

Pengembangan Model Edupreneurship sebagai Upaya Peningkatan Daya Tarik Wisata Pantai Pudak, Kabupaten Blitar

Yuhanin Zamrodah^{1*}, Luhur Aditya Prayudhi², Endah Siswati³, Wahyu Dwi Lestari⁴,
Zainal Abidin Achmad⁵, Diana Aqidatun Nisa⁶

^{1,2}Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Balitar Blitar

³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Balitar Blitar

Jl. Imam Bonjol No. 16, Kelurahan Sananwetan, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar,
Jawa Timur, Indonesia

⁴Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

⁵Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

⁶Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Kecamatan Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

*yuhaninzamrodah@yahoo.com

Kata Kunci:
edupreneurship;
wisata;
pantai pudak

Abstrak Pengembangan Pantai Pudak yang terletak di Desa Ngadipuro, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar ini sebagai destinasi wisata bukan sekadar menciptakan tempat wisata, melainkan strategi komprehensif yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Dengan mengoptimalkan potensi alam dan budaya di sekitarnya, investasi di bidang pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru, memperkuat sektor ekonomi kreatif, dan meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama melalui produk dan layanan pariwisata berbasis komunitas. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan mengembangkan model edupreneurship yang selaras dengan karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat di sekitar Pantai Pudak, Kabupaten Blitar. Kegiatannya meliputi kajian kebutuhan, pelatihan kewirausahaan (pembuatan batik, *visual branding*, *labelling*, dan pengemasan produk), serta pelatihan pemasaran digital. Program ini melibatkan observasi dan wawancara dengan Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro, pemberian pelatihan praktis, sekaligus penilaian antusiasme dan pengembangan keterampilan peserta selama proses pelatihan. Kegiatan pelatihan dan sosialisasi ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang teknik batik tulis, *visual branding*, *labelling* dan pengemasan produk, serta pemasaran digital. Peningkatan keterampilan dan kapasitas kewirausahaan yang signifikan diharapkan dapat memampukan masyarakat mengelola usaha secara lebih efektif, memahami konsep pemasaran modern, dan menumbuhkan kesadaran yang lebih besar akan pentingnya kolaborasi dalam mempertahankan dan mengembangkan potensi wisata. Lebih lanjut, program ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas masyarakat sebagai pelaku wisata yang berorientasi pada pendidikan dan ekonomi, serta memberikan rekomendasi untuk mereplikasi model ini pada destinasi pesisir lainnya.

Keywords:
edupreneurship;
tourism;
pudak beach

Abstract The development of Pudak Beach, located in Ngadipuro Village, Wonotirto District, Blitar Regency, as a tourist destination is not simply about creating a tourist attraction, but rather a comprehensive strategy aimed at improving the welfare of the local community while preserving the environment. By optimizing the surrounding natural and cultural potential, investment in tourism can generate new employment opportunities, strengthen the creative economy sector, and increase local income—particularly through community-based tourism products and services. This community service program aims to develop an edupreneurship model that aligns with the social, economic, and cultural characteristics of the communities surrounding Pantai Pudak, Blitar Regency. The activities include needs assessment, entrepreneurship training (such as batik-making, *visual branding*, *labeling* and *packaging*), and digital marketing workshops. The program involved observation and interviews with Bumdes Estu Maju and Pokdarwis Dewatapuro, providing hands-on training while assessing participants' enthusiasm and skill development throughout the process. The outcomes of the training and socialization activities successfully enhanced participants' knowledge and understanding of hand-drawn batik techniques, *visual branding*, product labeling and packaging, as well as digital marketing. The significant improvement in skills and entrepreneurial capacity is expected to enable the community to manage local businesses more effectively, comprehend modern marketing concepts, and cultivate greater awareness of the importance of collaboration in sustaining and developing tourism potential. Furthermore, this program is expected to strengthen the community's capacity as education- and economy-oriented tourism actors and provide recommendations for replicating the model in other coastal destinations.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian daerah, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat identitas budaya dan potensi lokal. Melalui pengembangan destinasi wisata yang terencana dan berkelanjutan, sektor ini mampu memberikan dampak multiplikatif terhadap berbagai bidang lain seperti perdagangan, transportasi, kuliner, serta industri kreatif masyarakat setempat.

