

## **Pelatihan Edupreneurship Batik Tulis di Desa Klampar, Kabupaten Pamekasan Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Gen-Z**

Subairi<sup>1\*</sup>, Umarul Faruq<sup>2</sup>, Nadya Apriza Azizi<sup>3</sup>, Lailatul Fajriah<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Universitas Islam Negeri Madura

\*Corresponding author: [subairisyamsuri@uinmadura.ac.id](mailto:subairisyamsuri@uinmadura.ac.id)

DOI:

<https://doi.org/10.24036/manaruko.v5i1.101>

Diterima: 10-06-2026

Revisi: 26-06-2026

Available Online: 30-06-2026

### **Keyword**

*Edupreneurship; Generasi Z; Batik Tulis; Pengembangan Masyarakat; Modal Manusia; Pamekasan*

### **ABSTRACT**

*In Pamekasan Regency, the open unemployment rate rose to 1.74% in 2023, predominantly driven by high school and university graduates. Concurrently, despite Klampar Village's reputation as a "Batik Village" with 1,300 artisans, the younger generation is increasingly abandoning this craft. To address this issue, this community service program aimed to foster economic independence among Gen Z through a batik edupreneurship training that integrates technical skills, entrepreneurship, financial literacy, and digital literacy. Employing Participatory Action Research (PAR), the program engaged 15 Gen Z participants through three phases: baseline survey, training, and evaluation. Consequently, 85% of participants successfully crafted a basic batik piece independently, and 70% intended to pursue it as a productive hobby or home business. Ultimately, the program transformed Gen Z into active producers, establishing a youth artisan community committed to sustainable batik preservation.*

### **ABSTRAK**

*Tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Kabupaten Pamekasan meningkat menjadi 1,74% pada 2024, yang didominasi oleh lulusan SMA dan perguruan tinggi. Desa Klampar sebagai "Kampung Batik" di Pamekasan memiliki 1.300 pengrajin, namun generasi mudanya mulai meninggalkan tradisi membatik. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemandirian ekonomi Gen Z melalui pelatihan edupreneurship batik tulis yang mengintegrasikan keterampilan teknis, kewirausahaan, literasi finansial, dan kemampuan digital. Menggunakan metode Participatory Action Research (PAR), program ini melibatkan 15 peserta Gen Z dalam tiga tahap: survei awal, pelatihan, dan evaluasi. Hasilnya, 85% peserta mampu menyelesaikan karya batik tulis sederhana secara mandiri, dan 70% berencana melanjutkannya sebagai hobi produktif atau usaha rumahan. Program ini berhasil mentransformasi pola pikir Gen Z menjadi produsen aktif serta memunculkan komunitas perajin muda yang berkomitmen melestarikan tradisi batik sebagai peluang bisnis berkelanjutan.*



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Some rights reserved

## PENDAHULUAN

Indonesia saat ini berada di ambang era bonus demografi, sebuah periode kritis di mana jumlah penduduk usia produktif jauh lebih besar daripada penduduk non-produktif. Fenomena ini menawarkan peluang strategis yang luar biasa untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemajuan bangsa (DPK Kemenpora, 2023). Generasi muda, khususnya Gen Z yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan aktor kunci dalam memanfaatkan momentum ini. Sebagai digital-native, Gen Z memiliki karakteristik unik: mereka adaptif terhadap perubahan, memiliki semangat inovasi, dan cenderung berkeinginan kuat untuk mandiri (Arta et al., 2023).

Namun, potensi besar ini juga diiringi oleh tantangan yang tidak kalah serius. Salah satu tantangan utama adalah ketidaksesuaian antara ketersediaan lapangan kerja formal dengan jumlah angkatan kerja muda yang terus bertambah. Akibatnya, banyak dari mereka yang berhadapan dengan masalah pengangguran (Farid, 2024). Situasi ini diperburuk oleh fenomena psikologis dan sosial yang khas pada Gen Z, yaitu kecenderungan perilaku konsumtif. Paparan media sosial yang intens, promosi dari content creator, dan tren yang terus berubah sering kali memicu fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dan perilaku hedonisme (Ishlakhatus Sa'idah et al., 2025). Pola pikir ini, jika tidak dikelola dengan baik, dapat menghambat mereka untuk mengembangkan kemandirian finansial dan justru menjebak mereka dalam lingkaran pengeluaran yang tidak produktif (BOTANI, 2024).

Kabupaten Pamekasan, yang terletak di Pulau Madura, memiliki kekhasan sosial dan budaya yang kuat (Ar Razy & Mahzuni, 2021). Masyarakat Madura dikenal memiliki etos kerja yang tinggi, ketekunan, dan kemauan keras untuk maju. Kondisi geografis yang kurang subur untuk sektor pertanian secara historis telah mendorong tradisi merantau atau migrasi ke luar pulau sebagai strategi utama untuk mencari penghidupan yang lebih baik. Tradisi ini telah menjadi semacam "ritual kedewasaan" di mana kesuksesan di perantauan membawa kebanggaan tersendiri bagi pemuda Madura (Rasyid, 2025).

Meskipun demikian, tantangan ekonomi internal tetap signifikan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Pamekasan mengalami kenaikan menjadi 1,74% pada tahun 2023, setelah sempat turun pada tahun 2022 (Farid, 2024). Yang paling memprihatinkan, pengangguran ini didominasi oleh kelompok usia muda, yakni 15 hingga 24 tahun, dengan tingkat pengangguran tertinggi berada di kalangan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sederajat dan lulusan perguruan tinggi. Rincian data ini dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Kabupaten Pamekasan Berdasarkan Jenjang Pendidikan, 2022-2023

Jenjang Pendidikan	Tahun 2022	Tahun 2023	Keterangan
Lulusan SMA/Sederajat	3,92%	5,08%	
Lulusan Perguruan Tinggi	4,91%	3,23%	
Total Pengangguran	1,40%	1,74%	Kenaikan 0,34%

Sumber: disarikan dari wawancara dengan kepala BPS Pamekasan, 2024

Data di atas memberikan bukti kuantitatif bahwa ada masalah struktural di Pamekasan di mana kualifikasi pendidikan formal tidak secara otomatis menjamin ketersediaan lapangan kerja. Lulusan SMA dan perguruan tinggi, yang merupakan bagian integral dari Gen Z, menghadapi kesulitan signifikan dalam menemukan pekerjaan yang sesuai.

