berkala berdasarkan data historis dan hasil wawancara dengan para konsumen serta mempertimbangkan potensi promosi melalui media social sesuai dengan kalangan konsumen yang dituju, dan (2) pemenuhan tenaga produksi dengan jumlah dan waktu yang tepat untuk memenuhi permintaan tersebut. Evaluasi dan upaya perbaikan secara berkelanjutan dapat dilakukan dengan menggunakan Value Stream Mapping (Ahmad et al., 2026)

### **Peningkatan efisiensi seluruh proses dalam rantai pasok OKI untuk meningkatkan kecepatan dan kualitas layanan**

Pemahaman tentang seluruh komponen rantai pasok secara detail dan tepat memungkinkan OKI untuk mengoptimalkan kualitas layanannya dan menjamin keberlanjutan kegiatan ecoprint dengan dukungan dana dan sumber daya yang cukup. Beberapa keputusan efisiensi yang dapat diambil oleh OKI mencakup: (1) penentuan jumlah dan waktu pemesanan setiap jenis bahan baku dengan mempertimbangkan total biaya yang dikeluarkan dan jumlah permintaan tidak terpenuhi (Gutiérrez & Sedeño-Noda, 2026), (2) penentuan jumlah setiap jenis produk yang diproduksi pada setiap satuan waktu untuk memaksimalkan jumlah penjualan produk dengan mempertimbangkan tingkat ketidakpastian jumlah pesanan dan fluktuasi harga produk pada setiap jenis produk.

### **Penentuan posisi Omah Kreatif ISIK dalam pasar ecoprint**

Penentuan posisi ini perlu dilakukan untuk meningkatkan citra baik dan pengaruh OKI bagi para konsumennya. Untuk menentukan keunikan OKI, analisis pesaing perlu dilakukan secara menyeluruh. Dengan

mempertimbangkan informasi tersebut, OKI dapat memposisikan diri ke dalam salah satu dari strategi berikut: (1) kepemimpinan produk (dengan produk paling unik), (2) biaya operasional termurah untuk menjamin keberlangsungan rantai pasoknya, dan (3) kedekatan dengan konsumen lewat personalisasi produk, dsb. Berdasarkan hasil diskusi dengan pelaku ecoprint di OKI, salah satu potensi terbaik adalah menerapkan strategi kepemimpinan produk dengan produk yang unik (Farida & Setiawan, 2022). Strategi ini memungkinkan OKI membidik pasar kelas atas dengan permintaan jenis produk yang bervariasi, unik, dan bernilai jual tinggi. Analisis ini perlu diperkuat dengan memperhatikan posisi pesaing pada bisnis ecoprint serupa.

#### Tahap *Destiny* (Implementasi dan Keberlanjutan)

Pada tahap ini, seluruh rencana kegiatan PkM dijalankan melalui fasilitasi alat produksi dan pelatihan guna meningkatkan keterampilan anggota ISIK Surabaya. Selain itu, organisasi didorong untuk mengelola kegiatan secara mandiri dan berkala agar pengalaman yang diperoleh saat pelatihan PkM dapat disalurkan kepada ibu rumah tangga binaan ISIK Surabaya. Adapun kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut.

##### a. Fasilitasi Peralatan Produksi

Kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan dampak dalam bentuk alat produksi sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Peralatan Produksi dan Spesifikasi.

No.	Alat Produksi	Spesifikasi dan Ukuran	Kebermanfaatan
1.		Dandang Besar: Material stainless. Ukuran panjang 160 x lebar 50 x tinggi 50 cm. Memiliki penutup kerucut.	Mengukus kain dengan lebar 150 cm. Menghindari kain dilipat/ditekuk agar motif optimal.

