

Revitalisasi Batik Jetis Sidoarjo Pada Toko Amri

A Falaqil Isbakhi

Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama' Sidoarjo

E-mail: a.falaqilisbakhi@gmail.com

Wahyu Eko Pujianto

Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama' Sidoarjo

E-mail: wahyueko.mnj@unusida.ac.id

Alamat : Jl. Lingkar Timur, Rangkah Kidul Kab. Sidoarjo

Abstract. *The purpose of this research is revitalization so that batik is well known by the public and a promotion strategy to increase interest in returning to the community. This research uses a qualitative method which is carried out by gathering information through direct visits or observation, interviews and documentation. In this study, the results were obtained that the way to revive public interest in jetis written batik was by utilizing promotions on existing social media such as Facebook and websites with creative and unique marketing, most likely to attract public interest again by presenting them according to the era. which is currently developing, with this great possibility it will attract back public interest which has begun to fade and the main target is millennials by using social media which they often access.*

Keywords: *Jetis Batik, Batik cultural heritage, Indonesian Batik*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk revitilasi agar batik dikenal oleh masyarakat dengan baik dan strategi promosi untuk meningkatkan daya minat kembali kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan dengan menggali informasi melalui kunjungan secara langsung atau observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini di dapatkan hasil bahwa cara menghidupkan kembali minat masyarakat terhadap batik tulis jetis adalah dengan cara memanfaatkan promosi di sosial media yang ada seperti Facebook, dan websetie dengan pemasaran yang kreatif dan unik, kemungkinan besar akan menarik minat masyarakat kembali dengan menampilkan sesuai dengan era yang sedang berkembang pada saat ini, dengan ini kemungkinan besar akan menarik kembali minat masyarakat yang sudah mulai pudar dan target utamanya adalah kalangan milenial dengan menggunakan sosial media yang sering mereka akses.

Kata kunci: Batik Jetis, Warisan budaya Batik, Batik Indonesia

PENDAHULUAN

Secara etimologis, kata batik berasal dari bahasa Jawa “amba” yang artinya luas, lebar, kain dan “titik” berarti titik atau matic (kata kerja membuat titik), yang berkembang dari istilah “batik”, artinya menghubungkan titik-titik untuk membentuk gambar tertentu di kain luas atau lebar. Batik juga memiliki makna untuk segala sesuatu yang berkaitan dengan membuat titik-titik tertentu pada kain mori. Batik akan lebih diminati di kalangan anak muda jika penggunaan dan penyajiannya ikut kekinian. Anak muda saat ini rata-rata telah meninggalkan warisan budaya Indonesia karena tidak tahu apa-apa tentang makna dan filosofi batik (Agustina, 2021). Kelebihan batik tulis adalah polanya terlihat mirip dari bentuk aslinya dan warna umumnya relatif stabil dalam jangka waktu yang lebih lama (tidak mudah luntur dengan cepat). Namun, batik tulis juga ada kekurangannya yaitu harganya relatif lebih mahal dari batik lainya dan prosesnya membutuhkan waktu yang relatif lama untuk membuatnya (Wiyanti Nina, 2021). Produk batik tulis yang dihasilkan sangat berkualitas karena melalui proses produksi yang sangat teliti. Bahkan pembuatan satu produk batik membutuhkan waktu yang cukup lama, tergantung motifnya. Setiap motif batik tulis memiliki tingkat kesulitan yang berbeda-beda, sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk membuat produk batik tulis. Saat ini produk batik tulis hanya dipasarkan berdasarkan permintaan konsumen dan jangkauan pasarnya hanya di sekitar lingkungan dan kota terdekat (Suwarni et al., 2022).