Analisis lebih dalam mengungkapkan lingkaran sebab-akibat yang saling menguatkan antara tantangan pengangguran dan perilaku konsumtif Gen Z. Tingginya angka pengangguran di kalangan lulusan SMA dan perguruan tinggi di Pamekasan mencerminkan minimnya kesempatan kerja formal. Kondisi ini dapat menyebabkan kebosanan, tekanan sosial, dan ketidakpastian finansial. Untuk mengatasi perasaan ini, Gen Z cenderung beralih ke hiburan digital dan media sosial, yang ironisnya, memperparah masalah mereka (BOTANI, 2024)

Penelitian Ishlakhatus Sa'idah dkk menunjukkan bahwa Gen Z di Pamekasan memiliki perilaku konsumtif yang berlebihan, didorong oleh keinginan daripada kebutuhan. Fenomena *dom spending*—pengeluaran impulsif untuk hal-hal kecil, seperti kopi kekinian atau langganan aplikasi—jika dikalkulasikan secara jangka panjang dapat menguras tabungan dan memicu stres finansial, bahkan utang online. Perilaku ini didorong oleh faktor-faktor psikologis seperti hedonisme, konformitas, dan kontrol diri yang rendah. Hal ini bertentangan dengan prinsip ekonomi yang dianjurkan oleh agama, yang menekankan sikap moderat dan tidak boros (*tabdzir*) (Ishlakhatus Sa'idah et al., 2025).

Lingkaran setan ini beroperasi sebagai berikut: minimnya lapangan kerja formal memicu ketidakpastian dan kebosanan, yang kemudian disalurkan melalui perilaku konsumtif. Pengeluaran yang tidak terkendali ini mengikis tabungan, yang pada akhirnya menyulitkan mereka untuk memiliki modal awal guna memulai usaha. Kondisi ini kembali memperparah masalah pengangguran. Oleh karena itu, intervensi yang efektif tidak bisa hanya berfokus pada pelatihan keterampilan, tetapi harus dimulai dari perubahan paradigma dan literasi finansial untuk memutus mata rantai konsumerisme ini.

Di tengah tantangan tersebut, terdapat potensi ekonomi dan budaya yang belum sepenuhnya teroptimalkan. Desa Klampar, yang terletak di Kecamatan Proppo, Pamekasan, merupakan sentra industri batik tulis yang telah diakui dan ditetapkan sebagai "Kampung Batik" oleh pemerintah setempat. Desa ini memiliki jumlah pengrajin batik terbanyak, mencapai 1300 orang, di mana membatik merupakan industri rumahan turun-temurun dan menjadi mata pencaharian utama masyarakat (Suharwati, 2019).

Batik Pamekasan memiliki ciri khas yang unik, dengan warna-warna yang berani, hidup, dan cerah (Vibriyanto et al., 2025). Keunikan ini membuatnya menonjol di antara batik dari daerah lain dan telah diakui sebagai sentra batik di tingkat nasional sejak tahun 2009. Pemerintah juga telah memberikan dukungan berupa bantuan modal, peningkatan kualitas, dan perbaikan infrastruktur pasar (Prasetyo et al., 2025).

Meskipun industri ini memiliki potensi besar, tantangan tetap ada. Upah bagi pengrajin masih tergolong rendah, dengan rata-rata pendapatan bulanan untuk pengrajin batik tulis mencapai sekitar Rp 800.000 (Amelia, 2023). Perincian upah ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Rata-rata Upah Pengrajin Batik di Desa Klampar, Pamekasan

Jenis Pengrajin	Upah Mingguan	Rata-Rata Upah Bulanan
Batik Tulis	Rp200.000	Rp800.000
Batik Cap	Rp75.000-Rp105.000	Rp300.000-Rp420.000

Sumber: Disarikan dari hasil wawancara dengan beberapa pengrajin batik Desa Klampar, 2025

Angka upah yang relatif rendah ini menunjukkan adanya celah untuk peningkatan ekonomi melalui optimalisasi industri. Tantangan lain mencakup sistem pemasaran yang masih konvensional, yang mengandalkan penjualan tatap muka di pasar tradisional, serta masalah limbah dari penggunaan pewarna sintesis yang mendominasi karena menghasilkan warna yang lebih cerah dan disukai pasar (Fawaid, 2022).

Menggabungkan tantangan sosial-ekonomi Gen Z dengan potensi industri batik di Desa Klampar menawarkan jalan keluar yang sistematis dan berkelanjutan. Program ini mengusung pendekatan *edupreneurship*, yang tidak hanya membekali Gen Z dengan keterampilan teknis membatik, tetapi juga menanamkan jiwa kewirausahaan, literasi finansial, dan kemampuan manajerial (Arta et al., 2023). Pendekatan ini juga menyediakan alternatif modern untuk etos kerja dan semangat merantau khas Madura. Alih-alih mencari pekerjaan atau kesempatan di luar daerah, program ini memberdayakan Gen Z untuk menciptakan peluang mereka sendiri di tanah kelahiran. Dengan demikian, energi, kreativitas, dan semangat juang mereka dapat diorientasi dari migrasi fisik menjadi inovasi lokal, yang tidak hanya menggerakkan roda ekonomi tetapi juga melestarikan warisan budaya. Program ini akan menjadi jembatan yang menghubungkan tradisi batik yang kaya dengan semangat inovasi Gen Z, menciptakan wirausahawan muda yang berbudaya, mandiri, dan berdaya saing.

