

PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL BERBASIS DIGITAL UNTUK MEWUJUDKAN TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI CIREBON

Edy Setyawan^{1*}, Hamzah Fansuri¹⁾

¹ Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

*Corresponding Author's Email: edysetyawan@syekhjurjati.ac.id

Article Info

Article History:

Received August 31, 2025

Revised September 11, 2025

Accepted September 14, 2025

Keywords:

Local Economy,
Digital Marketing,
Sustainable Development,

ABSTRAK

Desa Kalitengah di Kecamatan Tengah Tani, Cirebon, memiliki peran penting dalam sejarah batik Cirebon, meski kurang dikenal. Banyak merek batik ternama berasal dari desa ini. Sayangnya, dari 119 UKM batik yang ada, hanya 50 yang masih aktif. Untuk menghidupkan kembali eksistensinya, pemerintah desa mengadakan pelatihan UMKM berbasis digital marketing. Kalitengah memiliki warisan batik yang kuat, termasuk motif ikonik Paksinagaliman, simbol keharmonisan multietnis: Paksi (Arab), Naga (Tionghoa), dan Liman (India). Budaya ini memperkaya karakter batik Kalitengah, menjadikannya unik dan bernilai tinggi. Program pengabdian ini menggunakan pendekatan Community Based Research, yang melibatkan masyarakat dalam seluruh proses. Fokus utamanya adalah pelatihan teknis, pendampingan berkelanjutan, dan penguatan pemasaran digital. Tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan pengusaha dan pengrajin batik lokal. Pendampingan dilakukan untuk mengubah mindset pengrajin dari pola lama ke strategi digital modern. Beberapa keterampilan yang diberikan meliputi: (a) pemanfaatan media sosial untuk brand awareness; (b) optimalisasi website dengan SEO; (c) penggunaan marketplace untuk penjualan; (d) strategi harga kompetitif; dan (e) influencer marketing. Beberapa brand seperti Batik Aqila, Batik Ajeng, dan Batik Wike mulai menerapkan strategi digital ini. Dengan program ini, Kalitengah diharapkan kembali menjadi pusat batik Cirebon yang dikenal luas melalui inovasi dan kekuatan digital.

ABSTRACT

Kalitengah Village, located in Tengah Tani District, Cirebon, holds an important yet underrecognized role in the history of Cirebon batik, with many renowned batik brands originating from this village. Despite having 119 batik SMEs, only 50 remain active today. To revive its legacy, the village government has initiated digital marketing-based training programs for batik entrepreneurs. Kalitengah is rich in batik heritage, notably the iconic Paksinagaliman motif, a symbol of multiethnic harmony: Paksi (Arab), Naga (Chinese), and Liman (Indian). This cultural blend adds uniqueness and high value to Kalitengah's batik. The community service program employs a Community-Based Research approach, engaging locals throughout the process, focusing on technical training, continuous mentoring, and strengthening digital marketing. The aim is to improve the welfare of local batik artisans and entrepreneurs by transforming traditional mindsets into modern digital strategies. Skills taught include (a) using social media for brand awareness, (b) optimizing websites with SEO, (c) leveraging marketplaces for sales, (d) applying competitive pricing strategies, and (e) implementing influencer marketing. Several brands such as Batik Aqila, Batik Ajeng, and Batik Wike have begun adopting these digital strategies. Through this program, Kalitengah is expected to reclaim its place as a widely recognized center of Cirebon batik, empowered by innovation and digital strength.