Batik merupakan salah satu produk budaya Indonesia sangat unik yang harus dijaga dan dilestarikan. Batik juga bisa menjadi solusi meningkatkan nilai tukar negara dengan merevitalisasi industri kecil dan menengah. Sampai sekarang batik sering digunakan sebagai pakaian eksotik Terutama karena motifnya yang unik di mata masyarakat atau pendatang asing. Batik Indonesia memiliki ciri khas motif yang tersendiri setiap daerahnya, Terutama Batik tulis jetis sidoarjo mempunyai ciri khas motif tersendiri yaitu motif udang bandeng. Batik tulis jetis sudah dibuat sejak tahun tahun 1675 yang dibawah oleh mbah mulyadi dan turun – temurun ke generasi - generasinya sampai sekarang.

Kampung Batik jetis berlokasi di Jalan Pasar Jetis Lemah Putro Kecamatan Sidoarjo, Sidoarjo 61213 belakang Matahari atau Sidoarjo Plaza dan bertepatan Masjid Jami Al Abror Kauman Sidoarjo, semakin menambah jumlah sentra UKM di wilayah Sidoarjo. Batik Jetis sudah ada sejak tahun 1675 yang di bawah oleh mbah mulyadi, namun usaha batik tidak bisa berkembang lama karena kurangnya minat anak muda untuk mempelajari usaha ini. Setelah kemerdekaan Indonesia pada tahun 1950-an, ada seorang perempuan kembali

membuka usaha batik dan perempuan ini berhasil membangkitkan kembali semangat masyarakat setempat untuk membuka kembali toko batik tulis di desa Jetis. wilayah kampung jetis berkembang pesat sejak berdirinya Paguyuban Batik Sidoarjo (PBS) ditandatangani oleh masyarakat setempat pada tanggal 16 April 2008 dengan tujuan untuk mendukung pemasaran batik jetis dan menjaga stabilitas harga jual, karena sebelum berdirinya paguyuban pengrajin sulit untuk memasarkan produknya dan banyak dari mereka yang gulung tikar. Dapat disimpulkan bahwa generasi penerus usaha batik ini memiliki ketangguhan dalam menjaga warisan budaya nasional. Mereka menghadapi tantangan seperti fluktuasi (Perubahan harga) harga bahan baku, kualitas kain yang tidak stabil, jumlah perajin batik yang semakin berkurang, dan lain-lain. Sebagai bentuk perhatian dari pemerintah Sidoarjo, dua minggu setelah pendirian paguyuban tersebut, pada tanggal 3 Mei 2008, "Kampoeng Batik Jetis, Sidoarjo" resmi diresmikan sebagai salah satu destinasi wisata.

Salah satu kelemahan yang terlihat di Kampung Batik Jetis adalah kurangnya pengembangan media sosial, yang berdampak pada kurangnya minat terhadap kampung jetis. Namun, jika media sosial dimanfaatkan dengan lebih baik, kampung jetis akan menjadi lebih menarik bagi masyarakat dan menjadi sektor pariwisata pendidikan yang dapat memperkuat pelestarian batik lokal. Dengan demikian, batik lokal Indonesia dapat terus ada dan terhindar dari kepunahan, mengingat batik tulis Indonesia yang diakui oleh dunia internasional."

Aktivitas observasi ini dilakukan dengan cara bertanya dan menjawab antara peneliti serta pemilik usaha Toko Amri secara langsung. aktivitas observasi wirausaha dijalankan pada Toko Amri. Melalui adanya tugas ini harapannya mahasiswa memahami serta mengetahui lebih luas bagaimana kondisi dan mungkin bisa membangun ide-ide baru pada usaha yang sedang dijalankan.

Disisi lain, observasi ini secara tidak langsung juga berdampak baik bagi mahasiswa kedepannya. karena suatu ketika ilmu yang telah dipaparkan narasumber berguna bagi mahasiswa saat terjun ke lapangan. oleh karenanya, peneliti tertarik buat mengetahui informasi lebih jauh tentang kegiatan yang berjudul pengembangan Revitalisasi Batik Tulis Jetis di mata kuliah Manajemen Koperasi dan UKM ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kajian yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Tinjauan pustaka menggunakan laporan penelitian ini sebagai perbandingan dengan penelitian yang telah di buat.