## METODE PELAKSANAAN

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, program ini akan mengimplementasikan strategi dan metode

yang terstruktur dan partisipatif, memastikan efektivitas dan keberlanjutan. *Pertama, Strategi Pendekatan Partisipatif (Bottom-up)*: Program ini secara fundamental menganut pendekatan *bottom-up*, di mana Gen Z dan pengrajin lokal dilibatkan secara aktif dari tahap awal hingga akhir. Pendekatan ini berlawanan dengan model *top-down* yang sering kali kurang fleksibel dan tidak sesuai dengan kebutuhan riil di lapangan (Handoko, 2017). Keterlibatan aktif peserta tidak hanya memastikan relevansi program, tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan dan keberlanjutan setelah program berakhir. *Kedua, Strategi Pembekalan Holistik*: Pelatihan tidak akan terbatas pada keterampilan teknis membuat tulis saja. Program ini menyadari bahwa keberhasilan wirausaha Gen Z bergantung pada faktor psikologis dan kognitif. Oleh karena itu, program akan memberikan pembekalan yang holistik, mencakup penguatan karakter, literasi finansial, dan keterampilan digital, yang sejalan dengan temuan bahwa motivasi, pengetahuan, dan kepercayaan diri adalah pendorong utama niat berwirausaha (Sadiyah & Solekah, 2025).

Metode yang akan digunakan adalah Participatory Action Research (PAR). Metode ini mengintegrasikan penelitian, aksi, dan partisipasi, memastikan setiap langkah program adalah hasil kolaborasi aktif antara tim pelaksana dan Gen Z peserta (Safitri et al., 2024). Secara garis besar, program ini akan dibagi menjadi empat tahap utama:

Tabel 3. Rencana Pelaksanaan Program (Gantt Chart)

Tahap	Aktivitas Utama	Indikator Luaran	Durasi
Tahap 1: Pra Pelaksanaan Pelatihan	Survei, wawancara, observasi, analisis kebutuhan	Laporan analisis kebutuhan	1 pekan
Tahap 2: Pelaksanaan Pelatihan	Pembekalan mindset Gen Z dan pelatihan komprehensif membuat tulis	Jumlah peserta yang dilatih, peningkatan keterampilan, dan produk awal	1 pekan
Tahap 3: Evaluasi dan Pelaporan	Pengukuran dampak program dan penyusunan laporan akhir	Laporan evaluasi dampak dan laporan akhir program	1 pekan

Tahap 1 merupakan fondasi program yang krusial. Tim akan melakukan survei, wawancara, dan observasi langsung di Desa Klampar. Tujuannya adalah untuk memperoleh data kondisi riil di lapangan, mengidentifikasi kebutuhan serta minat spesifik Gen Z, dan mengukur tingkat pengetahuan mereka tentang batik dan kewirausahaan. Tahap 2 adalah pelaksanaan pelatihan yang akan dilakukan dalam 2 sesi yaitu:

1. Sesi pertama adalah pembekalan mindset yang difokuskan pada perubahan pola pikir Gen Z dari konsumen pasif menjadi produsen yang aktif. Materi akan mencakup penanaman karakter wirausaha seperti percaya diri, kemandirian, dan berani mengambil risiko. Pembekalan ini akan dirancang dengan metode interaktif untuk menumbuhkan semangat kemandirian dan pantang menyerah.
2. Sesi kedua adalah pelatihan teknik membuat tulis yang akan didampingi oleh pengrajin lokal yang berpengalaman. Materi akan mencakup seluruh tahapan membuat tulis secara kontinu dari pembuatan pola, mencanting, mewarnai batik, sampai nglorod batik.

Tahap 3 tim pelaksana akan melakukan evaluasi untuk mengukur dampak program secara kualitatif dan kuantitatif. Pengukuran dampak akan berfokus pada seberapa besar perubahan pola pikir Gen Z dan peningkatan keterampilan membuat tulis yang mereka peroleh. Tahap ini diakhiri dengan penyusunan laporan akhir yang mendokumentasikan seluruh proses, luaran, dan dampak yang telah dicapai.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Desa Klampar merupakan salah satu desa di Kabupaten Pamekasan yang dikenal sebagai "Kampung Batik" dengan 576 pengrajin batik yang menjadi potensi unggulan lokal. Kegiatan utama dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Pelatihan Edupreneurship Batik Tulis Klampar yang ditujukan untuk generasi muda desa. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Mushalla Nurul Hidayah, karena lokasinya yang berdekatan dengan pemilik Ana Collection, salah satu pengusaha muda yang sukses dengan batik tulis di desa Klampar.

Kegiatan pelatihan ini menyasar 15 pemuda desa Klampar yang termasuk dalam kelompok Generasi Z, yaitu

mereka yang lain antara tahun 1997 sampai 2012. Generasi muda di Desa Klampar saat ini menghadapi tantangan khas di era digital, di mana mereka tumbuh di tengah keterbukaan informasi yang masif dan memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang cepat. Namun, di sisi lain, terjadi fenomena menurunnya minat generasi muda terhadap industri batik tradisional yang menjadi warisan budaya desa. Banyak anak muda yang memilih banting setir ke usaha lain di luar bisnis batik tulis karena pangsa pasar yang semakin sulit dan perputaran uang yang lesu.

Keterlibatan aktif generasi muda dalam pengembangan industri batik merupakan kunci keberhasilan untuk menjadikan Klampar sebagai desa batik. Dengan pendampingan yang tepat, generasi muda ini dapat menjadi agen perubahan yang mampu menggabungkan nilai-nilai tradisional dengan inovasi modern, sehingga warisan batik khas Pamekasan tidak tergerus oleh zaman.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Implementasi pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam 3 tahapan, yaitu tahap survey awal dan analisis kebutuhan, tahap pelaksanaan pelatihan, dan tahap pengukuran pencapaian dan evaluasi.

### Tahap 1: Survey Awal dan Analisis Kebutuhan

Tahap ini dilakukan untuk dapat mengetahui kebutuhan komunitas sasaran. Fasilitator melakukan observasi dan wawancara untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan kondisi anak muda Desa Klampar. Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku dan kecenderungan anak muda desa, khususnya yang berkaitan dengan minat mereka untuk meneruskan usaha batik dari para orangtua. Observasi ini dilakukan pada anak-anak muda yang berasal dari keluarga pengrajin batik. Selain observasi, fasilitator juga melakukan wawancara untuk mendalami persepsi mereka tentang batik dan peluang bisnis dari kerajinan ini.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, generasi muda desa Klampar menunjukkan kemampuan adaptasi yang sangat baik dalam hal pemanfaatan teknologi terkini. Mereka telah menguasai penggunaan smartphone dan perangkat digital lainnya tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari. Potensi ini merupakan aset berharga yang dapat dikembangkan untuk memajukan desa, terutama dalam era digital saat ini. Penguasaan teknologi oleh generasi muda Klampar menunjukkan bahwa mereka memiliki kapasitas untuk belajar hal baru dan beradaptasi dengan perubahan zaman, yang merupakan modal penting untuk pengembangan inovasi di berbagai sektor.