Selain berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), pariwisata juga berfungsi sebagai sarana pelestarian nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang menjadi ciri khas suatu wilayah. Oleh karena itu, penguatan sektor pariwisata tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat lokal agar mampu menjadi pelaku utama dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata yang ada di daerahnya.

Kabupaten Blitar memiliki beragam destinasi wisata alam yang menarik, salah satunya adalah Pantai Pudak yang terletak di wilayah pesisir selatan. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Blitar, bahwa Kecamatan Wonotirto dapat menyumbang sekitar 10% dari total keseluruhan jumlah pengunjung wisata yang datang ke kabupaten tersebut pada tahun 2023 (BPS Kabupaten Blitar, 2023).

Pantai Pudak memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang menarik perhatian dari wisatawan (Darmawan & Cahyono, 2025). Pantai ini memiliki keindahan alam yang potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata edukatif dan produktif. Namun demikian, potensi tersebut belum dioptimalkan secara maksimal karena keterbatasan inovasi, promosi digital, serta kurangnya integrasi antara aspek pendidikan, ekonomi kreatif, dan kewirausahaan masyarakat lokal.

Dengan demikian masyarakat yang tergabung dalam pengelolaan Pantai Pudak ini yang tergabung dalam kelompok Pokdarwis masih membutuhkan *edupreneurship* dalam pengembangan Pantai Pudak. Dalam konteks pengembangan ekonomi berbasis masyarakat, konsep *edupreneurship* yakni perpaduan antara *education* (pendidikan) dan *entrepreneurship* (kewirausahaan) menjadi strategi yang relevan untuk diterapkan (Fitri et al., 2023).

Edupreneurship merupakan titik temu dua bisnis yang memiliki titik koneksi untuk mengembangkan masyarakat agar memiliki nilai-nilai kewirausahaan (Afifandasari & Subiyantoro, 2022). Program pengembangan bisnis berbasis *edupreneurship* telah menunjukkan hasil yang baik karena mampu menciptakan daya tarik wisata dan peluang untuk pertumbuhan ekonomi kreatif local (Nadhira, et. al., 2025). Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat wisata, tetapi juga pelaku utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas.

Program pengabdian masyarakat dalam kegiatan Kosabangsa ini bertujuan untuk mengembangkan model *edupreneurship* yang sesuai dengan karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat di sekitar Pantai Pudak. Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi kunci utama dalam pengembangan sektor pariwisata (Yogatama, 2022). Program ini relevan dengan konsep *community-based tourism* yang menekankan partisipasi masyarakat dalam tata kelola wisata (Kasidi, 2023; Purnomo, 2025).

Melalui pendampingan, pelatihan, dan penerapan strategi kewirausahaan edukatif, diharapkan masyarakat mampu meningkatkan kapasitas diri, memperluas peluang usaha, serta memperkuat daya tarik wisata Pantai Pudak sebagai destinasi unggulan Kabupaten Blitar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Sinergi antara dunia pendidikan, pemerintah daerah, dan masyarakat lokal diharapkan mampu menciptakan ekosistem wisata berbasis *edupreneurship* yang inovatif, mandiri, dan berdaya saing, sekaligus mendukung visi pembangunan pariwisata berkelanjutan dan dapat meningkatkan pendapatan daerah di Kabupaten Blitar (Tumija & Bagus Jadog, 2022).

METODE

Program kegiatan Kosabangsa ini dilakukan di Desa Ngadipuro, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar di mulai pada September 2025. Mitra pada kegiatan ini adalah Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro. Partisipasi mitra menjadi bagian penting dalam pencapaian tujuan pengembangan masyarakat, termasuk dalam meningkatkan daya saing program pengabdian masyarakat (Masrukan, 2022).

Metode pelaksanaan program kegiatan Kosabangsa ini meliputi:

- a. Kajian kebutuhan masyarakat, terhadap kelompok Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro, serta masyarakat Desa Ngadipuro, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar
- b. Pelaksanaan FGD (perancangan model *edupreneurship*). Pada tahap dilakukan diskusi dan bermusyawarah tentang model *edupreneurship* yang akan diterapkan.
- c. Pelatihan dan pendampingan meliputi pelatihan *audio visual*, labeling, kemasan produk, dan *digital marketing*.
- d. Pelaksanaan evaluasi. Untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keaktifan peserta selama proses pelatihan berlangsung untuk mengetahui tingkat partisipasi mereka.