Menurunnya jumlah pengrajin Batik tulis jetis di Sidoarjo berdampak pada semakin sedikitnya industri rumahan Batik Jetis Sidoarjo. Hampir setiap rumah di kampung Jetis merupakan pengrajin batik. Setiap pagi, kita dapat mencium bau malam yang digunakan untuk membatik, dan sepanjang jalan ramai oleh para pembatik. Namun sekarang, pemandangan seperti itu sangat langka. Hanya beberapa perajin batik asli Sidoarjo yang masih bertahan. Sekarang, sepanjang jalan Kampung Batik Jetis dipadati oleh orang yang berjualan makanan dan toko kelontong. Sulit untuk menemukan perajin Batik Asli Sidoarjo yang membuat batik di pagi hari. Sebagian besar lebih memilih mengambil dari orang lain, menjual kembali, atau memberikan bahan baku untuk dikerjakan di rumah masing-masing pegawai (Ratnawati & Ati, 2021).

Pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu. Pemasaran mencakup proses pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk kepada konsumen dan produsen lainnya. Melalui pemasaran, konsumen dapat lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Wijaya et al., 2022).

Menurut (Anggraini Neli & Sanjaya F Vicky, 2021) Penerapan strategi pemasaran memiliki kepentingan yang signifikan di berbagai bidang bisnis. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, yang mendorong para pelaku bisnis untuk berpikir secara kreatif dan inovatif guna menarik perhatian banyak konsumen.

Media sosial merupakan sarana periklanan atau promosi bagi UMKM yang berhubungan dengan upaya pemasaran untuk memperkenalkan produk atau jasa produsen kepada konsumen. Pemasaran yang efektif akan secara cepat meningkatkan nilai dan minat konsumen dalam membeli produk yang dipasarkan. Teknologi yang sangat maju dan digital saat ini memiliki pengaruh yang besar dalam dunia bisnis, terutama bagi pelaku UMKM. Teknologi tersebut membantu memperluas jaringan pasar dan menarik minat konsumen untuk tetap loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM (Rahman D & Kurniawati D, 2021).

Dalam kegiatan pemasaran melalui digital marketing, strategi yang baik diperlukan untuk membangun personal branding yang dikenal oleh masyarakat. Hal ini dilakukan dengan memberikan informasi produk yang komprehensif dan desain produk yang menarik, serta memanfaatkan media internet sebagai sarana komunikasi. Selain itu, inovasi dalam pemasaran produk juga penting untuk menarik perhatian konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Palahudin et al., 2022).

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini memakai kaidah penulisan yang kualitatif, yang berarti bersifat deskriptif serta banyak memakai analisis. Penelitian ini melibatkan pemilik usaha secara langsung untuk menerima informasi yang aktual serta terpercaya. Penjabaran data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu mencari data secara langsung untuk menghasilkan kenyataan yang disebutkan dalam penelitian maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan dengan menggabungkan riset yang ada, sehingga dapat ditarik konklusi, untuk hasil yang digunakan sebagai pertimbangan buat mengambil sebuah langkah selanjutnya saat melakukan uji keaslian data yang bertujuan untuk memastikan ulang data yang di dapat menggunakan *metode triangulasi* (metode pengumpulan data) yang dapat memudahkan penelitian dengan data yang di dapat berasal asal yang tidak selaras namun mempunyai penjelasan yang serupa.

A. Participan

Participan yang dimaksud disini bisa diartikan menjadi objek atau apa saja yang di digunakan sebagai sumber berita atau informasi oleh penelitian. Informasi ini dari Bapak Amri selaku pengusaha.

B. Teknik akumulasi data

Metode akumulasi data disini bisa diartikan sebagai cara yang dipergunakan peneliti buat menghasilkan data - data yang akurat sesuai misi penelitian itu sendiri. pada penelitian ini memakai beberpa metode untuk mendapatkan data-data. diantaranya yaitu:

1. Metode observasi

Yaitu dilakukan dengan datang langsung ke tempat usaha untuk memperoleh riset yang aktual.