Di sisi lain, terdapat fenomena yang memprihatinkan di mana generasi muda desa Klampar secara perlahan mulai meninggalkan tradisi membatik yang telah menjadi warisan turun-temurun dan sumber penghidupan utama bagi banyak keluarga di desa tersebut. Hasil wawancara dengan beberapa anak muda yang orang tuanya merupakan pelaku usaha atau pengrajin batik mengungkapkan bahwa hanya sebagian kecil dari mereka yang mewarisi kemampuan membatik dari orang tua mereka.

Mayoritas generasi muda tidak tertarik untuk melanjutkan kerajinan batik tulis dengan alasan bahwa proses ini membutuhkan kesabaran, ketelitian, dan ketelatenan yang tinggi. Sifat-sifat ini dianggap kontradiktif dengan karakter generasi masa kini yang cenderung menyukai sesuatu yang praktis, instan, dan cepat hasilnya. Fenomena ini mencerminkan pergeseran nilai di kalangan generasi muda yang lebih mengutamakan efisiensi waktu dan hasil dibandingkan proses dan makna filosofis di balik sebuah karya.

Hasil wawancara lebih lanjut mengungkapkan adanya pemisahan konsep antara bisnis dan kerajinan dalam pandangan generasi muda desa Klampar. Salah seorang informan, Bilqis, menyatakan bahwa

"batik tulis itu memiliki nilai yang sangat tinggi karena dihasilkan oleh tangan-tangan terampil, namun tidak menjanjikan secara bisnis karena proses produksinya yang lebih lama. Jika untuk bisnis, maka batik cetak menurut saya lebih menjanjikan."

Pernyataan ini mencerminkan pandangan yang berkembang di kalangan generasi muda bahwa kerajinan adalah karya seni yang kurang menjanjikan secara bisnis, sementara untuk bisnis, hal kunci yang harus diperhatikan adalah efisiensi produksi yang sulit dicapai dalam kerajinan berbasis seni tradisional. Pemisahan konsep ini berpotensi mengancam keberlangsungan batik tulis sebagai bagian dari identitas budaya desa Klampar,

sekaligus mengurangi nilai unik yang membedakan produk desa ini dari produksi massal.

Fenomena ini memiliki beberapa implikasi penting bagi desa Klampar:

1. Jika generasi muda terus meninggalkan batik tulis, desa Klampar berisiko kehilangan sumber penghidupan utama yang telah menjadi ciri khas mereka selama ini.
2. Batik bukan hanya sekadar produk ekonomis, tetapi juga merupakan warisan budaya yang mengandung nilai-nilai filosofis dan sejarah. Kehilangan minat pada batik tulis berarti juga mengikis identitas budaya desa.
3. Penguasaan teknologi oleh generasi muda dapat menjadi modal penting untuk mengembangkan inovasi dalam promosi, pemasaran, dan bahkan produksi batik yang lebih sesuai dengan tuntutan zaman.

## Tahap 2: Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertema “Pelatihan Edupreneurship Batik Tulis di Desa Klampar, Kabupaten Pamekasan untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Generasi Muda/Gen Z” melibatkan tim pelaksana yang terdiri dari unsur dosen dan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Madura. Kegiatan ini diprakarsai oleh Subairi, M.E. selaku ketua pelaksana, didampingi oleh dua orang mahasiswa, yakni Nadya Apriza Azizi dan Lailatul Fajriah, yang berperan sebagai co-fasilitator. Sasaran intervensi program ini adalah 15 orang perwakilan generasi Z di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.

Untuk menjamin kualitas transfer pengetahuan, kegiatan ini menghadirkan seorang praktisi sekaligus pelaku usaha batik lokal, yaitu Ibu Ianatul Ummah, S.Ter.Keb. Beliau dipilih berdasarkan kompetensi dan pengalamannya sebagai pemilik brand "Ana Batik Collection" (NIB 0408230094053) yang mengelola sentra produksi batik aktif di wilayah setempat. Secara keseluruhan, kegiatan ini terlaksana dengan dukungan pendanaan sebesar Rp9.500.000 (Sembilan Juta Lima Ratus Ribu Rupiah), yang penggunaannya telah terealisasi sesuai dengan Rencana Anggaran Belanja (RAB) yang ditetapkan.

Kegiatan PKM ini dirancang dalam format pelatihan intensif selama tujuh jam efektif (07.30–14.30 WIB), yang terbagi ke dalam tiga tahapan utama: orientasi, penyampaian materi, dan praktik terbimbing. Tahap orientasi dan pembukaan berlangsung selama 60 menit, diawali dengan protokol adab (pembacaan Surah Al-Fatihah dan doa penutup) yang dipandu oleh master of ceremony (MC). Dalam sambutannya, Subairi, M.E. menguraikan dasar epistemologis kegiatan ini, menekankan bahwa predikat Desa Klampar sebagai desa sentra batik di Pamekasan merupakan modal sosial-ekonomi yang prospektif. Namun demikian, potensi tersebut bersifat contingent (bergantung) pada partisipasi aktif dan pemanfaatan yang optimal oleh generasi mudanya.

Tahap selanjutnya adalah penguatan kapasitas kognitif melalui seminar edupreneurship selama kurang lebih satu jam. Narasumber menyampaikan materi yang mencakup empat domain utama, yakni: (1) konsep pendidikan kewirausahaan (entrepreneurship education) berbasis potensi lokal; (2) batik tulis sebagai ekosistem peluang bisnis kreatif; (3) strategi stimulasi kreativitas dan inovasi produk bagi Generasi Z; serta (4) integrasi strategi pemasaran digital (digital marketing) dalam memperluas jangkauan pasar batik.

