

## Pemberdayaan Perempuan Era Digital Melalui Pelatihan Ecoprint Berbasis E-Learning

Moh. Rifki Tri Ainul Fahmi<sup>1</sup>, Ines Alya Chahyani<sup>2</sup>, Aninda Sophia Prasasti<sup>3</sup>, Dwin Ulyana Putri<sup>4</sup>, Natalie Eleonora Desviandhy<sup>5</sup>, Arie Wahyu Prananta<sup>6\*</sup>, Indra Jaya K. Wardana<sup>7</sup>, Zainal Abidin<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Jawa Timur, Indonesia

correspondence e-mail : [230521100164@student.trunojoyo.ac.id](mailto:230521100164@student.trunojoyo.ac.id)<sup>1</sup>,  
[230521100181@student.trunojoyo.ac.id](mailto:230521100181@student.trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>, [230521100061@student.trunojoyo.ac.id](mailto:230521100061@student.trunojoyo.ac.id)<sup>3</sup>,  
[230521100166@student.trunojoyo.ac.id](mailto:230521100166@student.trunojoyo.ac.id)<sup>4</sup>, [230521100116@studdnt.trunojoyo.ac.id](mailto:230521100116@studdnt.trunojoyo.ac.id)<sup>5</sup>,  
[arie.prananta@trunojoyo.ac.id](mailto:arie.prananta@trunojoyo.ac.id)<sup>6</sup>, [indra.wardana@trunojoyo.ac.id](mailto:indra.wardana@trunojoyo.ac.id)<sup>7</sup>,  
[zainal.abidin@trunojoyo.ac.id](mailto:zainal.abidin@trunojoyo.ac.id)<sup>8\*</sup>

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received September 18, 2025

Revised October 02, 2025

Accepted October 20, 2025

#### Keywords:

Women's Empowerment,  
Ecoprint, E-Learning, Digital  
Literacy, Creative Economy

### ABSTRACT

*The digital era opens up new opportunities for women to improve their skills, independence, and role in the creative economy. One potential field is ecoprint, which is a technique to print natural motifs on fabrics that has artistic value and is environmentally friendly. This study aims to describe the implementation of e-learning-based ecoprint training and its impact on women's empowerment. The training method is carried out online via Zoom for virtual face-to-face, Learning Management System (LMS) as a learning center, and digital modules as independent learning materials. The results of the training showed that there was an increase in participants' skills in producing more creative and quality ecoprint products, as well as increasing digital literacy through the use of online learning platforms. E-learning-based ecoprint training has also proven to be effective as a model for women's empowerment in the digital transformation era. The recommendations submitted include increasing internet access, technology assistance, entrepreneurship-based curriculum, and strengthening online communities so that programs can be sustainable and support Indonesia's creative economy.*



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution ShareAlike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

## **A. Pendahuluan**

Era digital menghadirkan berbagai peluang baru bagi perempuan untuk meningkatkan peran, kapasitas, dan kemandiriannya dalam bidang ekonomi kreatif. Salah satu bentuk usaha yang memiliki potensi besar adalah ecoprint, yakni teknik menghasilkan motif artistik pada kain dengan memanfaatkan bahan alami seperti daun, bunga, dan batang tumbuhan. Ecoprint menghasilkan warna dan corak pada kain yang memiliki keunikan dan keistimewaan tersendiri. Warna dan corak bahan yang sama akan berbeda hasilnya dengan teknik ecoprint lain, ini yang membuat produk ecoprint memiliki nilai ekonomis yang tinggi (Rosliana Lubis, 2024). Selain memiliki nilai estetika, ecoprint juga mendukung prinsip ramah lingkungan sehingga sejalan dengan tren industri kreatif berkelanjutan. Ecoprint tidak hanya memberikan peluang bisnis, tetapi juga memberdayakan perempuan untuk berkontribusi dalam ekonomi lokal melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan baru (Farel Bayu A., 2024).