Selanjutnya, analisis data dilakukan secara kualitatif untuk menilai peningkatan kapasitas dan perubahan perilaku kewirausahaan masyarakat.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Desa Ngadipuro, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar, yang memiliki potensi wisata alam unggulan berupa Pantai Pudak. Meskipun kawasan ini menawarkan keindahan pesisir yang khas dan memiliki peluang besar untuk dikembangkan, pengelolaan wisata sebelumnya masih bersifat tradisional, dengan tingkat partisipasi masyarakat yang terbatas serta minimnya inovasi dalam pengembangan produk wisata dan pemasaran digital. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa destinasi wisata berbasis komunitas masih menghadapi tantangan dalam kreativitas produk, tata kelola, dan adaptasi teknologi digital (Rahmawati et al., 2022).

Pelaksanaan program menggunakan pendekatan partisipatoris, yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam setiap tahap kegiatan. Tahapan kegiatan meliputi: kajian kebutuhan masyarakat, forum group discussion (perancangan model edupreneurship), pelatihan dan pendampingan kewirausahaan, serta evaluasi program secara partisipatif. Tahapan ini sesuai dengan standar pelaksanaan program pemberdayaan berbasis komunitas yang menekankan analisis kebutuhan, transfer pengetahuan, dan evaluasi berkelanjutan (Lestari & Nugroho, 2023).

Kajian kebutuhan masyarakat

Langkah awal dalam melaksanakan program kosabangsa ini dilakukan melalui kegiatan observasi ke Desa Ngadipuro. Menurut Abdussamad (2021), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat kondisi tertentu secara sistematis, terarah, dan sengaja untuk memperoleh gambaran nyata mengenai situasi lapangan.

Pada tahap ini, Tim Pelaksana dari Universitas Islam Balitar Blitar bersama Tim Pendamping dari Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur melakukan kunjungan langsung ke Desa Ngadipuro untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, dan peluang yang dimiliki desa.



Gambar 1. Wawancara dengan Pokdarwis dan Bumdes.

Untuk memperoleh data yang akurat mengenai kondisi aktual di lapangan, dilakukan observasi dan wawancara dengan beberapa pemangku kepentingan utama. Observasi dan wawancara digunakan untuk menggali permasalahan secara mendalam, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019) bahwa kedua teknik ini sangat relevan digunakan dalam studi pendahuluan untuk menemukan masalah serta memperoleh informasi langsung dari responden.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa Desa Ngadipuro memiliki potensi wisata Pantai Pudak yang indah dan sangat potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata edukatif dan produktif. Namun demikian, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan kapasitas SDM, lemahnya manajemen usaha, serta minimnya inovasi produk wisata yang mampu menarik wisatawan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terbaru yang menyatakan bahwa rendahnya kualitas SDM

dan kapasitas pengelolaan merupakan kendala umum dalam pengembangan desa wisata di berbagai daerah di Indonesia (Wibowo & Prasetya, 2022).

Focus group discussion (FGD) perancangan model edupreneurship

Tahap kegiatan selanjutnya adalah FGD. Tim Kosabangsa melalui FGD melakukan sosialisasi pada kelompok Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai urgensi pengembangan potensi lokal yang bernilai ekonomi dan menguatkan pemahaman tentang model edupreneurship. Konsep edupreneurship ini memadukan kegiatan pembelajaran praktis, yaitu pelatihan pembuatan produk kreatif seperti membuat tulis, pelatihan *branding*, labeling, pengemasan produk, dan *digital marketing*, dengan pengembangan usaha nyata yang dapat langsung diterapkan di lapangan.



Gambar 2. FGD perancangan model edupreneurship.

Konsep *edupreneurship* dengan pengembangan usaha nyata menjadi pendekatan strategis dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat di sekitar Pantai Puduk. Selama ini, banyak masyarakat pesisir yang menggantungkan penghasilan pada sektor informal tanpa memiliki akses terhadap pelatihan bisnis yang terstruktur. Melalui pendekatan ini, mereka diajak memahami bahwa potensi lokal seperti hasil laut, batik

khas daerah, hingga kreativitas dalam pengemasan produk wisata dapat dikembangkan menjadi komoditas bernilai ekonomi tinggi.