2. Metode wawancara

yaitu dialog yang dilakukan oleh dua orang (narasumber dan pewawancara) dengan maksud untuk mendapatkan data yang benar serta sesuai. Metode ini guna mendapatkan informasi yang berasal dari responden dengan cara tanya jawab agar mendapatkan data yang real.

3. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi disini merupakan langkah yang diambil dengan cara mencatat, mengabadikan, maupun merekam guna menerima media yang bisa dijadikan sebagai bukti data yang real. Metode ini juga bermanfaat menjadi aksi sederhana yang dipergunakan sebagai bentuk kewaspadaan ketika peneliti mengalami kelupaan dalam menulis penelitiannya, juga bisa dikatakan sebagai petunjuk.

C. Teknik analisa data

Sehabis data terakumulasi, maka selanjutnya yaitu menguraikan data. Tujuan dari menguraikan data ini untuk mengerucutkan dan membatasi penemuan - penemuan sebagai akibatnya menjadi data yang sistematis serta lebih bermanfaat. sebab pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, maka analisis datanya dijalankan langsung di ketika observasi berlangsung. kemudian data tersebut direvisi secara teliti sebelum dipublikasikan, guna menerima laporan yang integral dan lengkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengenal kampung jetis sebagai kampung batik tulis jetis

Batik tulis jetis awalnya di bawah oleh keturunan raja kediri pada tahun 1675 yang dibawah oleh mbah mulyadi, yang mengajar masyarakat di kampung Jetis Sidoarjo untuk membatik tulis. Mbah Mulyadi dipercaya sebagai pencipta motif batik di kampung jetis. Batik Sidoarjo sudah ada sejak ratusan tahun lalu. Batik tulis jetis sidoarjo mempunyai motif tersendiri yaitu motif uadang bandeng, kelebihan warna batik kampung jetis terletak keberanian menggunakan warna yang kontras Gunakan warna yang kontras. Visi dari kampoeng batik jetis adalah “Masa depan batik jetis adalah masa depan masyarakat atau warga kampung jetris. Karena batik tulis jetis salah satu penopang perekonomian nasional, tercatat hampir 90% penduduk jetis berprofesi sebagai pengrajin batik tulis. Kami mengandalkan tekad, keahlian, pengalaman dan sentuhan rasa artistik. Sebaliknya misinya adalah untuk berkomunikasi dan memastikan hubungan baik yang menguntungkan dengan mengoptimalkan penjualan produk dengan harga dan desain yang unik dan bersaing baik untuk bahan batik maupun produk jadi. Melihat visi dan misi Kampung Batik Tulis Jetis dapat dikatakan bahwa Wirausahawan dengan visi dan misi sesuai budaya, kebangsaan, profesionalisme dan Mengikuti perubahan zaman. Ada elemen penting, visi dan Misi Kampung Batik Tulis Jetis adalah terus mewujudkan cita-cita konservasi budaya dan seni Indonesia. Itu juga melestarikan ikon budaya dan ekonomi bangsa budaya dan industri

kreatif negara. Kampoeng batik tulis Jetis Sidoarjo menerapkan strategi pemasaran yang melibatkan elemen-elemen seperti segmentasi, targeting, dan positioning. Tujuannya adalah untuk menentukan pasar yang dituju, meyakinkan konsumen, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain itu, Kampoeng batik tulis Jetis Sidoarjo juga beradaptasi dengan perubahan sosial yang terjadi akibat modernisasi, termasuk dalam hal pengadaan sumber daya manusia, alat produksi, variasi produk, teknik produksi, dan strategi pemasaran. Dengan melakukan respons yang tepat dan efektif terhadap perubahan tersebut, Kampoeng batik tulis Jetis Sidoarjo berusaha menghindari gangguan (disrupsi) dari perubahan yang radikal serta persaingan dari pesaing baru yang lebih responsif dan inovatif.