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article
under the CC-BY-SA license



How to cite: Setyawan, E., & Fansuri, H. (2025). PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL BERBASIS DIGITAL UNTUK MEWUJUDKAN TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI CIREBON. *Devote : Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(3), 278–284. <https://doi.org/10.55681/devote.v4i3.4555>

PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi lokal berbasis digital merupakan salah satu strategi penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) (Aminullah et al., 2025; Hildawati et al., 2024; Kapisa & Sudrajat, 2025). Konsep ini menekankan pada pemanfaatan

teknologi digital sebagai sarana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di tingkat desa, memperkuat daya saing produk lokal, sekaligus membuka akses pasar yang lebih luas. Di era globalisasi dan digitalisasi seperti saat ini, pola pemasaran dan transaksi konvensional semakin ditinggalkan (Munandar, 2022). Masyarakat dituntut untuk beradaptasi dengan model baru yang berbasis teknologi, agar tidak tertinggal oleh arus perubahan. Melalui digitalisasi, potensi lokal yang sebelumnya hanya dikenal dalam lingkup terbatas dapat dipromosikan hingga ke tingkat nasional bahkan internasional, sehingga memberikan peluang lebih besar bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa (Alimuddin et al., 2023; Fathia et al., 2025; Muchlashin, 2025; Sukmasetya et al., 2020).

Desa Kalitengah yang terletak di Kabupaten Cirebon merupakan contoh lokasi yang sangat potensial untuk penerapan strategi pengembangan ekonomi berbasis digital ini. Desa tersebut memiliki sejarah panjang sebagai desa pengrajin batik dengan produk khas yang bernilai budaya tinggi, namun belum sepenuhnya dikenal secara luas. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Desa Kalitengah dapat mempercepat pertumbuhannya melalui digital marketing, marketplace, maupun media sosial yang mampu menjangkau konsumen secara lebih efektif. Penerapan strategi ini juga berperan penting dalam mengurangi kesenjangan ekonomi antarwilayah, memberikan kesempatan lebih besar bagi pelaku UMKM untuk berkembang, serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan pendapatan. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi alat bantu, melainkan kunci utama dalam merevitalisasi potensi ekonomi lokal agar selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan ke-9 (SDGs 9) menitikberatkan pada Industri, Inovasi, dan Infrastruktur sebagai fondasi utama dalam mendorong kemajuan suatu bangsa (Denoncourt, 2020; Lekan et al., 2022). Di era modern, perkembangan teknologi menjadi motor penggerak utama peradaban manusia (Junaedi et al., 2023). Transformasi digital yang terjadi secara masif melahirkan beragam inovasi, mulai dari kecerdasan buatan (artificial intelligence), bioteknologi, sains material, hingga robotika, yang diyakini mampu membawa peradaban menuju kesejahteraan yang lebih besar. Meski demikian, di balik peluang besar yang dihadirkan, kemajuan teknologi juga menyimpan konsekuensi yang tidak bisa diabaikan. Salah satunya adalah potensi lahirnya ketidaksetaraan baru akibat kesenjangan akses teknologi, serta meningkatnya potensi konflik sosial. Contoh nyata dapat dilihat dari media sosial, yang di satu sisi memperluas ruang komunikasi dan ekspresi, tetapi di sisi lain rentan memunculkan ujaran kebencian, polarisasi politik, hingga gesekan antar etnis.

Dalam skala global, arus perkembangan teknologi yang begitu cepat ternyata belum dirasakan secara merata oleh semua negara. Sebagian negara maju mampu memanfaatkan inovasi tersebut untuk memperkuat daya saing industri dan meningkatkan taraf hidup masyarakatnya, sementara negara-negara berkembang masih menghadapi keterbatasan infrastruktur, sumber daya manusia, serta akses terhadap teknologi. Kondisi ini semakin memperlebar jurang ketimpangan antarwilayah. Menyikapi realitas tersebut, Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui Agenda 2030 menegaskan urgensi pencapaian SDGs 9, yang menekankan pembangunan infrastruktur yang tangguh, penguatan industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan, serta dorongan inovasi sebagai jalan untuk mengurangi ketimpangan global. Dengan demikian, teknologi tidak hanya dipandang sebagai alat untuk kemajuan, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam menciptakan keadilan sosial dan pembangunan berkelanjutan di seluruh dunia.