Pelatihan dan pendampingan kewirausahaan

Tahap selanjutnya yaitu pelatihan dan pendampingan kewirausahaan dilaksanakan secara tatap muka dan praktek langsung. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep *edupreneurship* membuat, *visual branding*, labeling, pengemasan produk dan pemasaran digital menggunakan media sosial dan *platform online*. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan ide usaha serta memperluas jaringan pemasaran.

- Pelatihan membuat

Tim Kosabangsa melakukan pelatihan membuat tulis yang inovatif dan berbasis kearifan lokal dengan menjadikan motif buah pudak sebagai ciri khas batik di Desa Ngadipuro. Hal ini memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif masyarakat pesisir di sekitar Pantai Pudak. Batik tidak hanya menjadi produk seni dan budaya, tetapi juga merupakan komoditas ekonomi yang memiliki nilai jual tinggi.

Melalui pelatihan batik, destinasi ini dapat dikembangkan menjadi kawasan wisata edukatif yang memberikan pengalaman baru bagi pengunjung, misalnya melalui kegiatan “wisata membuat” atau *batik workshop tourism*. Kegiatan semacam ini tidak hanya menambah lama kunjungan wisatawan (*length of stay*), tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi lokal karena wisatawan dapat membeli langsung hasil karya masyarakat.

Pelatihan membuat ini disambut sangat antusias oleh masyarakat, khususnya anggota kelompok Bumdes Estu Maju yang membidangi usaha desa seperti produksi batik. Antusiasme tersebut muncul karena sebelumnya masyarakat hanya membuat batik dengan teknik cetak atau batik cap, sedangkan pada pelatihan ini mereka diperkenalkan

dengan teknik membatik tulis menggunakan canting elektrik. Penggunaan canting elektrik diharapkan mampu mendorong masyarakat untuk lebih inovatif dan kreatif dalam menciptakan motif batik khas.



Gambar 3.a. Penyampaian materi membatik.



Gambar 3.b. Praktik membatik.

- Pelatihan *visual branding*

Pelatihan *visual branding* memiliki peranan strategis dalam meningkatkan daya saing produk seperti batik lokal, terutama di kawasan wisata seperti Pantai Puduk. Dalam konteks batik khas Pantai Puduk, *visual branding* dapat menjadi alat komunikasi visual yang menonjolkan unsur budaya lokal dan kearifan pesisir, sehingga produk tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga memiliki makna simbolik yang mencerminkan identitas daerah Blitar.



Gambar 4. Penyampaian materi *visual branding*.

Pelatihan ini penting karena kelompok Bumdes Estu Maju selaku pengrajin batik di Desa Ngadipuro belum memahami bagaimana tampilan visual produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk dengan desain kemasan yang menarik, label yang informatif, dan konsistensi warna yang harmonis akan memberikan kesan profesional serta meningkatkan kepercayaan pembeli. Dengan memahami prinsip-prinsip *visual branding* seperti tipografi, warna, simbol, dan narasi visual, para peserta dapat menciptakan tampilan produk yang mampu bersaing di pasar lokal maupun digital.

- Pelatihan label dan kemasan

Pelatihan *labeling* dan kemasan produk memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing produk batik lokal, khususnya di kawasan wisata Pantai Pudak, Kabupaten Blitar. Kemasan bukan sekadar wadah pelindung produk, melainkan sarana komunikasi visual yang menggambarkan kualitas, identitas, dan karakter suatu merek (Sumiati & Panjaitan, 2022). Produk batik yang dikemas dengan menarik dan profesional akan lebih mudah menarik perhatian konsumen, baik di pasar lokal maupun bagi wisatawan yang berkunjung. Label yang informatif dan desain kemasan yang estetik dapat menciptakan kesan pertama yang positif, sekaligus memperkuat citra merek batik khas Pantai Pudak.



Gambar 5.a. Penyampaian materi labeling dan kemasan.



Gambar 5.b. Label dan kemasan batik.