Puncak dari kegiatan ini adalah tahap praktik terbimbing (hands-on practice) membuat batik selama kurang lebih enam jam. Praktik dilaksanakan di area terbuka di belakang Mushalla Nurul Hidayat yang telah dilengkapi dengan peralatan standar membuat batik, seperti kain mori, canting, malam (lilin batik), kompor, wajan, dan pewarna. Proses praktik berlangsung secara bertahap dan sistematis di bawah supervisi kolaboratif antara narasumber dan fasilitator, yang meliputi:

1. Pengenalan Alat dan Bahan: Peserta diperkenalkan dengan fungsi teknis dari setiap instrumen dan material, termasuk penggunaan pewarna alami dan sintetis sebagai media perintang warna.
2. Perencanaan Motif: Peserta didampingi dalam merancang motif yang tidak hanya bernilai estetis, tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai filosofis dan budaya lokal Batik Klampar, seperti simbol kesabaran, ketekunan, dan ketulusan.
3. Proses Mencanting: Tahapan krusial yang melatih ketelitian, konsentrasi, serta motorik halus peserta dalam menorehkan malam cair ke atas media kain sesuai pola, dengan menekankan pentingnya kestabilan tangan untuk menghindari kebocoran garis.
4. Pewarnaan (Nyelup): Peserta melakukan pencelupan kain ke dalam larutan pewarna. Pada tahap ini, diperkenalkan pula teknik pewarnaan bertingkat bagi penciptaan gradasi warna, dengan prinsip penutupan kembali area yang telah diwarnai menggunakan malam.
5. Pelorodan dan Finishing: Proses eliminasi lapisan malam melalui perebusan air panas untuk memperlihatkan ornamen batik yang telah terbentuk. Kain kemudian menjalani proses penjemuran dan penyetricaan sebagai tahap akhir (finishing) sehingga siap diolah menjadi produk turunan (seperti busana, tas, atau aksesoris).

Kegiatan ditutup dengan sesi evaluasi komprehensif dan seminar hasil pendampingan yang dipimpin oleh tim fasilitator. Sesi ini berfungsi untuk melakukan refleksi terhadap proses pelatihan yang telah dijalani serta memastikan penyerapan materi oleh peserta. Seluruh rangkaian kegiatan PKM ini kemudian resmi ditutup dengan doa pada pukul 14.30 WIB.

### **Tahap 3: Pengukuran Pencapaian dan Evaluasi**

Untuk mengukur dampak dan efektivitas intervensi yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Madura tersebut, pencapaian program diukur melalui empat dimensi evaluasi kuantitatif dan kualitatif berikut:

#### **1. Penguatan Kapasitas Teknis (Hard Skill) Membatik**

Pada kondisi pra-pelatihan (pre-test), sebagian besar peserta belum menguasai kompetensi teknis proses produksi batik tulis secara komprehensif. Melalui metode learning by doing yang terstruktur pada tahapan perancangan motif, pencantingan, pewarnaan (nyelup), hingga pelorodan, teridentifikasi adanya peningkatan kapasitas teknis yang signifikan. Berdasarkan hasil observasi langsung dan evaluasi post-test, sekitar 85% peserta berhasil menunjukkan kompetensi minimal dalam menyelesaikan satu helai karya batik tulis sederhana secara mandiri. Capaian ini mengindikasikan keberhasilan transfer pengetahuan pada aspek keterampilan dasar produksi.

#### **2. Internalisasi Konsep Edupreneurship**

Penerapan pendekatan edupreneurship dalam program ini berhasil memadukan aspek pelestarian seni-budaya dengan muatan kewirausahaan yang berbasis nilai-nilai edukatif lokal. Peserta tidak hanya diperkenalkan pada teknik membatik, tetapi juga dibimbing untuk melakukan transformasi konseptual kain batik menjadi produk bernilai tambah ekonomis yang relevan dengan pasar kontemporer, seperti sarung, odeng, dan busana modern. Sesi diskusi bisnis ringan berhasil menumbuhkan pemahaman peserta terkait pentingnya strategi branding produk lokal serta pemanfaatan ekosistem media digital sebagai instrumen promosi dan pemasaran.

#### **3. Transformasi Psikologis dan Motivasi Kemandirian Ekonomi**

Intervensi program ini berhasil mendorong terjadinya pergeseran paradigma dan motivasi intrinsik di kalangan generasi muda Desa Klampar. Merujuk pada data kuesioner evaluasi dan wawancara mendalam, mayoritas peserta merefleksikan peningkatan rasa percaya diri (self-efficacy) dan daya dorong kewirausahaan setelah mengikuti pelatihan. Secara kuantitatif, sekitar 70% peserta menyatakan komitmen untuk melanjutkan aktivitas membatik bukan sekadar sebagai ekspresi seni, melainkan sebagai hobi produktif atau model usaha rumahan (UMKM skala mikro) yang dijalankan secara individual maupun kolektif.

#### **4. Indikasi Dampak Sosial dan Ekonomi Awal**

Dari perspektif sosial, kegiatan ini telah memfasilitasi terbentuknya benih komunitas perajin muda (young artisan community) di Desa Klampar yang memiliki kesadaran historis dan komitmen untuk melestarikan tradisi membatik. Komunitas ini diproyeksikan sebagai agen perubahan yang menjembatani warisan budaya dengan tuntutan ekonomi modern. Meskipun dampak makroekonomi belum dapat terukur secara signifikan dalam jangka pendek, program ini telah berhasil membuka peluang diversifikasi produk lokal. Lebih dari itu, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan identitas ekonomi kreatif berbasis budaya Madura, yang diharapkan dapat menjadi katalisator bagi penggalian roda perekonomian desa di masa mendatang.

### **Pembahasan**

Pelatihan Edupreneurship Batik Tulis di Desa Klampar, Kabupaten Pamekasan, dirancang sebagai sebuah intervensi komprehensif untuk menjawab tantangan multidimensi yang dihadapi oleh Generasi Z di tengah-tengah era bonus demografi Indonesia. Program ini tidak hanya berfokus pada transfer keterampilan teknis, tetapi bertujuan untuk mentransformasi pola pikir, membangun jiwa kewirausahaan, dan memperkuat tatanan sosial budaya lokal. Untuk menganalisis kedalaman dampak dan proses yang terjadi, pembahasan ini akan menggunakan beberapa kerangka teoretis yang relevan, yaitu Teori Modal Manusia (Human Capital Theory), Teori

Kewirausahaan Schumpeter, Teori Pengembangan Masyarakat (Community Development), dan Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship). Melalui lensa-lensa teoretis ini, kita akan memetakan bagaimana program ini tidak hanya mencapai indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, tetapi juga memicu perubahan sosial yang lebih luas, serta merumuskan rekomendasi strategis untuk keberlanjutannya.