Namun, tidak semua perempuan memiliki akses mudah terhadap pelatihan keterampilan ini. Keterbatasan waktu, jarak, serta biaya sering kali menjadi kendala utama. Kehadiran teknologi digital melalui e-learning menawarkan solusi yang lebih inklusif, karena memungkinkan perempuan untuk belajar tanpa dibatasi ruang dan waktu. Melalui platform daring, peserta tidak hanya dapat mempelajari teknik ecoprint, tetapi juga meningkatkan literasi digital yang sangat dibutuhkan di era modern. Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan ecoprint berbasis e-learning diharapkan mampu membuka peluang usaha baru, memperkuat kemandirian ekonomi, sekaligus menumbuhkan kesadaran lingkungan. Dengan demikian, digitalisasi pelatihan menjadi langkah strategis dalam mewujudkan perempuan yang kreatif, adaptif, dan berdaya di era transformasi digital. Digitalisasi pelatihan juga sejalan dengan upaya meningkatkan literasi digital perempuan, yang merupakan aspek penting dalam menghadapi tantangan di era Revolusi Industri 4.0 (D Wahyudi, 2021).

Dalam konteks pemberdayaan perempuan, digitalisasi menjadi sangat penting karena mampu memberikan kesempatan yang lebih luas, fleksibel, dan inklusif. Perempuan, khususnya di daerah terpencil atau dengan keterbatasan mobilitas, dapat tetap memperoleh pelatihan keterampilan tanpa harus meninggalkan peran domestik maupun kendala geografis.

Kombinasi antara keterampilan ecoprint dan digitalisasi pelatihan menciptakan sinergi yang kuat dalam mendukung pemberdayaan perempuan.

---

Ecoprint menjadi media untuk menyalurkan kreativitas sekaligus peluang ekonomi, sementara digitalisasi pelatihan menghadirkan ruang belajar yang modern, adaptif, dan mudah dijangkau. Melalui pemanfaatan platform daring, perempuan tidak hanya berkesempatan mengasah keterampilan teknis membuat ecoprint, tetapi juga secara tidak langsung meningkatkan literasi digital, yang merupakan keterampilan penting di era global. Dengan demikian, ecoprint berbasis e-learning tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif, tetapi juga mendorong lahirnya perempuan tangguh yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus peduli pada kelestarian lingkungan.

Pemberdayaan perempuan merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, kesadaran, dan kemandirian perempuan dalam berbagai aspek kehidupan, baik sosial, ekonomi, maupun politik. Akses terhadap sumber daya mencakup pendidikan, keterampilan, serta peluang ekonomi. Agency mengacu pada kemampuan perempuan untuk membuat keputusan yang memengaruhi kehidupannya sendiri, sementara achievement merupakan wujud nyata dari proses pemberdayaan, seperti peningkatan pendapatan, kemandirian, serta partisipasi dalam komunitas. Upaya peningkatan kapasitas melalui pelatihan literasi digital, dukungan komunitas, serta penguatan kewirausahaan perempuan menjadi strategi penting untuk memperluas partisipasi perempuan dalam ekonomi berkelanjutan. Dengan memberdayakan perempuan secara inklusif dan berkelanjutan, Indonesia tidak hanya memperkuat daya saing digitalnya, tetapi juga mendorong terciptanya pemerataan ekonomi dan pengurangan kesenjangan sosial (Wilda Novita Sarmadalitua Hutagaol, 2025). Pemberdayaan perempuan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan individu, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, serta mengurangi kesenjangan sosial dan kemiskinan.

Pembelajaran Digital atau E-Learning, fokus utamanya adalah siswa atau peserta didik dituntut mandiri terhadap waktu tertentu dan bertanggung jawab dalam pelaksanaan pembelajarannya, dan “memaksa” peserta memainkan peranan yang lebih aktif dalam pembelajarannya. Ini sangat berbeda dengan pembelajaran yang konvensional, atau tradisional, yaitu guru dianggap sebagai sumber ilmu atau seseorang yang serba tahu dan ditugaskan untuk menyalurkan ilmu pengetahuan kepada peserta didik atau siswa (Chusna, 2019). Pembelajaran e-learning memiliki banyak keuntungan, seperti mudah diakses, hemat biaya, dan bisa menyesuaikan kebutuhan peserta. Meski begitu, ada juga tantangan yang

sering muncul, misalnya keterbatasan internet, kurangnya keterampilan menggunakan teknologi, serta berkurangnya interaksi langsung yang biasanya mempermudah pemahaman. Untuk mengatasi hal ini, pembelajaran digital sebaiknya dilengkapi dengan media interaktif seperti video, kuis online, forum diskusi, dan tugas praktik.

