

## PENGEMBANGAN WEBSITE INOVATIF DAN PELATIHAN MITRA UNTUK PENINGKATAN BRANDING BATIK BLIMBING MALANG

Vivi Nur Wijyaningrum, Mamluatul Hani'ah, Noprianto, Vipkas Al Hadid Firdaus, Annisa  
Puspa Kirana

Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang, Malang, Indonesia

[vivinurw@polinema.ac.id](mailto:vivinurw@polinema.ac.id), [mamluatulhaniah@polinema.ac.id](mailto:mamluatulhaniah@polinema.ac.id), [noprianto@polinema.ac.id](mailto:noprianto@polinema.ac.id),  
[vipkas@polinema.ac.id](mailto:vipkas@polinema.ac.id), [puspakirana@polinema.ac.id](mailto:puspakirana@polinema.ac.id)

### **Abstract**

*Batik Blimbing Malang, as a partner in community service activities, is known as a producer of high-quality batik, both hand-drawn and stamped, with a vision to introduce and preserve batik culture through education. However, the partner faces issues such as a lack of online visibility due to the absence of a website, weak product catalog management, and minimal documentation of training and workshop activities. To address these issues, this community service activity involved the development of an innovative website that not only showcases the business profile and product catalog but also includes bilingual features (Indonesian and English) to expand the audience reach. Additionally, training was provided to the partners to enable them to manage and update website content independently. The implementation method involved active participation from the partner in the design and development of the website, as well as interactive training on using features and digital marketing strategies. The results show that the website successfully enhanced Batik Blimbing Malang's online visibility and expanded market reach. The training provided also effectively improved the partner's skills in utilizing digital technology, supporting business growth, and strengthening branding at both local and international levels. With this digital solution, Batik Blimbing Malang can educate the public about batik culture through a more modern and accessible platform.*

**Keywords:** batik malang; digital training; digital marketing; technology; website.

### **Abstrak**

*Batik Blimbing Malang, sebagai mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dikenal sebagai produsen batik tulis dan cap berkualitas tinggi dengan visi mengenalkan dan melestarikan budaya batik melalui edukasi. Namun, mitra menghadapi masalah berupa kurangnya visibilitas online akibat tidak adanya website, lemahnya pengelolaan katalog produk, serta minimnya dokumentasi kegiatan pelatihan dan workshop. Untuk mengatasi masalah tersebut, pada kegiatan ini dilakukan pengembangan sebuah website inovatif yang tidak hanya menampilkan profil usaha dan katalog produk, melainkan juga dilengkapi dengan fitur bilingual (Indonesia dan Inggris) untuk memperluas jangkauan audiens. Selain itu, pelatihan diberikan kepada mitra agar mereka dapat mengelola dan memperbarui konten website secara mandiri. Metode pelaksanaan melibatkan partisipasi aktif mitra dalam perancangan dan pengembangan website, serta pelatihan interaktif tentang penggunaan fitur dan strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website berhasil meningkatkan visibilitas Batik Blimbing Malang secara online dan memperluas jangkauan pasar. Pelatihan yang diberikan juga berhasil meningkatkan keterampilan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital, mendukung pertumbuhan usaha, dan memperkuat branding di tingkat lokal maupun internasional. Dengan solusi digital ini, Batik Blimbing Malang mampu mengedukasi masyarakat tentang budaya batik melalui platform yang lebih modern dan terjangkau.*

**Kata kunci:** batik malang; pelatihan digital; pemasaran digital; teknologi; website.

## **1. PENDAHULUAN (*Introduction*)**

Batik Blimbing Malang, yang berlokasi di Jalan Candi Jago No. 6, Blimbing, Malang, berawal dari kegiatan PKK Kelurahan Blimbing pada tahun 2019 sebagai bagian dari program peningkatan sumber daya manusia. Selanjutnya, Ibu Wiwik Niarti, sebagai salah satu anggota PKK, memutuskan untuk merintis dan mengelola usaha batik secara independen. Pada tahun 2011, Ibu Wiwik mengembangkan usaha batik dengan menonjolkan ikon dan ciri khas Malang dalam setiap desainnya, karena selama ini Malang lebih dikenal akan Tugu dan Topeng Malang saja. Di sisi lain, Batik Blimbing Malang mengutamakan kualitas dengan memproduksi batik tulis dan batik cap khas Malang. Hingga saat ini, lebih dari 100 motif batik telah dihasilkan. Setiap produk yang dihasilkan bersifat eksklusif, hanya terdapat dua produk untuk setiap warna motif batik.