Indikator keberhasilan pertama dan paling mendasar dari program ini adalah peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan membuat batik di kalangan peserta, di mana sekitar 85% dari mereka mampu menyelesaikan satu karya batik tulis sederhana secara mandiri. Dari perspektif Teori Modal Manusia, yang secara formal dikembangkan oleh para ekonom seperti Theodore Schultz, Jacob Mincer, dan Gary Becker, hasil ini merupakan bukti langsung dari keberhasilan investasi dalam aset paling berharga yang dimiliki suatu masyarakat: sumber daya manusianya (Leoni, 2025). Teori ini menyatakan bahwa pendidikan, pelatihan, dan pengembangan keterampilan adalah bentuk investasi yang akan membuahkan hasil dalam bentuk peningkatan produktivitas dan pendapatan di masa depan (Deming, 2022). Sebelum pelatihan, terdapat sebuah kesenjangan keterampilan yang ironis di tengah "Kampung Batik" Klampar. Hasil observasi dan wawancara di Tahap 1 mengungkapkan bahwa mayoritas generasi muda tidak mewarisi keterampilan membuat batik dari orang tua mereka, menganggap proses tersebut tidak sejalan dengan karakter mereka yang menyukai hal-hal praktis dan instan. Fenomena ini menunjukkan degradasi potensi modal manusia di bidang yang seharusnya menjadi keunggulan lokal. Pelatihan ini secara langsung menangani masalah tersebut dengan menyediakan pembekalan keterampilan teknis secara komprehensif, mulai dari perencanaan motif, mencanting, pewarnaan, hingga pelorodan. Keberhasilan 85% peserta menyelesaikan karya mereka sendiri adalah indikator kuantitatif yang kuat bahwa program ini secara efektif telah menambah "stok" modal manusia di desa tersebut. Namun, keunikan pendekatan edupreneurship terletak pada sifat holistiknya. Program ini tidak hanya berinvestasi pada keterampilan teknis (hard skills), tetapi juga pada keterampilan lunak (soft skills) dan jiwa kewirausahaan, yang merupakan bagian integral dari modal manusia (Srivastava & Das, 2015). Pembekalan mengenai literasi finansial, kemampuan manajerial, dan karakter wirausaha seperti percaya diri dan berani mengambil risiko, merupakan investasi pada dimensi psikologis dan kognitif peserta. Ini sejalan dengan temuan bahwa motivasi dan kepercayaan diri adalah pendorong utama niat berwirausaha (Wuttaphan, 2017). Dengan demikian, program ini tidak hanya menciptakan tenaga kerja terampil, tetapi calon-calon wirausahawan yang mampu menciptakan nilai.

Secara praktis, proses ini memicu perubahan sosial yang signifikan. Transformasi dari individu yang mungkin menganggur atau terjebak dalam perilaku konsumtif menjadi seorang produsen yang memiliki keterampilan dan rasa percaya diri, merupakan perubahan fundamental. Mereka kini memiliki alat (keterampilan membuat batik) dan mindset (jiwa wirausaha) untuk memutus lingkaran setan pengangguran dan konsumerisme. Namun, kritik terhadap Teori Modal Manusia menyoroti bahwa investasi modal manusia tidak secara otomatis menjamin peningkatan kesejahteraan jika dihadapkan pada hambatan struktural seperti akses pasar dan permodalan yang terbatas (Marginson, 2019). Oleh karena itu, untuk keberlanjutan, diperlukan upaya lanjutan yang memastikan modal manusia yang telah diinvestasikan ini dapat dikonversi menjadi kesejahteraan ekonomi yang nyata. Rekomendasinya adalah pembentukan sebuah inkubator bisnis lokal yang dapat memberikan pendampingan intensif, akses permodalan mikro, dan bimbingan dalam mengembangkan usaha, sehingga keterampilan yang telah diperoleh peserta benar-benar dapat menghasilkan dampak ekonomi.

Indikator keberhasilan kedua, yaitu pemahaman peserta akan konsep edupreneurship dan peningkatan motivasi mereka, di mana 70% peserta menyatakan rencana untuk melanjutkan kegiatan membuat batik sebagai hobi produktif atau usaha rumahan, dapat dianalisis mendalam melalui lensa Teori Kewirausahaan Schumpeter. Joseph Schumpeter menempatkan inovasi sebagai inti dari aktivitas kewirausahaan, yang dikenal dengan konsep "destruksi kreatif" (creative destruction). Seorang wirausahawan, dalam pandangan Schumpeter, adalah seseorang yang memperkenalkan kombinasi baru dari sumber daya untuk menciptakan produk, proses, atau pasar yang baru. Dalam konteks program ini, inovasi yang terjadi bukanlah penemuan teknologi baru, melainkan inovasi dalam pola pikir dan model bisnis. Sebelum pelatihan, terdapat pemisahan konsep antara "bisnis" dan "kerajinan" di kalangan Gen Z, seperti yang diungkapkan oleh informan Bilqis: batik tulis dianggap memiliki nilai seni tinggi tetapi kurang menjanjikan secara bisnis karena prosesnya yang panjang. Pandangan ini adalah hambatan psikologis utama. Program ini, melalui sesi pembekalan mindset, berhasil melakukan "destruksi" terhadap pola pikir lama ini. Peserta didorong untuk melihat batik bukan hanya sebagai warisan budaya, tetapi sebagai sebuah "peluang

bisnis kreatif" yang dapat dikembangkan. Inovasi terjadi ketika mereka mulai memikirkan cara mengaplikasikan motif batik Klampar pada produk-produk modern seperti pakaian, aksesoris, atau barang-barang lifestyle lainnya, serta memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Ini adalah bentuk inovasi produk dan pemasaran yang sesungguhnya.