Revitaliasi Batik Tulis Jetis

Promosi yang dilakukan pada kampung batik jetis sebelumnya dengan melakukan pameran, seminar dan di promosikan di kompetisi guk & yuk sidoarjo tetapi hal tersebut masih kurang penjualan karena pelaku usaha hanya jualan di tempat toko, maka pelaku usaha melakukan promosi secara online dengan menggunakan media sosial seperti Facebook dan websetie dengan promosi yang kreatif dan unik, kemungkinan besar akan menarik minat masyarakat kembali dengan menampilkan sesuai dengan era yang sedang berkembang pada saat ini , dengan ini kemungkinan besar akan menarik kembali minat masyarakat yang sudah mulai pudar dan target utamanya adalah kalangan milenial dengan menggunakan sosial media yang sering mereka akses. Kerja sama dengan pemerintah juga dilakukan dengan menyirnegikan program pemerintah di bidang ekonomi kreatif yang sedang dijalankan pemerintahan sidoarjo. Apalagi, kampoeng batik tulis jetis Sidoarjo mempunyai sejarah panjang yang telah dipandang sebagai salah satu ikon budaya dan ikon ekonomi kreatif Indonesia yang bisa menjadi motivator bagi tumbuhnya ekonomi-ekonomi kreatif lainnya.

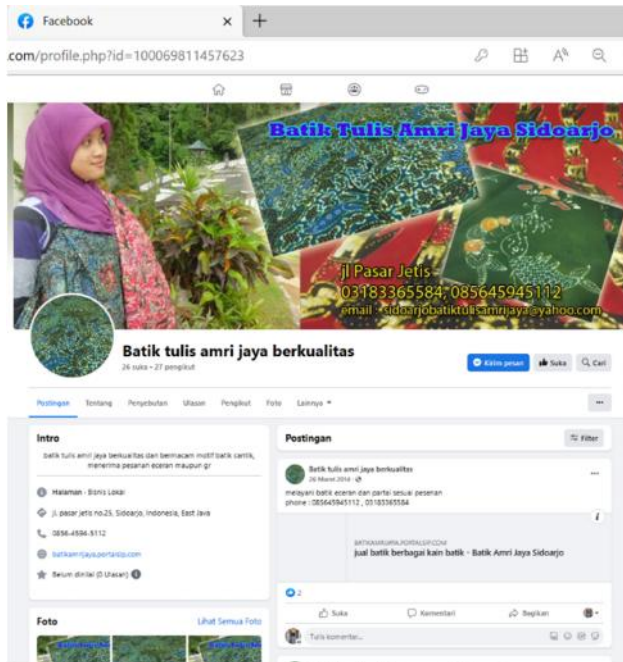
Bahan & Alat yang digunakan untuk batik :

- | | | |
|--------------|------------------|--------------|
| 1. Kain mori | 2. Tinta pewarna | 3. Bak/Ember |
| 4. Malam | 5. Canting | 6. Wajan |
| 7. Kompor | 8. Saringan | 9. Gawangan |

Omset Toko Amri

Untuk omset penjualan batik tulis rata – rata 10 batik per minggu dengan kisaran harga Rp. 150.000 sampai Rp. 300.000 tergantung dari jenis motif batik yang dijual. Toko amri akan meningkat apabila ada pesanan secara grosir.

Promosi lewat Facebook

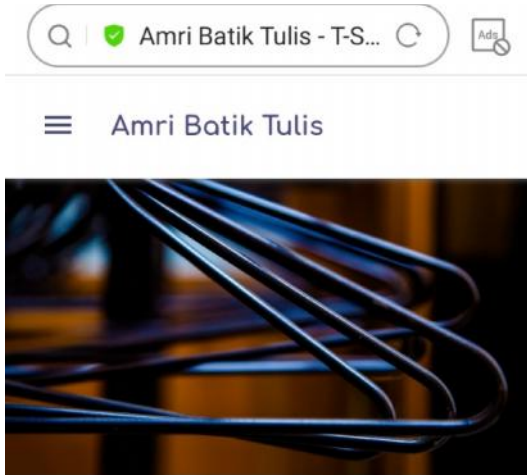


Promosi yang dilakukan toko amri yaitu dengan melakukan promosi lewat Facebook yang mengupload batik – batik yang akan dijual, untuk proses pemesanan bisa langsung hubungi Nomer pada gambar di samping,