Selain meningkatkan aspek estetika, label dan kemasan juga berfungsi sebagai media informasi dan edukasi bagi konsumen (Widyasari et al., 2025). Label yang baik harus memuat identitas produk, nama merek, motif batik, filosofi desain, serta informasi produsen yang jelas. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan dan transparansi terhadap konsumen, terutama wisatawan yang mencari produk asli dan bernilai budaya. Dengan adanya label yang mencantumkan narasi tentang motif dan makna batik khas Pantai Puduk, konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga memahami nilai budaya dan sejarah lokal yang terkandung di dalamnya.

- Pelatihan *digital marketing*

Digital marketing memiliki peran yang sangat penting dalam memperluas jangkauan promosi produk batik dan destinasi wisata Pantai Puduk di Kabupaten Blitar.. Melalui *digital marketing*, promosi dapat dilakukan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan dengan memanfaatkan berbagai platform daring seperti media sosial, *website*, *marketplace*, serta konten visual interaktif (Nurmadewi et al., 2024). Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, pengrajin dapat menampilkan proses pembuatan batik, keunikan motif, serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya (Sulkaisi et al., 2023). Penggunaan iklan digital dapat meningkatkan visibilitas produk batik Pantai Puduk di mesin pencari dan platform *e-commerce*, sehingga peluang penjualan semakin terbuka luas.

Pada pelatihan *digital marketing* ini, masyarakat (kelompok Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro) dilatih untuk menampilkan produknya di *e-commerce* dengan alamat *website* <https://puromarket.ngadipuro.desa.id>. Dalam konteks pengembangan pariwisata, *digital marketing* berfungsi sebagai sarana promosi terpadu untuk memperkenalkan destinasi Pantai Puduk sebagai wisata edukatif dan kreatif berbasis

masyarakat. Melalui konten digital, wisatawan tidak hanya memperoleh informasi tentang lokasi wisata, fasilitas, dan keindahan pantai, tetapi juga tertarik untuk mengikuti kegiatan wisata edukatif seperti pelatihan membatik, pembuatan kerajinan, atau kunjungan ke galeri batik lokal.



Gambar 6. Penyampaian materi *digital marketing*.

Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan edupreneurship ini. Tahap ini dilakukan dengan mewawancarai dan melihat keaktifan sebagai bentuk partisipatif peserta. Melalui evaluasi, kita dapat mengukur sejauh mana kelompok Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapura memahami serta memiliki keterampilan dalam praktik edupreneurship mulai dari praktik membatik, *visual branding*, *labeling*, dan kemasan, serta *digital marketing*.



Gambar 7.a. Pengisian lembar *pre-test* sebelum pelatihan **Gambar 7b.** Pengisian lembar *post-test* setelah pelatihan

Hasil evaluasi juga tercermin dari sejumlah faktor, seperti antusiasme peserta dan pertanyaan yang diajukan selama penyampaian materi. Diskusi dan wawancara antara tim pelaksana dan tim pendamping dengan kelompok Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro memungkinkan kita melihat tingkat keterampilan, kesiapan, dan pemahaman peserta terkait setiap tahapan pada saat pelatihan dilakukan. Keberhasilan program ini juga bergantung pada sumber daya manusia, yaitu para kelompok Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro, yang telah mendapatkan pengetahuan melalui pelatihan

Pembahasan

Kegiatan FGD dilakukan untuk menetapkan model model edupreneurship yang disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan dan potensi masyarakat melalui observasi dan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya. Masyarakat tidak sekadar diajari membuat produk, melainkan juga dibekali kemampuan untuk mengelola, memasarkan, dan menilai potensi ekonominya. Dengan demikian, kegiatan edukatif dengan pendekatan edupreneurship berfungsi memperkuat keterampilan individu sekaligus menciptakan peluang ekonomi baru yang relevan dengan konteks wisata daerah.

Hal ini sejalan dengan temuan terbaru bahwa pendekatan *edupreneurship* mampu meningkatkan keterampilan kerja, kreativitas, dan kesiapan masyarakat dalam menciptakan usaha mandiri berbasis potensi lokal (Nugraheni & Kurniawan, 2022). Selain itu, penerapan edupreneurship berperan penting dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan lokal yang berkelanjutan. Beberapa pelatihan kewirausahaan/edupreneurship, diantaranya adalah pelatihan membuat, *visual branding*, labeling, pengemasan produk dan pemasaran digital menggunakan media sosial dan *platform online*.