2.		Kaki Dandang: Material besi. Ukuran 160x50x18 cm. Las listrik.	Menyangga beban dandang hingga 20-30 Kg saat proses pengukusan.
3.		Meja Potong: Material multiplek, melamin, dan besi holo galvanis. Ukuran 210x160x80 cm.	Meja potong berguna dalam pemotongan kain berukuran besar. Digunakan saat <i>mapping</i> agar kain tidak kotor.
4.		Kompor 2 Tungku Merk Rinnai 522 CE.	Digunakan mengukus kain ecoprint selama 2.5-3 jam.
5.		Regulator Merk Star Quantum.	Regulator sebagai penghubung kompor dan tabung gas.
6.		Produk Pengembangan fashion Eco Print: 2 Tas Ecoprint 2 Produk Garmen Fashion	Sebagai contoh produk ( <i>prototype</i> ) dari tekstil ecoprint.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra, tim PkM melaksanakan fasilitasi sarana dan prasarana produksi sebagai bagian dari upaya peningkatan kapasitas dan kinerja OKI menuju skala produksi yang lebih optimal (Tabel 3). Penyediaan peralatan produksi ini dirancang secara tepat guna dan kontekstual sesuai dengan kebutuhan mitra. Salah satu intervensi utama dilakukan melalui pengadaan dandang berukuran jumbo sebagai pengganti dandang bulat konvensional, sehingga proses pengukusan kain dapat dilakukan tanpa pelipatan dan menghasilkan kualitas motif ecoprint yang lebih merata dan optimal. Selain itu, tim juga menghibahkan peralatan

pendukung berupa meja potong, dua unit kompor dua tungku lengkap dengan regulator, serta contoh produk pengembangan fashion ecoprint yang difungsikan sebagai *prototype* produk dan acuan pengembangan desain bagi mitra.

b. Pelatihan Teknik *Mapping* Ecoprint Berbasis Limbah Kain Hotel

Kegiatan pelatihan diawali dengan pemaparan materi dan dilanjutkan dengan praktik langsung teknik *mapping* ecoprint yang dibawakan oleh Viviany, M.Ds., dosen Program Studi Desain Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Surabaya. Materi *mapping* menekankan tahapan penataan pola daun di atas kain secara terencana untuk menghasilkan komposisi visual yang harmonis. Teknik ini menuntut kepekaan visual, di mana daun tidak sekadar ditempel, tetapi disusun berdasarkan prinsip desain seperti komposisi, proporsi, ritme, dan keselarasan warna. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam merancang motif ecoprint yang lebih terstruktur dan estetis, ditandai dengan komposisi daun yang lebih rapi, variasi pola yang lebih eksploratif, serta konsistensi hasil cetak yang lebih baik. Selain itu, peserta juga mampu mengurangi kesalahan penataan yang sebelumnya sering terjadi, sehingga proses produksi menjadi lebih efisien dan menghasilkan produk dengan kualitas visual yang lebih tinggi (Gambar 4).



Gambar 4. Pelatihan Teknik *Mapping* Ecoprint di Omah Kreatif ISIK

c. *Pelatihan optimalisasi supply chain, product packaging, dan branding di Omah Kreatif ISIK (OKI)*

Pelatihan kedua menghadirkan tiga orang narasumber dengan kompetensi yang saling melengkapi (Gambar 8). Materi pertama membahas *supply chain* ecoprint yang disampaikan oleh Ivan Kristianto Singgih, PhD. Materi ini mencakup pemetaan rantai pasok bahan baku, gambaran proses produksi, serta alur distribusi dan penjualan produk ecoprint. Pembahasan tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh kepada mitra mengenai sistem produksi dan pemasaran yang berkelanjutan.

Materi kedua disampaikan oleh Florentina Tiffany, M.Des. yang membahas aspek *packaging* produk ecoprint. Materi ini menekankan peran kemasan sebagai elemen pendukung nilai tambah, identitas visual, dan daya tarik produk di pasar. Setelah sesi ini, peserta memiliki pemahaman mengenai fungsi kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu meningkatkan persepsi kualitas produk.