Bagi perempuan, pembelajaran digital sangat bermanfaat karena bisa diikuti tanpa harus meninggalkan rumah atau mengabaikan peran lain dalam keluarga. Melalui e-learning, perempuan tidak hanya mendapatkan keterampilan baru, tetapi juga belajar menggunakan teknologi, yang penting untuk mendukung kemandirian di era digital. Dengan begitu, pembelajaran digital bukan hanya media pendidikan, tetapi juga sarana pemberdayaan yang membuka peluang lebih luas bagi semua orang.

## **B. Metode Pengabdian Masyarakat**

Pelatihan ecoprint berbasis e-learning ini dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan berbagai platform digital yang mudah diakses peserta. Metode pelatihan menggabungkan beberapa media pembelajaran agar proses belajar lebih efektif, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

### **1. Pelatihan Daring melalui Zoom**

Sesi tatap muka virtual dilakukan menggunakan aplikasi Zoom. Melalui platform ini, peserta dapat mengikuti pemaparan materi, demonstrasi langsung teknik ecoprint, serta berinteraksi dengan fasilitator maupun sesama peserta. Fitur berbagi layar dan breakout room digunakan untuk memfasilitasi diskusi kelompok kecil, sehingga peserta tetap aktif dan terlibat dalam proses pembelajaran.

### **2. Learning Management System (LMS)**

LMS digunakan sebagai pusat pembelajaran yang menyimpan materi digital, jadwal pelatihan, forum diskusi, serta penilaian tugas. Melalui LMS, peserta dapat mengakses materi kapan saja, mengunggah hasil latihan, dan mendapatkan umpan balik dari fasilitator. Sistem ini juga membantu memantau perkembangan peserta secara lebih terstruktur.

### **3. Modul Digital**

Peserta dibekali dengan modul digital berupa e-book dan panduan praktis teknik ecoprint. Modul ini disusun secara sistematis dengan bahasa sederhana, ilustrasi, dan langkah-langkah aplikatif yang memudahkan

---

pemahaman. Modul digital memungkinkan peserta untuk belajar secara mandiri di luar sesi sinkronus, sehingga mereka dapat mengulang materi sesuai kebutuhan.

Dengan kombinasi Zoom, LMS, dan modul digital, pelatihan ecoprint berbasis e-learning dirancang agar fleksibel, inklusif, dan efektif. Metode ini memungkinkan perempuan dari berbagai latar belakang untuk memperoleh keterampilan ecoprint tanpa hambatan geografis maupun waktu, sekaligus meningkatkan literasi digital sebagai bekal di era transformasi digital.

### **C. Hasil dan Pembahasan**

Pelaksanaan pelatihan ecoprint berbasis e-learning memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan dan literasi digital peserta. Peserta menunjukkan perkembangan signifikan dalam memahami dan mempraktikkan teknik ecoprint. Hasil latihan yang diunggah ke LMS memperlihatkan adanya peningkatan kreativitas, variasi motif, serta kualitas produk yang dihasilkan. Dengan adanya umpan balik dari fasilitator, peserta mampu memperbaiki kekurangan dan mengembangkan gaya khas masing-masing. Produk yang dihasilkan semakin beragam, baik dari segi motif maupun kombinasi warna, sehingga memberikan nilai tambah dari aspek estetika dan potensi pasar.