Pelatihan membatik tulis dilaksanakan untuk mendorong kemampuan masyarakat dalam mengekspresikan kreativitas sekaligus melestarikan warisan budaya lokal. Inovasi dalam motif, warna, dan media batik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Pelatihan membatik tulis yang inovatif juga berperan dalam mendorong diversifikasi produk wisata. pelatihan membatik ini dilakukan dengan menggunakan cantik elektrik yang memiliki sejumlah keunggulan, antara lain suhu malam yang lebih stabil dan dapat diatur sesuai kebutuhan dan efisiensi.

Hasil penelitian Sari dan Nurhayati (2022) menunjukkan bahwa penerapan inovasi peralatan dalam proses membatik mampu meningkatkan kualitas produk dan efektivitas kerja perajin, sekaligus memperkuat kemampuan adaptasi UMKM batik terhadap perkembangan teknologi. Inovasi dalam desain serta pengemasan produk juga dapat meningkatkan daya saing batik lokal di pasar yang lebih luas, baik melalui penjualan langsung di lokasi wisata maupun melalui platform digital (Cahyani et al., 2024). Secara keseluruhan, pelatihan membatik tulis yang inovatif dan berbasis kearifan lokal merupakan bagian penting dari strategi penguatan wisata berbasis komunitas di Pantai Pudak.

Pelatihan *Visual branding* tidak hanya berkaitan dengan logo atau desain kemasan semata, tetapi mencakup keseluruhan identitas visual yang membangun citra, nilai, dan karakter unik suatu produk (Adhrianti & Aditia, 2025). Selain itu, penerapan *visual branding* yang kuat akan memperkuat hubungan antara produk batik dan destinasi wisata Pantai Pudak. Pelatihan ini juga sejalan dengan pengembangan konsep edupreneurship, di mana peserta tidak hanya belajar menciptakan produk, tetapi juga memahami strategi pemasaran kreatif yang berkelanjutan (Prawira et al., 2023).

Melalui kegiatan *visual branding*, masyarakat dilatih untuk berpikir secara holistik: mulai dari desain produk, narasi merek, hingga pengemasan dan promosi di media digital. Hal ini akan mendorong tumbuhnya wirausaha lokal yang mandiri dan inovatif, serta memperkuat sinergi antara ekonomi kreatif dan sektor pariwisata daerah.

Pelatihan labeling dan kemasan juga berperan penting dalam meningkatkan profesionalisme pelaku usaha batik lokal terutama kelompok Bumdes Estu Maju yang memang salah satu bidang usahanya adalah produk batik.. Dalam konteks pengembangan *edupreneurship* di Desa Ngadipuro, pelatihan *labeling* dan kemasan menjadi bagian integral dari strategi pemberdayaan masyarakat.

Kemasan yang menarik dan informatif juga berfungsi sebagai alat promosi tidak langsung bagi destinasi wisata Pantai Pudak. Setiap produk batik yang dibeli wisatawan dan dibawa keluar daerah akan membawa logo, motif, atau elemen visual yang terkait dengan Pantai Pudak. Secara tidak langsung, hal ini menjadi media promosi yang memperluas jangkauan citra wisata Blitar ke masyarakat luas.

Pelatihan *digital marketing* bagi masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Ngadipuro merupakan wujud konkret implementasi konsep *edupreneurship* dalam pengembangan kapasitas ekonomi lokal. Pelatihan tersebut dirancang untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dalam menghasilkan konten kreatif, mengelola platform media sosial, serta memahami strategi pemasaran *digital* yang berorientasi pada daya saing global. Upaya ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan literasi digital, perluasan jejaring pemasaran, serta penguatan jiwa kewirausahaan berbasis teknologi.

Hal ini sejalan dengan temuan Putri dan Wicaksono (2022) yang menegaskan bahwa pelatihan *digital marketing* berbasis komunitas mampu meningkatkan kompetensi wirausaha lokal dan memperluas akses pasar secara berkelanjutan. Dengan demikian,

masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai aktor aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi wisata berbasis digital. Penerapan *digital marketing* membantu pelaku usaha dan pengrajin batik dalam membangun *brand awareness* dan meningkatkan penjualan secara signifikan.