SDG 9 mengakui peran sentral industri, inovasi, dan infrastruktur dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, mengurangi kesenjangan, serta memastikan pembangunan berkelanjutan. Salah satu aspek utama dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) / SDG 9 adalah perlunya pengembangan infrastruktur yang kokoh dan berkelanjutan (Setianingtias et al., 2019). Ini meliputi sistem transportasi, infrastruktur energi, sistem air dan sanitasi, serta jaringan teknologi dan komunikasi. Selain itu, TPB / SDG 9 juga mendorong perkembangan industri yang inklusif dan berkelanjutan, memastikan peningkatan lapangan kerja dan PDB industri, serta mempromosikan praktik industri yang ramah lingkungan. Dalam rangka mencapai tujuan ini, penting untuk memperhatikan peningkatan investasi dalam riset dan pengembangan, akses teknologi yang lebih luas, dan peningkatan pemahaman untuk mendorong inovasi dan mendukung pengembangan industri dan infrastruktur yang berkelanjutan. Lebih lanjut, TPB/SDG 9 juga menekankan pentingnya memberikan bantuan keuangan dan teknis kepada negara-negara berkembang untuk meningkatkan kemampuan industri dan teknologi mereka. Ini melibatkan kerja sama internasional.

Eksistensi Desa Kalitengah sebagai desa embrio batik Cirebon masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Padahal, desa ini memiliki sejarah panjang dalam dunia perbatikan di Cirebon dan turut andil dalam perkembangan industri batik yang saat ini menjadi salah satu ikon budaya dan ekonomi daerah. Minimnya publikasi serta kurangnya strategi pemasaran yang

terstruktur membuat posisi Desa Kalitengah kerap tenggelam oleh nama-nama besar desa atau sentra batik lainnya di Cirebon, seperti Trusmi. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi Desa Kalitengah untuk kembali meneguhkan identitasnya sebagai salah satu pusat pengrajin batik yang berpotensi besar.

Cirebon sendiri dikenal sebagai salah satu daerah dengan kekayaan batik yang khas dan unik, yang berbeda dari daerah lain di Indonesia. Corak batik Cirebon merepresentasikan percampuran budaya yang harmonis, lahir dari interaksi antara berbagai etnis yang bermukim di wilayah tersebut. Warna-warna cerah serta motif-motif khas menjadi ciri utama batik Cirebon yang membedakannya dari batik Solo, Yogyakarta, maupun Pekalongan. Dalam konteks inilah, Desa Kalitengah memiliki peran yang signifikan, sebab beberapa merek batik ternama berasal dari desa tersebut dan memberikan kontribusi besar dalam menjaga eksistensi batik Cirebon hingga kini.

Salah satu simbol yang paling mencerminkan nilai budaya dan sejarah batik Cirebon adalah Paksinagaliman, yang terdiri dari gabungan unsur Paksi (rajawali), Naga (ular naga), dan Liman (gajah) (Alfiannurdin et al., 2024). Simbol ini bukan hanya sebatas ornamen, melainkan memiliki makna filosofis yang mendalam tentang keharmonisan kehidupan multi-etnis di Cirebon. Rajawali menggambarkan pengaruh Arab, naga merepresentasikan budaya Tionghoa, sementara gajah melambangkan warisan budaya India. Paduan tiga unsur tersebut memperlihatkan bagaimana Cirebon tumbuh sebagai kota yang terbuka terhadap pengaruh luar, namun tetap mempertahankan kearifan lokalnya.

Makna filosofis dari Paksinagaliman kemudian banyak dituangkan dalam motif batik Cirebon yang diproduksi oleh para pengrajin di berbagai desa, termasuk Kalitengah. Motif ini tidak hanya bernilai estetis, tetapi juga menjadi narasi budaya yang mengajarkan toleransi, keberagaman, dan harmoni sosial. Keunikan ini memberikan nilai tambah yang besar terhadap batik Cirebon, sekaligus menjadi daya tarik potensial bagi pasar global yang semakin menghargai produk-produk dengan nilai budaya tinggi. Dengan demikian, pelestarian motif batik berbasis kearifan lokal juga menjadi bagian penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan yang tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga identitas budaya.