Materi ketiga membahas strategi *branding* melalui media sosial Instagram yang disampaikan oleh Nugraha, M.Ds. Materi ini berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sekaligus penguatan identitas produk ISIK Surabaya, mencakup strategi konten, konsistensi visual, dan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan target pasar. Melalui pelatihan ini, mitra tidak hanya memahami konsep digital *branding*, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam praktik promosi produk ecoprint secara lebih terarah dan efektif. Selain itu, mitra menunjukkan kemampuan yang semakin baik dalam mengintegrasikan aspek produksi, pengemasan, dan pemasaran secara berkelanjutan dalam satu sistem usaha yang lebih terstruktur.

#### 4 Pembahasan

Program Pendampingan Komunitas (PPK) yang dilaksanakan pada ISIK Surabaya menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan berbasis kebutuhan mitra (*needs based community development*) efektif dalam

meningkatkan kapasitas produksi dan pengelolaan usaha ecoprint. Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat sangat ditentukan oleh kesesuaian antara intervensi program dan kebutuhan riil mitra di lapangan (Chen et al., 2025). Identifikasi permasalahan sejak tahap awal, seperti keterbatasan peralatan produksi, kurangnya pemahaman perencanaan visual, serta belum optimalnya aspek pengemasan dan pemasaran, menjadi landasan utama dalam perancangan metode kegiatan PkM ini.

### **Peningkatan Kapasitas Peralatan Produksi**

Pemberian hibah peralatan produksi terbukti berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi dan kualitas hasil ecoprint. Secara teoretis, dukungan sarana dan prasarana produksi merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan industri kreatif berbasis komunitas (Howkins, 2002). Pengadaan dandang *stainless* dan meja potong berukuran besar dan memungkinkan proses produksi berlangsung lebih stabil dan konsisten, yang berdampak langsung pada kualitas visual motif ecoprint. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas alat produksi berpengaruh signifikan terhadap mutu dan konsistensi produk tekstil berbasis kerajinan.

### **Peningkatan Kemampuan Teknik *Mapping* Ecoprint**

Pada aspek peningkatan kapasitas produksi melalui optimalisasi peralatan dan alur kerja, penguatan sumber daya manusia dilakukan melalui pelatihan teknik *mapping* tekstil ecoprint yang berkontribusi langsung terhadap efisiensi dan kualitas hasil produksi. Pemahaman terhadap unsur rupa dan prinsip komposisi visual merupakan fondasi penting dalam praktik desain tekstil.



Gambar 5. Hasil Produk Tekstil Ecoprint

Dalam konteks produksi, pendampingan pelatihan teknik *mapping* ecoprint yang diikuti lebih dari 25 anggota ISIK mampu menghasilkan 4 kain ecoprint yang kemudian dikembangkan menjadi 2 produk tas ecoprint dan 2 produk garmen fashion. Perencanaan visual ini tidak hanya berdampak pada aspek estetika, tetapi juga mampu mengurangi kesalahan penataan daun, meminimalkan kegagalan cetak, serta mempercepat proses kerja. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan motif ecoprint yang lebih terkontrol secara visual, dengan variasi pola, ritme, dan keseimbangan komposisi yang lebih konsisten (Gambar 5). Hal ini berdampak pada peningkatan *output* produksi yang lebih stabil dan efisien. Temuan ini memperkuat bahwa integrasi aspek konseptual dan praktik langsung merupakan pendekatan efektif dalam meningkatkan produktivitas kerajinan berbasis desain.

Pelatihan lanjutan yang mencakup *supply chain*, *packaging*, dan *branding* turut memperkuat optimalisasi alur kerja produksi secara menyeluruh. Materi *supply chain* memberikan pemahaman bahwa kelancaran produksi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan pengelolaan bahan baku, sehingga mampu mengurangi waktu tunggu produksi dan potensi *bottleneck*. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *value chain*, di mana setiap tahapan proses memiliki kontribusi terhadap nilai akhir produk (Eisenreich et al., 2022). Dengan demikian, integrasi antara peningkatan keterampilan teknis, efisiensi alur kerja, serta pengelolaan rantai pasok berkontribusi signifikan terhadap pencapaian target peningkatan kapasitas produksi secara kuantitatif dan berkelanjutan.