Saat ini, Batik Blimbing Malang dikelola oleh Ibu Aulya Rishmawati (Ima), putri kandung Ibu Wiwik. Ibu Ima menjelaskan bahwa Batik Blimbing Malang memiliki visi untuk mengenalkan dan melestarikan budaya batik melalui edukasi. Kota Malang memiliki banyak jenjang pendidikan yang dapat menjadi sasaran edukasi budaya batik. Oleh karena itu, Batik Blimbing Malang tidak hanya memproduksi batik untuk dijual, tetapi juga menyelenggarakan pelatihan dan workshop untuk memperkenalkan batik, termasuk proses produksinya. Pelatihan dan workshop dilakukan atas kerja sama dengan berbagai sekolah dan universitas di wilayah Malang.

Terdapat lebih dari sepuluh motif batik khas Malang yang dihasilkan oleh pengrajin lokal, antara lain motif batik Malang Sawat Kembang Pring, Kucecwara, Celaket, Dele Kecer, Kembang Kopi, Teratai Singo, Kembang Juwet, Kembang Jeruk, Kembang Tanjung, Kembang Manggar, Kembang Mayang, dan Kembang Padma atau dikenal sebagai bunga teratai (Hermawati, Anam, Aditya, Anggarani, & Bahri, 2020). Batik Malang memiliki ciri khas berupa Tugu Malang, Topeng Malang, singa, dan bunga teratai sebagai motif utamanya (Latief & Sayatman, 2019)(Nugrahani, Amerieska, Indrawan, Jarnuzi, & Kusmintarti, 2021). Motif-motif ini berasal dari kreativitas dan filosofi lokal yang didasarkan pada sejarah dan keunggulan daerah (Qurrata, Yusida, Sudjarmiko, & Prastiwi, 2021). Batik Blimbing Malang terus berinovasi dengan bekerja sama dengan pengrajin lokal dan beberapa dosen serta mahasiswa universitas untuk melakukan riset dalam menonjolkan ciri khas Malang pada produk batik mereka.

Terlepas dari banyaknya produk batik yang dihasilkan oleh mitra, transaksi jual beli sebagian besar masih dilakukan secara langsung atau melalui aplikasi perpesanan seperti WhatsApp. Promosi dan publikasi hanya melalui media sosial Instagram dan TikTok, yang tidak mampu menjangkau konsumen potensial secara luas. Kegiatan pelatihan dan workshop yang dilakukan mitra untuk mendukung visi Batik Blimbing Malang juga tidak terdokumentasi dengan baik. Akibatnya, banyak konsumen tidak menyadari bahwa Batik Blimbing Malang tidak hanya menjual batik, tetapi juga memperkenalkan budaya batik kepada masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital oleh mitra masih minim, padahal teknologi dapat dioptimalkan untuk promosi dan komunikasi dengan konsumen (Pitoy, Tumbel, & Tielung, 2016). Peningkatan kemampuan teknologi, baik dari sisi proses maupun produk, sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis

(Febrina, 2022).

Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, ditemukan bahwa masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya visibilitas online dan kurangnya dokumentasi yang terstruktur untuk produk dan kegiatan pelatihan. Oleh karena itu, pengembangan website yang dapat mengatasi permasalahan ini dan disertai pelatihan strategi pemasaran digital kepada mitra dianggap sebagai solusi optimal untuk meningkatkan branding dan daya saing usaha. Keunggulan kegiatan pengabdian ini terletak pada pengembangan website bilingual (Indonesia dan Inggris) yang dirancang khusus untuk Batik Blimbing Malang. Fitur bilingual ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar hingga ke audiens internasional dan menyediakan alat dokumentasi digital yang mendukung kegiatan edukasi budaya batik. Dengan adanya solusi berbasis teknologi ini, tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan visibilitas Batik Blimbing Malang secara signifikan dan menguatkan branding mitra dalam pasar lokal dan internasional.