Namun, di balik potensi tersebut, kondisi terkini para pengrajin batik di Desa Kalitengah menunjukkan adanya persoalan serius. Berdasarkan penelusuran, dari 119 unit usaha kecil menengah (UKM) atau pengrajin batik yang ada, hanya sekitar 50 UKM saja yang masih aktif menjalankan roda perekonomian. Artinya, lebih dari separuh pelaku usaha mengalami stagnasi bahkan berhenti memproduksi. Fenomena ini menandakan adanya tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi batik Kalitengah di tengah perubahan zaman dan meningkatnya persaingan industri tekstil, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kalitengah, Kecamatan Tengah Tani, Kabupaten Cirebon, yang dikenal sebagai salah satu desa dengan potensi besar dalam industri batik lokal. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan penguatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui digitalisasi, mengingat jumlah pengrajin batik yang aktif semakin berkurang dan masih banyak yang menggunakan pola pemasaran tradisional. Untuk itu, penelitian ini diarahkan tidak hanya sebagai kajian akademis, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian masyarakat yang memiliki manfaat praktis dalam memberdayakan para pengrajin batik agar mampu bersaing di era digital.



Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Community Based Research (CBR), yaitu pendekatan riset partisipatif yang berbasis pada komunitas. CBR menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam keseluruhan proses penelitian, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan.

Melalui pendekatan ini, masyarakat bukan hanya dijadikan objek penelitian, tetapi juga berperan sebagai mitra yang turut memberikan kontribusi berupa pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya yang mereka miliki. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya bersifat akademis, tetapi juga memiliki kebermanfaatan langsung bagi masyarakat, khususnya pengrajin batik Desa Kalitengah.

Alasan penggunaan pendekatan CBR dalam penelitian ini antara lain: (1) CBR mampu mengidentifikasi intervensi baru yang lebih tepat bagi kebutuhan masyarakat serta memberikan upaya preventif untuk menghadapi tantangan sosial-ekonomi yang ada; (2) CBR dapat mengembangkan sistem kehidupan sosial yang lebih adaptif, khususnya dalam konteks menghadapi arus digitalisasi; (3) CBR memfasilitasi masyarakat dalam menentukan prioritas pembangunan sosial yang relevan, termasuk pemberdayaan ekonomi lokal; (4) CBR berperan dalam mengembangkan program pendidikan dan pelatihan yang dapat menjadikan anggota masyarakat sebagai agen perubahan; dan (5) CBR mampu menerjemahkan pertanyaan penelitian akademis menjadi jawaban konkret yang sesuai dengan kebutuhan sosial masyarakat.

Teknik pelaksanaan penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan utama. Pertama, pelatihan teknis digital marketing, yaitu memberikan pembekalan pengetahuan dan keterampilan kepada para pengrajin batik mengenai pemanfaatan teknologi digital, termasuk penggunaan media sosial, website, serta marketplace dalam memasarkan produk batik. Kedua, pendampingan berkelanjutan, yakni mendampingi para pengrajin dalam proses implementasi digital marketing secara bertahap sehingga mereka mampu menguasai keterampilan baru dengan baik. Ketiga, penguatan pemasaran digital, yang difokuskan pada optimalisasi strategi pemasaran melalui brand awareness di media sosial, pengelolaan website dengan SEO, penggunaan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar, strategi penetapan harga yang kompetitif, serta pemanfaatan influencer marketing.