### **Peningkatan Kualitas Visual *Branding***

Sementara itu, pelatihan *branding* melalui media sosial Instagram mendorong mitra untuk mulai memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan komunikasi merek. Hal ini sejalan dengan konsep digital *branding* yang menekankan peran media sosial dalam membangun hubungan emosional antara produk dan konsumen melalui visual *story telling* (Zhang et al., 2026). Dalam konteks ini, ketersediaan konten visual berupa foto dan video yang menarik menjadi aspek krusial, mengingat konten visual berfungsi sebagai media utama dalam

menyampaikan nilai, kualitas, dan keunikan produk ecoprint (Triyanto et al., 2025).

Penyajian foto dan video yang estetik, konsisten secara visual (Gambar 6), serta relevan dengan karakter produk diharapkan mampu menarik minat audiens dan mendorong keputusan pembelian terhadap produk ecoprint yang ditawarkan oleh ISIK Surabaya. Bagi organisasi ISIK Surabaya, strategi *branding* berbasis konten visual ini menjadi langkah awal dalam memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkuat identitas produk ecoprint berbasis keberlanjutan.



Gambar 6. Visual *Branding* Tekstil Ecoprint.

### Peningkatan Kualitas Kemasan Produk

Pada aspek *packaging*, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran mitra terhadap fungsi kemasan sebagai pembentuk nilai tambah dan diferensiasi produk (Gambar 7). bahwa kemasan merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen sekaligus memperkuat citra merek. Secara teoretis, kemasan berperan sebagai “silent salesman” yang mampu membangun persepsi kualitas dan identitas merek (Smoleń, 2023). Pemahaman ini menjadi semakin relevan bagi produk ecoprint yang bersaing di pasar produk kreatif dan ramah lingkungan, di mana aspek visual dan narasi produk memiliki peran strategis dalam memengaruhi keputusan pembelian.



Gambar 7. Kemasan Produk Tekstil Ecoprint ISIK Surabaya

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa model pendampingan yang mengintegrasikan aspek produksi, desain, dan pemasaran mampu menjawab permasalahan mitra secara holistik. Pendekatan ini mendukung konsep pengembangan ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas, pengetahuan, dan inovasi sebagai sumber utama nilai tambah (Manioudis & Angelakis, 2023). Dengan demikian, program pendampingan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mitra, tetapi juga mendorong transformasi pola pikir dalam mengelola produk ecoprint sebagai produk kreatif bernilai ekonomi dan berkelanjutan.

Tabel 5. Perbandingan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan PKM

Aspek	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Peralatan Produksi	Produksi terbatas	Produksi rutin dan stabil
Teknik <i>Mapping</i>	Tidak beraturan	Komposisi lebih estetik
<i>Supply chain</i>	Alur kerja lama	Alur kerja lebih singkat
Konten Visual <i>Branding</i>	Belum tertata	Kualitas visual menarik
Kemasan Produk	Tidak memiliki	Kemasan lebih menarik

Berdasarkan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada berbagai aspek produksi dan manajemen usaha. Pada aspek peralatan produksi, terjadi transformasi dari produksi yang terbatas menjadi lebih rutin dan stabil, yang menunjukkan adanya peningkatan kapasitas serta efisiensi operasional. Dari sisi teknik mapping, perubahan dari pola yang tidak beraturan menjadi komposisi yang lebih estetik mencerminkan

peningkatan keterampilan teknis dan sensitivitas desain anggota. Selanjutnya, pada aspek supply chain, perbaikan alur kerja dari yang sebelumnya panjang menjadi lebih singkat mengindikasikan adanya optimalisasi proses produksi dan distribusi yang berdampak pada efisiensi waktu dan biaya. Pada aspek konten visual branding, perubahan dari kondisi yang belum tertata menjadi lebih menarik menunjukkan peningkatan kemampuan dalam komunikasi visual dan strategi pemasaran digital. Terakhir, pada aspek kemasan produk, keberadaan kemasan yang lebih menarik dibandingkan sebelumnya yang tidak memiliki kemasan menandakan adanya peningkatan nilai tambah produk serta daya saing di pasar. Secara keseluruhan, perubahan ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan berhasil meningkatkan kualitas produksi, efisiensi proses, serta aspek pemasaran, yang berkontribusi terhadap penguatan kapasitas usaha secara berkelanjutan.