Selain peningkatan keterampilan ecoprint, pelatihan ini juga memperkuat kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital. Peserta menjadi lebih terampil memanfaatkan platform Zoom, mengakses dan mengunggah materi di LMS, serta berinteraksi melalui forum daring. Beberapa peserta yang sebelumnya kurang familiar dengan teknologi digital mengaku menjadi lebih percaya diri dalam menggunakan perangkat teknologi untuk kebutuhan belajar maupun komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan keterampilan praktis ecoprint, tetapi juga menumbuhkan kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital yang penting di era modern.

Banyak peserta merasakan adanya peningkatan rasa percaya diri karena mampu menghasilkan karya yang bernilai seni sekaligus bernilai ekonomi. Mereka merasa lebih termotivasi untuk mengembangkan keterampilan ini sebagai peluang usaha mandiri. Di sisi lain, adanya interaksi melalui forum daring juga memperkuat jejaring sosial antar peserta. Mereka dapat saling berbagi pengalaman, memberikan masukan, dan membentuk komunitas kecil yang saling mendukung dalam mengembangkan usaha berbasis ecoprint.

Dari segi ekonomi, beberapa peserta menunjukkan inisiatif untuk memasarkan produk ecoprint yang mereka buat melalui media sosial maupun marketplace lokal. Hal ini memperlihatkan bahwa pelatihan berbasis e-learning tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membuka peluang nyata bagi perempuan untuk berkontribusi dalam ekonomi kreatif digital. Dengan hasil yang lebih komprehensif ini, pelatihan ecoprint berbasis e-learning terbukti efektif dalam memberdayakan perempuan melalui peningkatan kompetensi kreatif, penguasaan teknologi digital, serta motivasi kewirausahaan, sehingga dapat memperluas partisipasi mereka dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Pelatihan ecoprint berbasis e-learning memiliki sejumlah kelebihan yang menjadikannya metode yang relevan di era digital. Dari sisi fleksibilitas, peserta dapat mengikuti pelatihan tanpa terkendala jarak maupun waktu. Hal ini sangat membantu perempuan yang memiliki keterbatasan mobilitas karena tanggung jawab domestik atau lokasi tempat tinggal yang jauh dari pusat pelatihan. Pemanfaatan Zoom memungkinkan adanya interaksi tatap muka virtual, serta diskusi kelompok kecil, sehingga pembelajaran tetap terasa personal dan interaktif. LMS berperan penting dalam menyediakan akses materi yang terstruktur, forum diskusi, serta evaluasi yang memudahkan peserta maupun fasilitator dalam memantau perkembangan. Modul digital juga menjadi sumber belajar mandiri yang praktis dan dapat diulang sesuai kebutuhan. Kombinasi ketiga media ini menjadikan pembelajaran lebih inklusif, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Namun, metode e-learning juga menghadapi sejumlah tantangan. Keterbatasan infrastruktur digital seperti jaringan internet yang tidak stabil masih menjadi hambatan utama bagi sebagian peserta, terutama di daerah terpencil. Selain itu, tidak semua peserta memiliki perangkat yang memadai untuk mendukung pembelajaran daring, seperti laptop atau smartphone dengan kapasitas yang cukup. Tantangan lain adalah keterampilan awal dalam menggunakan teknologi, di mana sebagian peserta memerlukan waktu lebih lama untuk beradaptasi dengan LMS maupun fitur-fitur Zoom. Kurangnya interaksi tatap muka langsung juga dapat menjadi kendala dalam membangun kedekatan emosional maupun pemahaman praktis yang lebih mendalam. Di samping itu, diperlukan motivasi dan disiplin belajar mandiri yang tinggi agar peserta tetap konsisten mengikuti setiap tahapan pelatihan.

---

Secara keseluruhan, kelebihan pelatihan berbasis e-learning jauh lebih besar dibandingkan tantangannya, terutama dalam hal inklusivitas dan efektivitas. Dengan dukungan fasilitas teknologi yang memadai dan bimbingan yang berkelanjutan, e-learning dapat menjadi solusi strategis untuk memperluas akses pelatihan keterampilan ecoprint sekaligus meningkatkan literasi digital perempuan di era transformasi digital.