Adapun subjek penelitian adalah para pengusaha dan pengrajin batik yang ada di Desa Kalitengah. Mereka dipilih karena merupakan pelaku utama yang berperan langsung dalam menggerakkan roda ekonomi lokal berbasis batik, sekaligus menjadi pihak yang paling membutuhkan penguatan kapasitas dalam bidang pemasaran digital. Pemilihan responden dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kriteria keterlibatan langsung dalam produksi dan pemasaran batik, serta kesediaan mereka untuk mengikuti program pelatihan dan pendampingan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi (Sugiyono, 2018). Wawancara dilakukan dengan pengrajin dan pengusaha batik untuk menggali informasi mengenai tantangan yang mereka hadapi serta harapan terhadap program digitalisasi. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung proses produksi, pemasaran, serta penggunaan media digital oleh para pelaku usaha. Sementara dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa arsip, laporan desa, serta materi visual terkait aktivitas pengrajin batik. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menekankan pada interpretasi hasil temuan lapangan dan relevansinya terhadap pengembangan ekonomi lokal berbasis digital.

Dengan rancangan metodologi ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan kontribusi nyata, tidak hanya berupa teori, tetapi juga praktik yang dapat memperkuat daya saing batik Desa Kalitengah di era digital. Selain itu, penerapan pendekatan CBR memungkinkan terjalannya kolaborasi yang erat antara peneliti, pemerintah desa, serta masyarakat, sehingga hasil penelitian benar-benar sesuai dengan kebutuhan lokal dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi awal sebelum dilakukan pengabdian di Desa Kalitengah pengembangan ekonomi lokal berbasis digital masih sangat sedikit, kenyakan pelaku usaha batik masih memasarkan produk batiknya secara manual dan konvensional di pasar atau toko sehingga peningkatan kesejahteraan belum signifikan. Kondisi ini juga berdampak pada kurang terwujudnya tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs di Indonesia) di Desa Kalitengah Kecamatan Tengahtani Kabupaten Cirebon.

Kondisi ini semakin membaik setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan dari Tim Pengabdian dari LP2M UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Beberapa pelaku usaha batik dampingan sudah mulai menggunakan model pemasaran batik menggunakan media sosial. Tim Pengabdian melakukan pendampingan untuk merubah mindset lama para pengusaha dan pengrajin batik dengan cara memberikan keterampilan digital marketing. Setidaknya ada beberapa perubahan yang sudah terjadi dan akan terus dipantau dan dievaluasi. Adapun perubahan-perubahan tersebut bisa diuraikan sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness.

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Pinterest adalah platform yang sangat efektif untuk memasarkan produk batik. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Shopping atau Facebook Marketplace, para pengrajin batik di Desa Kalitengah dapat langsung menjual produk batik kepada audiens yang lebih luas. Mereka membuat konten visual yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk batiknya.

b. Optimalisasi Website dengan SEO.

Memiliki website yang dioptimalkan dengan SEO adalah salah satu kunci sukses dalam strategi pemasaran batik dengan e-commerce. Dengan mengoptimalkan kata kunci yang relevan, seperti “batik tulis asli Kalitengah”, “batik premium Kalitengah”, atau “beli batik Kalitengah online”, website para pengrajin batik di Desa Kalitengah akan lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli melalui mesin pencari seperti Google Pengembangan Bisnis

c. Menggunakan Marketplace untuk Meningkatkan Penjualan

Para pengrajin batik di Desa Kalitengah bergabung dengan platform marketplace besar seperti Tokopedia, Shopee, atau Lazada untuk meningkatkan eksposur produk batiknya. Marketplace ini sudah memiliki basis pengguna yang besar, sehingga memudahkan para pengrajin batik di Desa Kalitengah untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, marketplace juga menyediakan fitur promosi yang dapat dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak pembeli.

d. Strategi Harga yang Kompetitif

Menetapkan harga yang kompetitif adalah salah satu strategi yang tidak boleh diabaikan dalam pemasaran batik. Lakukan riset pasar untuk mengetahui harga yang ditawarkan oleh kompetitor, kemudian tentukan harga yang mampu bersaing namun tetap memberikan margin keuntungan yang sehat.

e. Menggunakan Influencer Marketing

Influencer marketing adalah cara yang efektif untuk memperkenalkan produk batik dari para pengrajin batik di Desa Kalitengah kepada audiens yang lebih luas. Pilihlah influencer yang memiliki audiens dengan minat pada fashion, budaya, atau produk lokal. Influencer marketing adalah suatu metode tentang bagaimana suatu bisnis bisa disampaikan dengan pesan yang sama pada seluruh media pemasaran Tujuannya Memengaruhi konsumen dengan elemen promosi yang di dalamnya mampu menyentuh tingkat kognisi, afeksi dan konasi.