## 5 Kesimpulan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pada organisasi ISIK Surabaya menunjukkan bahwa pendampingan berbasis kebutuhan mitra efektif dalam meningkatkan kapasitas produksi dan pengelolaan usaha ecoprint, melalui integrasi antara penyediaan peralatan produksi, pelatihan teknis yang relevan, serta penguatan aspek desain dan pemasaran digital yang mampu menjawab permasalahan secara komprehensif. Hasil evaluasi kepuasan menunjukkan bahwa peserta kegiatan menilai program pelatihan sangat bermanfaat bagi usaha peserta, khususnya dalam meningkatkan daya saing produk dan wawasan mengenai strategi *branding*. Secara teoretis, temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam pengembangan komunitas kreatif, di mana nilai produk dibangun melalui keterkaitan antara proses produksi, perencanaan visual, pengemasan, dan *branding*, dengan penguatan konten visual fotografi di media sosial terbukti menjadi elemen strategis dalam membangun identitas produk dan meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, direkomendasikan adanya keberlanjutan pendampingan, khususnya pada aspek *branding* digital dan pengelolaan konten visual secara konsisten, disertai pengembangan jejaring pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar;

selain itu, model pendampingan ini memiliki potensi untuk direplikasi pada komunitas kreatif lain sebagai upaya mendukung pengembangan produk tekstil ramah lingkungan yang berdaya saing dan berkelanjutan.

## 6 Pengakuan

Atas terselenggaranya program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Surabaya melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Surabaya sebagai pemberi dana dan fasilitator utama kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Industri Kreatif Universitas Surabaya dan Fakultas Teknik Universitas Surabaya atas dukungan akademik dan teknis selama pelaksanaan program. Apresiasi secara khusus diberikan kepada organisasi Ibu Semangat Indonesia Kuat (ISIK) Surabaya beserta seluruh anggota Omah Kreatif ISIK (OKI) atas partisipasi aktif dan kerja sama yang terjalin sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

## 7 Referensi

- Ahmad, A., S, N., F, C. D., & J.p, R. (2026). Integrasi Value Stream Mapping Dan Analisis Akar Masalah Untuk Perbaikan Proses Produksi Berkelanjutan Di Industri Otomotif. *Journal of Industrial Engineering and Technology*, 2(1), 157–168. <https://doi.org/10.36277/jietech.v2i1.167>
- Ali, M., Askan, Rukslin, Mufidah, W., & Parwanti, A. (2022). METODE ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT: Teori dan Aplikasinya. *Insight Mediatama*. <https://repository.insightmediatama.co.id/books/article/view/20>
- Çetin, O., Bakkal, S., Taşdemir, A., & Söğüt, M. Z. (2025). Assessment of the shipbuilding industry with a value-oriented approach. *Ocean Engineering*, 340, 122369. <https://doi.org/10.1016/j.oceaneng.2025.122369>