Evaluasi dari kegiatan kosabangsan ini menunjukkan tingkat pemahaman dan kemampuan peserta pelatihan (Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro) terkait materi yang telah diberikan dilihat dari nilai *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada pemahaman dan kemampuan peserta, yaitu mencapai 85–90% dibandingkan nilai sebelumnya yang berada pada kisaran 75–85%. Hal ini menunjukkan keberhasilan upaya sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Widodo dan Ramadhani (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis evaluasi *pre-test* dan *post-test* mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran masyarakat serta memperkuat daya serap peserta terhadap materi pelatihan secara signifikan.

SIMPULAN

Program pengembangan model *edupreneurship* (pelatihan membatik, *digital marketing*, *visual branding*, labeling dan kemasan) di Pantai Pudak berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan masyarakat terutama kelompok masyarakat Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatoris dengan penerapan model *edupreneurship* mampu menjadi strategi efektif dalam pemberdayaan masyarakat pesisir.

Selain memperkuat kapasitas kewirausahaan, program ini juga mendorong tumbuhnya ekosistem wisata yang berbasis pada kolaborasi, inovasi, dan keberlanjutan

di Desa Ngadipuro. Pendekatan ini efektif dalam memperkuat daya tarik wisata melalui produk dan layanan edukatif. Keberlanjutan program memerlukan dukungan kelembagaan dan kebijakan daerah agar manfaatnya dapat diperluas ke kawasan pesisir lain di Kabupaten Blitar.

Pengabdian selanjutnya disarankan untuk difokuskan pada pendampingan berkelanjutan, penguatan akses pasar dan jejaring kemitraan, serta pemanfaatan teknologi digital secara lebih optimal. Selain itu, kolaborasi multipihak dan pengukuran dampak yang komprehensif perlu diperkuat agar keberlanjutan dan perluasan manfaat program dapat tercapai.

PENGHARGAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dibiayai oleh DRTPM melalui program KOSABANGSA, untuk itu kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih. Penghargaan dan ucapan terimakasih juga kami sampaikan pada Tim Pelaksana dari UNISBA Blitar dan Tim Pendamping dari UPN Veteran Jawa Timur, Bapak Kepala Desa, kelompok masyarakat yang tergabung dalam Bumdes Estu Maju dan Pokdarwis Dewatapuro di Desa Ngadipuro, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar, serta mahasiswa yang terlibat penuh pada pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.); Cetakan 1). CV. Syakir Media Press.
https://books.google.co.id/books?id=JtKREAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false.

- Adhrianti, L., & Aditia, R. (2025). Bengkulu Tourism Brand Reputation Management (Case Study of the Natural Bengkulu Logo). *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 10(1), 29–40. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v10i1.1117>.
- Afifandasari, T., & Subiyantoro, S. (2022). Pengembangan Jiwa Edupreneurship Melalui Kepemimpinan Yang Demokratis Di Lembaga Pendidikan. *Jurnal Eduscience*, 9(1), 279–287. <https://doi.org/10.36987/jes.v9i1.2638>.
- Blitar, B. K. (2023). *Data Pengunjung Destinasi Pariwisata Menurut Kecamatan di Kabupaten Blitar, 2023*. Retrieved from Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Blitar Website: <https://blitarkab.bps.go.id/id/statisticstable/2/MTk0IzI=/data-pengunjung-destinasi-pariwisata-menurut--kecamatan-dikabupaten-blitar>.
- Cahyani, I. A. F., Futy, A., Fadillah, A., & Yasifa, E. A. (2024). The Identity of Priangan Local Wisdom in Modern Batik Motif Innovation Understanding. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(9), 131–144. <https://doi.org/dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v11i9.6035>.
- Darmawan, D. K. P., & Cahyono, H. (2025). Perencanaan Kawasan Wisata Pantai Pudak Berbasis Komunitas. *Independent: Journal of Economics*, 5(2), 105–113. <https://doi.org/10.26740/independent.v5i2.72420>.
- Fitri, Z. Z., Kamil, N., Kamil, N., Nisa, H. R., & Munastiwi, E. (2023). Edupraneurship In Fostering Entrepreneurial Values In Early Childhood. *Al Hikmah Indonesian Journal of Early Childhood Islamic Education*, 7(2), 241–250. <https://doi.org/10.35896/ijecie.v7i2.556>.