Perubahan positif pada Pengembangan ekonomi lokal berbasis digital di Desa Kalitengah juga dapat berkontribusi positif pada realisasi beberapa tujuan SDGs, antara lain:

- a. No Poverty (Tanpa Kemiskinan): Meningkatkan pendapatan dan mengurangi kemiskinan melalui akses ke pasar yang lebih luas dan peluang kerja baru.
- b. Quality Education (Pendidikan Berkualitas): Meningkatkan akses ke pendidikan berkualitas melalui platform digital.
- c. Decent Work and Economic Growth (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi): Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja baru.
- d. Industry, Innovation, and Infrastructure (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur): Memperbaiki infrastruktur digital dan mendorong inovasi lokal.
- e. Reduced Inequalities (Mengurangi Ketimpangan): Memberikan akses yang lebih merata ke teknologi dan peluang ekonomi.

- f. Sustainable Cities and Communities (Kota dan Komunitas Berkelanjutan): Membangun komunitas yang lebih inklusif dan berkelanjutan melalui teknologi.

Kondisi awal sebelum dilakukan pengabdian di Desa Kalitengah pengembangan ekonomi lokal berbasis digital masih sangat minim. Kondisi ini semakin membaik setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan dari Tim Pengabdian dari LP2M UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.



Beberapa pelaku usaha batik dampingan sudah mulai menggunakan model pemasaran batik menggunakan media sosial. Tim Pengabdian melakukan pendampingan untuk merubah mindset lama para pengusaha dan pengrajin batik dengan cara memberikan keterampilan digital marketing. Setidaknya ada beberapa perubahan yang sudah terjadi dan akan terus dipantau dan dievaluasi. Para pengusaha dan pengrajin batik sangat merasakan manfaat dari kegiatan ini. Mereka setidaknya melek terhadap manfaat teknologi untuk pengembangan dan ekspansi usaha yang berdampak pada income untuk kesejahteraan mereka. Beberapa pengusaha dan pengrajin batik sudah mulai merintis menggunakan digital marketing untuk bisnis batik mereka. Keterbatasan Modal dan Investasi, yakni kurangnya akses ke sumber pembiayaan dan investasi untuk mendukung inovasi dan pengembangan usaha. Menurut Pemerintah Desa Kalitengah akan diprogramkan dalam Keuangan APBDes Kalitengah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Beberapa pelaku usaha batik dampingan sudah mulai menggunakan model pemasaran batik menggunakan media sosial. Tim Pengabdian melakukan pendampingan untuk merubah mindset lama para pengusaha dan pengrajin batik dengan cara memberikan keterampilan digital marketing. Ini berdampak pada akses pasar yang semula terbatas di pasar mulai dipasarkan ke luar daerah menggunakan digital marketing. Beberapa pengusaha dan pengrajin batik di Desa Kalitengah sudah mulai merintis menggunakan digital marketing untuk bisnis batik mereka, misalnya seperti yang dilakukan oleh pengusaha Batik Ajeng, Batik Wike, Batik Aqila dan lain-lainnya. Kurangnya Infrastruktur Digital di Desa Kalitengah disebabkan oleh Keterbatasan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang menghambat akses internet dan teknologi modern. Kendala ini bisa diatasi dengan gawai yang dimiliki oleh para pengusaha atau pengrajin batik di Desa Kalitengah. Kendala Kurangnya Infrastruktur Digital di Desa Kalitengah sudah diprogramkan oleh Pemerintahan Desa Kalitengah karena menguasai teknologi menjadi visi nomor kesatu, yaitu masyarakat yang mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi agar setara dengan desa lainnya dan tidak tertinggal dengan Desa yang lain dan sesuai misi nomor kedelapan, yaitu meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan kesehatan dan ekonomi. Keterampilan digital yang rendah, yaitu sebagian besar penduduk Desa Kalitengah masih kurang terampil