- Chen, H.-C., Lin, T.-C., & Chen, Y.-H. (2025). The Impact of Social Capital and Community Empowerment on Regional Revitalization Practices: A Case Study on the Practice of University Social Responsibility Programs in Wanli and Jinshan Districts. *Sustainability*, 17(10). <https://doi.org/10.3390/su17104653>
- Eisenreich, A., Füller, J., Stuchtey, M., & Gimenez-Jimenez, D. (2022). Toward a circular value chain: Impact of the circular economy on a company's value chain processes. *Journal of Cleaner Production*, 378, 134375. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134375>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Gutiérrez, J. M., & Sedeño-Noda, A. (2026). A bi-objective sustainable EOQ model with all-units discounts. *Omega*, 141, 103503. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2025.103503>
- Kartika, D. S. Y., Rahmawati, F., Rahmawati, V. E., Yudha, A. T. S., Faizah, A. N., & Suhendri, R. R. (2023). Pelatihan Pembuatan Kerajinan Ecoprint Sebagai Pengembangan Kreativitas Anak Di Sekolah Dasar Negeri Wonomerto 1 (Satu). *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 72–82. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.311>
- Manioudis, M., & Angelakis, A. (2023). Creative Economy and Sustainable Regional Growth: Lessons from the Implementation of Entrepreneurial Discovery Process at the Regional Level. *Sustainability*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097681>
- Nasution, S. I., Sandea, L. A. P., & Putriana, H. P. (2024). Penerapan Seni Kreatif Eco-Print Menggunakan Teknik Pounding pada Masyarakat Desa Talang Mulya. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 5(4), 979–994. <https://doi.org/10.33650/guyub.v5i4.9455>
- Nugroho, T. R., Suryani, A. W., Sanputra, A. H. D., Oktaviana, M. R., & Mu'thoyyah, I. (2025). Digital Transformation of BUMDesa Bicak Makmur: Accounting Application Innovation for Optimizing

Production Costs and Marketing of Ecoprint Fabric as the Village's Flagship Product. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(4), 2210–2219. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v8i4.7112>

Pham, H. B., & Bris, P. (2025). AI in Supply Chain: Techniques, Applications, Real-World Cases and Benefits under SCOR Framework. *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*, 300–316. <https://doi.org/10.31387/oscm0610474>

Priantilianingtiasari, R., & Ni'am, Z. B. (2024). Analisis Metode Job Order Costing Untuk Menentukan Harga Jual Ecoprint Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Public Policy : Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik Dan Bisnis*, 5(1), 249–268. <https://doi.org/10.51135/PublicPolicy.v5.i1.p249-268>

Rohit, S., Ranjan, K. R., & Shainesh, G. (2025). Service marketing mix and customer engagement: A meta-analysis. *Journal of Business Research*, 194, 115363. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115363>

Rusnarasyid, A. N., Sujarwo, S., & Hermawan, Y. (2026). Creative Economy-Based Community Empowerment in Tourism Villages: An Integrated Model from Indonesia. *Journal of Innovation and Research in Primary Education*, 5(1), 1042–1053. <https://doi.org/10.56916/jirpe.v5i1.2873>

Smoleń, K. (2023). ROLE OF UNIT PACKAGING VISUAL LAYER IN MARKETING ACTIVITIES. *Modern Management Review*, 28(2), 69–77. <https://doi.org/10.7862/rz.2023.mmr.13>

Sugiasutuh, L., Restian, A., & Kuncayono, K. (2025). Ecoprint Analysis of Pounding Technique as an Aesthetic Synergy for Art, Culture, and Craft Learning. *Lectura : Jurnal Pendidikan*, 16(1), 307–320. <https://doi.org/10.31849/lectura.v16i1.25795>

Thatsarani, U. S., & Jianguo, W. (2022). Do Digital Finance and the Technology Acceptance Model Strengthen Financial Inclusion and SME Performance? *Information*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/info13080390>

- Triyanto, T., Kholifah, N., Mahanani, C., Sagita, D. P., Oktariani, F., & Nurtanto, M. (2025). Website-Based Digital Marketing and Digital Branding as a Strategy to Increase Ecoprint Product Sales at Tembindigo MSME. *Jurnal Medika: Medika*, 4(3), 483–494. <https://doi.org/10.31004/77fngm94>
- Yao, X., Almatooq, N., Askin, R. G., & Gruber, G. (2022). Capacity planning and production scheduling integration: Improving operational efficiency via detailed modelling. *International Journal of Production Research*, 60(24), 7239–7261. <https://doi.org/10.1080/00207543.2022.2028031>
- Zhang, X., Ji, X., Cao, P., & Xiao, Q. (2026). Storytelling through images: Understanding the persuasive effectiveness of social media influencers' visual narratives. *Journal of Business Research*, 207, 116003. <https://doi.org/10.1016/j.ibusres.2026.116003>