## **2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)**

Pemberdayaan masyarakat sering kali dilakukan melalui upaya teknologi yang mengintegrasikan solusi digital dengan proses edukasi. Pendekatan ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap perencanaan dan implementasi solusi. Pemberdayaan masyarakat dapat berjalan efektif ketika diberikan dukungan berupa teknologi dan pelatihan yang relevan. Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya yang ada, baik berupa produk maupun budaya lokal (Qadisyah, Hasanah, Hanum, & Harahap, 2023). Teknologi digital seperti website dapat berperan penting dalam membantu UKM mempromosikan produk dan memperkuat identitas usaha.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam strategi pemasaran dan pengelolaan bisnis UKM. Teknologi digital, terutama website, memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas usaha di pasar yang lebih luas (Pramudya, Putry, Susanti, Andarini, & Kusumasari, 2024). Pengembangan website memungkinkan UKM untuk menampilkan produk, sejarah, dan profil usaha mereka secara lebih profesional, serta mempermudah komunikasi dengan konsumen. Dalam studi lain, platform knowledge-based website telah dikembangkan untuk membantu UMKM di sektor perikanan guna meningkatkan visibilitas online sehingga calon konsumen dapat memperoleh pengetahuan mengenai berbagai informasi produk yang ditawarkan (Nurkasanah et al., 2023). Teknologi digital terbukti dapat membantu pelaku UKM mengatasi keterbatasan geografis dan membuka akses ke pasar internasional (Khairunisa & Misidawati, 2024)(Saragih, Putriku, Sari, Laia, & Syahputra, 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi dalam pemberdayaan UKM dapat mendorong pertumbuhan bisnis secara signifikan.

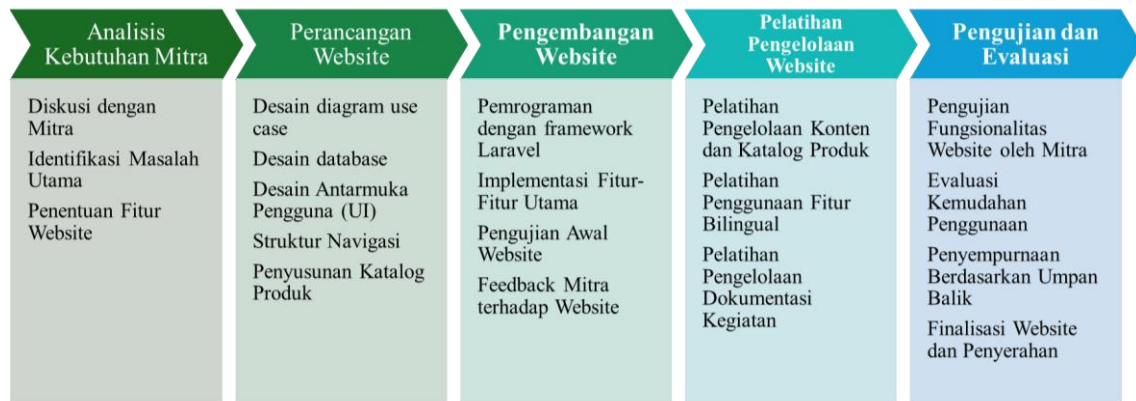
Pelatihan teknologi digital menjadi salah satu cara efektif untuk memberdayakan pelaku usaha kecil (Arumsari, Lailiyah, & Rahayu, 2022). Melalui pelatihan, mereka dapat memahami cara mengelola teknologi secara mandiri, mulai dari pengelolaan konten hingga analisis data pengguna (Chairunnisa, Aira, Rosyid, Rosita, & Hasbullah, 2023). Lebih lanjut, pelatihan digital dapat meningkatkan keterampilan para pengusaha UKM dalam memanfaatkan website dan

platform digital lainnya untuk mempromosikan produk serta meningkatkan penjualan. Pelatihan ini memberikan keterampilan berkelanjutan yang memungkinkan UKM untuk terus berkembang, bahkan setelah kegiatan pengabdian pada masyarakat selesai dilakukan. Selain itu, pelatihan juga membantu mitra untuk lebih siap dalam mengelola teknologi yang lebih kompleks, seperti fitur website bilingual, yang dapat memperluas jangkauan pasar mereka.