dalam menggunakan teknologi digital. Problem ini bisa diatasi dengan kerjasama pendampingan Tim Pengabdian dengan Pemerintah Desa Kalitengah dalam pelatihan teknologi digital marketing untuk meningkatkan kemampuan teknologi para pengusaha atau pengrajin batik. Keterbatasan Modal dan Investasi, yakni kurangnya akses ke sumber pembiayaan dan investasi untuk mendukung inovasi dan pengembangan usaha. Menurut Pemerintah Desa Kalitengah akan diprogramkan dalam Keuangan APBDes Kalitengah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak akademisi, pemerintah daerah, pelaku UMKM, serta seluruh responden yang telah memberikan dukungan, data, dan masukan berharga sehingga jurnal berjudul "Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Digital untuk Mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Cirebon" dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiannuridin, N., Tresna, P., & Ruhidawati, C. (2024). Warisan Budaya Cirebon: Mengungkap Sejarah dan Motif Batik Trusmi. *NUSRA: Jurnal Penelitian Dan Ilmu Pendidikan*, 5(1), 415–423.
- Alimuddin, H., Abdullah, A., & Razak, F. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan daya saing produk badan usaha milik desa (BUMDes). *Jurnal Ipmas*, 3(3), 174–182.
- Aminullah, I., Nindya, R., Sabrina, A. N., Rahmah, M. P., & Danial, R. D. M. (2025). Optimalisasi Branding UMKM Khas Sukabumi Melalui Platform Digital Menuju Pengembangan Ekonomi dan Sosial Berbasis SDGs. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 6(2), 131–143.
- Denoncourt, J. (2020). Companies and UN 2030 sustainable development goal 9 industry, innovation and infrastructure. *Journal of Corporate Law Studies*, 20(1), 199–235.
- Fathia, S. N., Susilowati, R. Y. N., Majidah, R., Octary, A. D., Putri, W. R. E., & Rahman, F. (2025). UMKM Desa Berdaya Dengan Menggapai Pasar Global Melalui Revolusi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 74–80.
- Hildawati, H., Yogia, M. A., & Suri, D. M. (2024). Pengembangan Platform Digital Terpadu Antar Instansi Pemerintah Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Abdimas ADPI Sains Dan Teknologi*, 5(4), 11–25.
- Junaedi, D., Supriyatna, R. K., & Arsyad, M. R. (2023). Era Baru Perkembangan Peradaban Ekonomi Digital. *Sci-Tech Journal*, 2(1), 32–46.
- Kapisa, R. Y., & Sudrajat, A. (2025). Efektivitas Peraturan Desa dalam Mendukung Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs): Sebuah Kajian Literatur. *Journal of Digital Community Services*, 2(2), 30–35.
- Lekan, A., Aigbavboa, C., Babatunde, O., Olabosipo, F., & Christiana, A. (2022). Disruptive technological innovations in construction field and fourth industrial revolution intervention in the achievement of the sustainable development goal 9. *International Journal of Construction Management*, 22(14), 2647–2658.
- Muchlashin, A. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Melalui Aplikasi Si Polgan dalam Mewujudkan Smart Village di Desa Krandegan, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo: Economic Empowerment Through the Si Polgan Application in Realizing a Smart Village in Krandegan Village, Bayan District, Purworejo Regency. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 7(1), 245–257.
- Munandar, G. M. (2022). Perubahan sistem konvensional menjadi sistem digitalisasi bagi UMKM Kebumen di bidang konveksi (Studi kasus Tonight Sablon). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 3(4), 451–458.
- Setianingtiyas, R., Baiquni, M., & Kurniawan, A. (2019). Pemodelan indikator tujuan pembangunan berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(2), 61–74.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran global untuk meningkatkan penjualan produksi pada home industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35.