Perubahan ini merupakan manifestasi dari semangat Schumpeterian yang berhasil ditanamkan. Mereka yang awalnya pasif dan konsumtif, kini memiliki motivasi untuk menjadi produsen yang aktif dan inovatif. Angka 70% yang berencana melanjutkan ke usaha adalah bukti bahwa "api" inovasi telah dinyalakan. Mereka tidak lagi takut pada proses yang panjang, karena mereka telah dibekali dengan visi bisnis dan kepercayaan diri untuk melihat di balik proses tersebut terdapat nilai ekonomi yang dapat ditingkatkan. Secara praktis, ini adalah awal dari sebuah perubahan sosial di mana generasi muda, yang sebelumnya terasing dari industri batik, kini menjadi agen utama revitalisasi. Mereka adalah katalisator yang akan membawa energi baru dan ide-ide segar ke dalam industri tradisional ini. Untuk memastikan api inovasi ini tidak padam, rekomendasinya adalah menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi. Ini dapat dilakukan dengan memfasilitasi kolaborasi antara perajin muda ini dengan pelaku industri kreatif lainnya seperti desainer fashion, pakar branding, atau pengembang teknologi. Selain itu, pemerintah daerah dan universitas dapat menyelenggarakan kompetisi inovasi produk batik atau memberikan penghargaan bagi inovasi terbaik untuk terus mendorong semangat kreativitas dan kompetisi yang sehat.

Indikator keberhasilan ketiga, yaitu dampak sosial dan ekonomi awal yang ditandai dengan munculnya komunitas kecil perajin muda batik Klampar, adalah bukti paling jelas dari keberhasilan penerapan Teori Pengembangan Masyarakat dan Kewirausahaan Sosial. Strategi pendekatan partisipatif (bottom-up) yang menjadi pilar program ini sejalan dengan prinsip-prinsip pengembangan masyarakat modern yang menekankan keterlibatan aktif subjek penerima manfaat (Handoko, 2017). Dengan melibatkan Gen Z sejak tahap survei kebutuhan, program ini memastikan relevansi dan menumbuhkan rasa kepemilikan. Penggunaan metode Participatory Action Research (PAR) (Sweetland, 1996) semakin memperkuat ini, menjadikan seluruh proses sebagai sebuah pembelajaran kolektif. Hasilnya adalah munculnya sebuah komunitas baru yang memiliki tujuan dan visi yang sama. Komunitas ini adalah aset sosial yang sangat berharga, karena ia akan berfungsi sebagai jaringan dukungan, tempat berbagi pengetahuan, dan pusat inovasi yang berkelanjutan. Ini adalah fondasi kokoh untuk pengembangan masyarakat yang mandiri.

Lebih dari itu, program ini memenuhi semua kriteria dari Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship). Kewirausahaan sosial didefinisikan sebagai aktivitas yang menggunakan pendekatan inovatif dan prinsip bisnis untuk mencapai tujuan sosial (Teasdale et al., 2023). Misi sosial program ini sangat jelas: meningkatkan kemandirian ekonomi Gen Z untuk mengatasi pengangguran dan, yang lebih penting, melestarikan warisan budaya batik tulis yang merupakan identitas Desa Klampar. Program ini tidak berorientasi pada profit semata, tetapi pada penciptaan dampak sosial yang berkelanjutan. Inovasi sosial terjadi ketika program berhasil mengubah paradigma: dari pelestarian budaya yang bersifat pasif (museum) menjadi pelestarian yang aktif dan produktif (melalui bisnis). Program ini juga menunjukkan sifat hibrida (hybridity) yang khas dari kewirausahaan sosial (Saebi et al., 2019), dengan membangun kolaborasi antara sektor akademik (UIN Madura), sektor swasta (Ana Batik Collection), dan komunitas masyarakat (Gen Z dan pengrajin lokal). Komunitas perajin muda yang lahir dari program ini adalah bukti nyata bahwa kewirausahaan sosial telah berhasil diimplementasikan. Mereka adalah agen perubahan yang akan menjaga agar warisan budaya tidak punah dan pada saat yang sama berkontribusi pada perekonomian lokal. Untuk memastikan keberlanjutan dampak sosial ini, rekomendasinya adalah memberikan dukungan berkelanjutan kepada komunitas tersebut. Dukungan ini bisa berupa fasilitas pertemuan rutin, akses ke sumber daya pembelajaran (buku, internet), atau bantuan untuk mengikuti pameran dan festival. Pemerintah daerah juga dapat memasukkan komunitas ini dalam kebijakan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Kabupaten Pamekasan, sehingga mereka tidak hanya menjadi pelaku, tetapi juga bagian dari strategi pembangunan yang lebih besar.

## SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema "Pelatihan Edupreneurship Batik Tulis di Desa Klampar, Kabupaten Pamekasan untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Generasi Muda/Gen Z", dapat disimpulkan bahwa pendekatan edupreneurship yang mengintegrasikan aspek pendidikan dan

kewirausahaan terbukti efektif dalam mentransformasi pola pikir generasi muda dari sekadar konsumen pasif menjadi produsen yang aktif dan inovatif. Melalui pelatihan yang komprehensif, peserta tidak saja dibekali dengan keterampilan teknis dalam proses membatik tulis, tetapi juga jiwa kewirausahaan, literasi finansial, serta kemampuan manajerial yang menjadi fondasi penting dalam pengembangan usaha.

Pelaksanaan pelatihan yang melibatkan 15 peserta dari kalangan Gen Z di Desa Klampar telah menunjukkan hasil yang signifikan secara kuantitatif dan kualitatif. Secara khusus, sekitar 85% peserta berhasil menyelesaikan satu karya batik tulis sederhana secara mandiri, yang mengindikasikan keberhasilan transfer pengetahuan dan keterampilan dasar. Lebih lanjut, sekitar 70% peserta menyatakan komitmen untuk melanjutkan kegiatan membatik sebagai hobi produktif atau mengembangkannya menjadi usaha rumahan, yang menunjukkan potensi keberlanjutan program.