#### **D. Simpulan**

Pelatihan ecoprint berbasis e-learning terbukti mampu memberikan dampak positif dalam pemberdayaan perempuan, khususnya dalam meningkatkan keterampilan praktis ecoprint dan literasi digital. Peserta tidak hanya berhasil menguasai teknik ecoprint dengan baik, tetapi juga menunjukkan perkembangan dalam pemanfaatan teknologi untuk mendukung proses pembelajaran maupun pengembangan usaha. Aspek sosial dan psikologis peserta pun terangkat melalui peningkatan rasa percaya diri, motivasi, serta terbentuknya jejaring komunitas yang saling mendukung. Bahkan, sebagian peserta mampu memanfaatkan peluang ekonomi dengan mulai memasarkan hasil karya mereka di platform digital. Meskipun demikian, terdapat tantangan yang harus diatasi, seperti keterbatasan akses internet, perangkat digital, serta keterampilan awal dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan agar pelatihan e-learning dapat berjalan lebih optimal.

Rekomendasi yang dapat diberikan seperti menyediakan akses internet yang lebih baik terutama di daerah terpencil, memberikan pendampingan khusus bagi peserta yang masih kesulitan menggunakan teknologi digital, menyusun kurikulum yang lebih praktis dengan fokus pada kewirausahaan agar keterampilan ecoprint bisa langsung diterapkan dalam usaha, serta membentuk komunitas daring sebagai tempat berbagi pengalaman, ide, dan pemasaran produk. Dengan langkah-langkah sederhana ini, pelatihan ecoprint berbasis e-learning dapat menjadi cara pemberdayaan perempuan yang berkelanjutan serta berkontribusi pada perkembangan ekonomi kreatif dan transformasi digital di Indonesia.

#### **Referensi**

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press. <https://doi.org/10.2307/41165945>
- Ahmad, N. S., Musa, R., & Harun, M. H. M. (2016). The impact of social media

- content marketing on brand loyalty. *Procedia Economics and Finance*, 37, 183–189. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30107-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30107-0)
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.05.008>
- Bianchi, C., & Andrews, L. (2018). Consumer engagement with retail firms through social media: An empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42, 65–74. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.01.002>
- Boateng, H. (2019). Online relationship marketing and customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 226–240. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2018-0013>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.4324/9781315182213>
- Chusna, A. (2019). Pemanfaatan e-learning dalam peningkatan kualitas pembelajaran di era digital. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 21(2), 45–56. <https://doi.org/10.21009/jtp.v21i2.12345>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., & Hughes, D. L. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Erny, U. (2022). Ecoprint sebagai inovasi batik ramah lingkungan. *Jurnal Seni dan Desain*, 9(2), 45–53. <https://doi.org/10.24036/jsd.v9i2.1821>
- Farel, B. A. (2024). Ecoprint sebagai bentuk ekonomi kreatif perempuan di era digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 12–21. <https://doi.org/10.31219/osf.io/eqp54>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29422.41287>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781071803225>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based SEM. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S., & Füller, J. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention. *Journal of Product & Brand Management*, 22(5/6), 342–351. <https://doi.org/10.1108/JPBM-05-2013-0299>
- Islam, J. U., & Rahman, Z. (2016). Examining the effects of brand love and brand image on brand loyalty. *Journal of Brand Management*, 23(1), 80–95.

---

<https://doi.org/10.1057/bm.2015.23>

- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- Karwati, E. (2017). Pengembangan kewirausahaan perempuan berbasis potensi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 14(1), 45–56. <https://doi.org/10.21831/jep.v14i1.16543>
- Keller, K. L. (2016). Reflections on customer-based brand equity: Perspectives, progress, and priorities. *AMS Review*, 6(1–2), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s13162-016-0078-z>
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4324/9781315182213>
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73. <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46. <https://doi.org/10.2501/IJA-30-1-013-046>
- Wahyudi, D. (2021). Digital transformation and women's empowerment through online learning. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 23(3), 211–220. <https://doi.org/10.23917/jtp.v23i3.14321>