Gambar .1 Promosi lewat Facebook

Promosi lewat Website

Promosi yang dilakukan toko amri yaitu dengan melalui website yang ada di google Yakni [Amri Batik Tulis - T-Shirt Store \(business.site\)](https://www.amribatikulis.com). Dengan menyertakan foto – foto produk batik tulis, jam buka tokohnya, lokasi tokohnya dan nomer handphone untuk melakukan pemesanan, untuk pembelian batik tulis amri bisa datang langsung ke tempat tokohnya.



Amri Batik Tulis

T-Shirt Store
Open today until 9:00 PM



Quote Call Directions



Amri Batik Tulis



Contact

CALL NOW

(031) 8967231

Address

GET DIRECTIONS

Jalan Diponegoro Pasar Jetis No. 105
Lemah Putro
Kecamatan Sidoarjo
Kabupaten Sidoarjo
Jawa Timur 61213
Indonesia

Business Hours

Quote Call Directions

Business Hours

Mon: 8:00 AM – 9:00 PM

Tue: 8:00 AM – 9:00 PM

Wed: 8:00 AM – 9:00 PM

Thu: 8:00 AM – 9:00 PM

Fri: 8:00 AM – 9:00 PM

Sat: 8:00 AM – 9:00 PM

Sun: 8:00 AM – 9:00 PM



Gambar .2 Promosi lewat Website

Pengamatan ini dilakukan pada hari Jum'at Tanggal, 5 Mei 2023 di Toko Amri berlokasi di Jalan Pasar Jetis Lemah Putro Kecamatan Sidoarjo, Sidoarjo 61213. Observasi ini berlangsung singkat dan melibatkan foto bersama dengan pemilik UMKM, dokumentasi tempat usaha, dan diskusi. Informasi tentang pemilik UMKM secara umum dapat ditemukan dalam gambar di bawah ini.



Gambar 3. Toko Amri



Gambar 4. Foto sama bapak amri selaku pengusaha batik tulis jetis sidoarjo



Gambar 5. Karyawan Toko Amri
Sedang melakukan proses pewarnaan
Batik tulis



Gambar 6. Karyawan Toko
Amri sedang proses mambatik
tulis



Gambar 7. Proses Penjemuran Batik Tulis Jetis



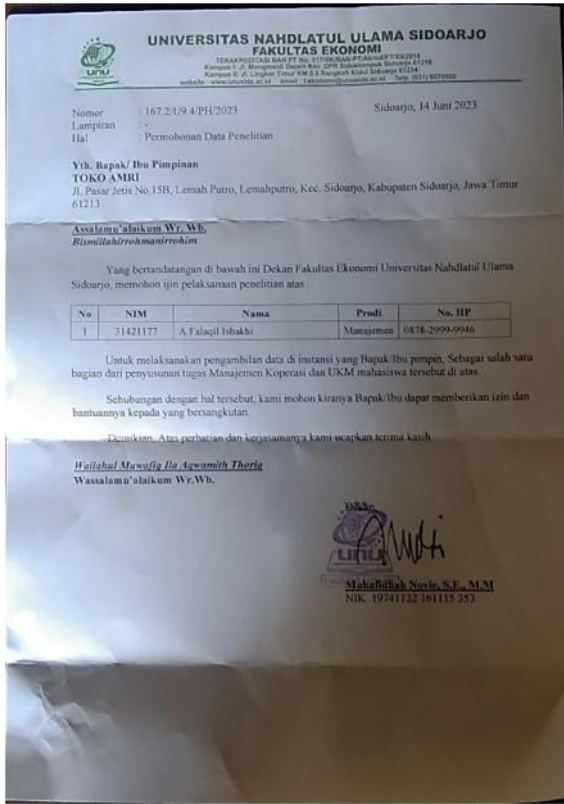
Gambar 8. Foto sama ketua Paguyuban Batik Jetis Sidoarjo