Dari perspektif sosial-budaya, program ini telah memunculkan komunitas kecil perajin muda batik Klampar yang berkomitmen untuk melestarikan tradisi membatik sambil mengembangkannya sebagai peluang bisnis yang berkelanjutan. Fenomena ini menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat tidak hanya memberikan dampak ekonomi langsung bagi peserta, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya lokal. Dengan demikian, model edupreneurship batik tulis ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam pengembangan program serupa di daerah lain yang memiliki potensi kerajinan tradisional.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan atas kerja sama antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Madura dengan Anna Batik Collection, salah satu UMKM pengusaha batik yang berada di desa Klampar yang menjadi lokasi dilaksanakannya pengabdian. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Madura yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini, dan Anna Batik Collection desa Klampar yang bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, B. S. (2023). Pengentasan Kemiskinan Melalui Pengembangan Industri Kreatif Batik Di Kabupaten Pamekasan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 79–96. <https://doi.org/10.35590/jeb.v9i2.5094>
- Ar Razy, M. R. O., & Mahzuni, D. (2021). Sosial Ekonomi Masyarakat Madura Abad 19-20: Sebuah Kajian Ekologi Sejarah. *Siginjai: Jurnal Sejarah*, 1(2), 65-79).
- Arta, A., Faizal, M. A., Asiyah, B. N., & Mashudi. (2023). The Role of Edupreneurship in Gen Z in Shaping Independent and Creative Young Generation. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 231–241. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.5673>
- BOTANI, B. (2024, October 14). *Fenomena Dom Spending di Kalangan Gen Z: Tantangan Mengelola Keuangan di Era Digital - PT BPRS Botani Bina Rahmah*. <https://www.bprsbotani.co.id/blog-post/fenomena-dom-spending-di-kalangan-gen-z-tantangan-mengelola-keuangan-di-era-digital/>
- Deming, D. J. (2022). Four Facts about Human Capital. *Journal of Economic Perspectives*, 36(3), 75–102. <https://doi.org/10.1257/jep.36.3.75>
- DPK Kemempora. (2023). *Mendorong Pemuda Untuk Menjadi Inovatif dan Kreatif Dalam Mengembangkan Ekonomi Daerah*. <https://deputi1.kemempora.go.id/https://deputi1.kemempora.go.id/detail/314/mendorong-pemuda-untuk-menjadi-inovatif-dan-kreatif-dalam-mengembangkan-ekonomi-daerah>
- Farid, Moh. (2024, January 3). *Lulusan SMA dan Perguruan Tinggi Dominasi Angka Pengangguran di Pamekasan—Kabar Madura*. <https://kabarmadura.id/lulusan-sma-dan-perguruan-tinggi-dominasi-angka-pengangguran-di-pamekasan/>
- Fawaid, Akh. (2022). Mempertahankan Eksistensi Pemasaran Batik Tulis Pamekasan Selama Pandemi Covid-19 pada Kelompok Pengrajin Nyi Leha Batik. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 132–141. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.15808>
- Handoko, W. (2017). Menjaga Sustainability Pengembangan Masyarakat Pesisir Kebumen: Antara Corak Top-Down, Partisipatif Dan Inisiasi Kelembagaan Lokal. *Sosiohumaniora*, 19(3). <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i3.10291>
- Ishlakhatu Sa'idah, Eka Liyana, Nurul Laily, & Amaliah Aryani. (2025). Perilaku Konsumtif Gen Z di Era Digital: Studi Kasus di Kabupaten Pamekasan. *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 4(2), 95–106. <https://doi.org/10.36420/dawa.v4i2.655>
- Leoni, S. (2025). A Historical Review of the Role of Education: From Human Capital to Human Capabilities.

- Review of Political Economy*, 37(1), 227–244. <https://doi.org/10.1080/09538259.2023.2245233>
- Marginson, S. (2019). Limitations of human capital theory. *Studies in Higher Education*, 44(2), 287–301. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1359823>
- Prasetyo, Y. T., Susanto, K. C., Chuang, K.-H., Yin, R.-T., Chen, J.-W., Zhang, Y.-X., Benito, O. P., Belmonte, Z. J. A., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, Ma. J. J. (2025). Factors influencing the perceived usability of line pay: An extended technology acceptance model approach. *Acta Psychologica*, 255, 104924. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104924>
- Rasyid, S. R. (2025, February 27). *Mengenal Lebih Dalam Ciri Khas Orang Madura, Tradisi, Budaya, dan Karakteristik Unik—Feeds Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5813496/mengenal-lebih-dalam-ciri-khas-orang-madura-tradisi-budaya-dan-karakteristik-unik>
- Sadiyah, N., & Solekah, N. A. (2025). Gen Z Entrepreneurial Intentions: Role Of Knowledge, Motivation, And Self Confidence. *International Journal of Economic Literature (INJOLE)*, 3(6), 858–870.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Journal of Management*, 45(1), 70–95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Safitri, S. R., Lutfi, M. R., A'yuni, N. Q., Satriya, A., Febriyantika, R., & Putra, A. P. (2024). *Program Pengabdian Kepada Masyarakat: Metode Fun-Counseling Dan Outbound Sebagai Media Pembelajaran Dan Pembentukan Karakter Anak Di Desa Rowoboni Tahun 2024*. 5(2).
- Srivastava, K., & Das, R. (2015). Human capital management: Economics of psychological perspective. *Industrial Psychiatry Journal*, 24(2), 115. <https://doi.org/10.4103/0972-6748.181717>
- Suharwati, S. I. (2019). Pengembangan Industri Batik Tulis Sebagai Potensi Daerah (Studi Kasus Di Desa Klampar Kabupaten Pamekasan). *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 6(1), 13–21.
- Sweetland, S. R. (1996). Human Capital Theory: Foundations of a Field of Inquiry. *Review of Educational Research*, 66(3), 341–359. <https://doi.org/10.3102/00346543066003341>
- Teasdale, S., Bellazzecca, E., De Bruin, A., & Roy, M. J. (2023). The (R)evolution of the Social Entrepreneurship Concept: A Critical Historical Review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(1\_suppl), 212S–240S. <https://doi.org/10.1177/08997640221130691>
- Vibriyanto, N., Titik, C. S., & Hoirina, A. S. (2025). The Application of Cleaner Production of Batik Industry (Case of Pamekasan Regency, East Java, Indonesia). *KnE Social Sciences*, 10(5), 219–231. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i5.18116>
- Wuttaphan, N. (2017). Human Capital Theory: The Theory Of Human Resource Development, Implications, And Future. *Life Sciences and Environment Journal*, 18(2), 240–253.