- Kasidi, D. (2023). Peluang Edupreneurship Bagi Kesejahteraan Guru Di Indonesia. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 6(2), 113–120. <https://doi.org/10.62820/trt.v6i2.113>.
- Lestari, N., & Nugroho, Y. (2023). *Model pengembangan komunitas melalui pelatihan dan evaluasi partisipatif*. *Journal of Social Empowerment*, 7(1), 88–101.
- Masrukan, M. (2022). Diversifikasi Pangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kabupaten Magelang Melalui Pendekatan Sanitasi dan Keamanan Pangan untuk Memperoleh Izin Edar Produk Makanan. *Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna*, 3(2), 1–9. <https://doi.org/10.37631/psk.v3i2.575>.
- Nadhira, A. F., Melinda, B. I., Tazkia, F., Umam, M. K., Hammami, N. A., Mulyono, L. E. H., & Genadi, Y. D. (2025). Pengembangan Bisnis Berbasis Edu-Tourism Melalui Konsep Voluntrip oleh Loka Education di Gili Asahan. *Jurnal Abdi Anjani*, 3(1), 268-276.
- Nugraheni, D., & Kurniawan, A. (2022). *Pengembangan edupreneurship berbasis potensi lokal untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat*. *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan*, 4(2), 101–113.
- Nurmadewi, D., Yuniati, S., Firdaus, M. V., & Rachman, I. M. (2024). Digital Marketing as a Tourism Village Marketing Strategy in East Java's Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 46–53. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp46-53>.
- Prawira, N. G., Susanto, E., & Prawira, M. F. A. (2023). Visual Branding on Indonesian Tourism Destinations: Does It Affect Tourists? *ABAC Journal*, 43(1), 52–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14456/abacj.2023.4>.

- Purnomo, A. M. (2025). The Future Research Opportunity of Community-Based Tourism. *International Journal of Sustainable Competitiveness in Tourism*, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.34013/ijscot.v1i2.1728>.
- Putri, A., & Wicaksono, A. T. S. (2022). *Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kapasitas wirausaha masyarakat berbasis komunitas*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 115–123.
- Rahmawati, S., Arifin, M., & Salim, D. (2022). *Digitalisasi dalam pemasaran desa wisata: Peluang dan hambatan*. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata Digital*, 2(3), 150–160.
- Sari, D. P., & Nurhayati, L. (2022). *Inovasi peralatan membatik untuk meningkatkan kualitas produksi dan efektivitas kerja perajin batik*. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 45–53.
- Sulkaisi, N., Emely, B., Saputra, S. E., Kemalasari, M., & Selvia, N. (2023). Digital Marketing: Pengaruh Konten Promosi Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(3), 469–475. <https://doi.org/10.47233/jebs.v3i3.1365>.
- Sumiati, S., & Panjaitan, H. (2022). Assistance In Brand Design And Product Packaging Of Msmes In Segunung Hamlet, Carang Wulung Village, Wonosalam District. *International Journal Of Community Service*, 2(1), 110–114. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v2i1.75>.
- Tumija, & Bagus Jadog. (2022). Pengelolaan Objek Wisata Pantai Oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Dan Olahraga Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Publik*, 9(1), 23–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jekp.v9i1.2783>.

- Wibowo, A., & Prasetya, B. (2022). *Tantangan pengembangan desa wisata: Kapasitas SDM dan manajemen pengelolaan*. Jurnal Pariwisata Nusantara, 5(1), 34–45.
- Widodo, A. S., & Ramadhani, R. S. (2022). *Efektivitas model pelatihan berbasis evaluasi pre-test dan post-test dalam meningkatkan kapasitas pembelajaran masyarakat*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, 3(2), 112–120.
- Widyasari, Wulandari, S., Iqbal, M. R., & Yudhana, B. D. (2025). Packaging Design and Product Branding Training for Young Entrepreneurs in Waru Village, Sidoarjo, Indonesia. *Nusantara Science and Technology Proceedings, 2025*, 629–634. <https://doi.org/10.11594/nstp.2025.4792>.
- Yogatama, A. N. (2022). Bagaimana Peran Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata? Studi Pada Pariwisata Pantai Di Kabupaten Blitar. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(1), 36–49. <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i1.6766>.