Sebelumnya, peneliti mengirimkan surat laporan izin dan wawancara dengan pemilik Toko Amri Batik Tulis Jetis Sidoarjo ke Kelurahan Lemahputro, serta surat tugas kampus sebagai bukti bahwa Mahasiswa tersebut telah melaksanakan tugasnya.



Gambar 9. Foto sama sekretaris kelurahan lemahputro

Rancangan surat tugas diserahkan kepada bapak Slamet Riyadi, SH (sekretaris kelurahan lemahputro) selaku perwakilan dari kelurahan lemahputro.



Gambar 10. Surat Tugas Kampus



Gambar 11. Surat Izin dari kelurahan lemahputro

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pembahasan di atas maka dapat disimpulkan dengan melakukan strategi promosi online melalui media sosial, Toko Amri batik berhasil meningkatkan penjualan produk batik secara signifikan. Promosi yang kreatif dan unik, serta fokus pada kalangan milenial, membantu menarik minat masyarakat yang sudah mulai pudar.

Saran

Dari pembahasan di atas maka penelitian memberikan saran guna meningkatkan penjualan produk batik, dengan cara strategi promosi online melalui media sosial, memperluas target pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan preferensi konsumen, meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial, Memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk mencapai lebih banyak konsumen, Kolaborasi dengan influencer atau public figure untuk meningkatkan eksposur, melakukan evaluasi hasil penjualan untuk penyesuaian strategi di masa mendatang. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan penjualan produk batik Jetis dapat meningkat dan minat masyarakat terhadap produk tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih banyak kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo dan kepada Bapak Wahyu Eko Pujiyanto, SE., M.M selaku dosen mata kuliah Manajemen Koperasi dan UKM atas informasi yang selalu bermanfaat. saya selaku peneliti mengucapkan maaf dan terima kasih kepada semuanya. Kajian ini telah ditulis dengan sebenarnya dan sesuai dengan fakta dan bukti yang menyertainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2021). *REVITALISASI MOTIF BATIK TRUNTUM PADA KALANGAN PEMUDA-PEMUDI DI INDONESIA*. 3, 59–62.
- Anggraini Neli & Sanjaya F Vicky. (2021). PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM DI LAMPUNG BARAT. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 07(02), 151–157.
- Palahudin, Nulhakim, A. R., Maulana, A., Ria, A. M., Septyani, D. A., Setianingrum, D. W., Hikmah, F. N., Agustiani, F., Fadhiya, K., Kemal I.A, M., & Muhamad, R. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Unggul melalui Inovasi Pemasaran dan Optimalisasi Digital Marketing di Desa Banjarwaru Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor (Studi Kasus: UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & Cookies). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(7), 579–586. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i7.1490>
- Rahman D & Kurniawati D. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA DISTRO DI KABUPATEN SUMENEP). *Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*, 09(02), 112–122.
- Ratnawati, S., & Ati, N. U. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Batik Tulis di Desa Jabaran Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Abdidas*, 2(2), 383–391. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.287>
- Suwarni, E., Astuti Handayani, M., Fernando, Y., Eko Saputra, F., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187–192. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.570>
- Wijaya, T. W., Muchlis, Z., Azizah, L. M., & Miftah, M. (2022). PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK LOKAL MELALUI DIGITAL BUSINESS DAN PEMBAHARUAN BRAND PRODUK. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.661>
- Wiyanti Nina, M. T. (2021). HUBUNGAN INTENSITAS PENERANGAN DENGAN KECELAKAAN MATA PADA PENGRAJIN BATIK TULIS. *The Indonesian Journal of Occupational Safety and Health*, 4(2), 144–154.