Penggunaan website bilingual menjadi strategi penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional (Fau, Hasibuan, & Ramadhani, 2022)(Sariani, El Khairat, Sumira, Miladiyenti, & Baetty, 2024). Fitur bilingual memungkinkan usaha kecil memasarkan produk mereka secara efektif ke audiens yang tidak berbicara bahasa lokal. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, implementasi website bilingual (Indonesia dan Inggris) pada Batik Blimbing Malang dapat membantu usaha ini menjangkau konsumen global, memperkuat branding, dan membangun kepercayaan internasional terhadap produk mereka. Fitur ini juga memberi fleksibilitas bagi pengunjung website untuk mengakses informasi dalam bahasa yang mereka pahami, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

### 3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama lima bulan sejak Maret hingga Agustus 2024, yang terdiri dari beberapa tahapan yang dirancang untuk menyelesaikan permasalahan mitra. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, di mana mitra terlibat aktif dalam setiap tahap pengembangan website dan pelatihan. Diagram alur pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan

#### Analisis Kebutuhan Mitra

Tahap pertama adalah analisis kebutuhan mitra, yang dilakukan melalui diskusi dan observasi langsung di lokasi mitra Batik Blimbing Malang. Dalam tahap ini, tim pengabdian mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait visibilitas online, sistem

dokumentasi, dan kurangnya sarana digital untuk katalog produk. Hasil analisis ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan fitur-fitur utama yang akan dikembangkan dalam website, termasuk profil usaha, katalog produk, dan fitur dokumentasi kegiatan pelatihan. Selain itu, berdasarkan hasil analisis, diputuskan untuk mengimplementasikan website bilingual (Indonesia dan Inggris) guna memperluas jangkauan pasar hingga ke konsumen internasional. Gambar 2 menunjukkan dokumentasi kegiatan analisis kebutuhan mitra yang dilakukan pada tanggal 26 Januari 2024.



Gambar 2. Dokumentasi Analisis Kebutuhan Mitra

### Perancangan Website

Tahap perancangan website dimulai dengan menyusun diagram Use Case, desain database, desain antarmuka pengguna, dan struktur navigasi yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Proses perancangan dilakukan dengan mempertimbangkan kemudahan penggunaan oleh mitra serta pengunjung website. Desain antarmuka dirancang agar responsif dan kompatibel dengan berbagai perangkat, termasuk *desktop* dan *mobile*. Struktur navigasi disusun untuk memudahkan akses ke informasi penting seperti profil usaha, katalog produk, dan dokumentasi kegiatan pelatihan. Pada tahap ini, prototipe desain antarmuka dan alur navigasi ditinjau bersama mitra untuk memastikan bahwa desain tersebut memenuhi kebutuhan bisnis dan branding Batik Blimbing Malang.

### Pengembangan Website

Setelah tahap perancangan selesai, website dikembangkan menggunakan framework Laravel, sebuah framework PHP yang memungkinkan pengembangan aplikasi web dari nol dengan struktur yang efisien dan aman. Laravel dipilih karena fleksibilitasnya dalam mengelola logika bisnis yang kompleks serta kemampuannya untuk mengintegrasikan berbagai fitur dengan mudah, seperti manajemen katalog produk, fitur bilingual, dan dokumentasi multimedia. Implementasi fitur seperti pengelolaan konten dinamis dan integrasi SEO dilakukan untuk memastikan website dapat berfungsi sesuai spesifikasi yang dirancang. Proses pengembangan ini melibatkan beberapa tahapan, seperti pengodean modul-modul utama, pengujian internal untuk



memeriksa fungsionalitas, dan integrasi fitur bilingual. Feedback dari mitra juga diambil selama pengembangan berlangsung untuk memastikan bahwa sistem yang dibangun sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan operasional mereka. Gambar 3 menunjukkan dokumentasi proses pengambilan feedback dari mitra.



Gambar 3. Dokumentasi Proses Pengambilan Feedback dari Mitra

### **Pelatihan Pengelolaan Website**

Setelah website dikembangkan, dilakukan pelatihan kepada mitra mengenai cara mengelola dan memperbarui konten website secara mandiri. Pelatihan ini meliputi pengelolaan katalog produk, dokumentasi kegiatan pelatihan, dan penggunaan fitur bilingual. Metode pelatihan yang digunakan bersifat praktis dan partisipatif, di mana mitra diberi kesempatan untuk langsung mempraktikkan pengelolaan website dengan bimbingan dari tim pengabdian. Dengan pelatihan ini, diharapkan mitra dapat memelihara dan memperbarui website secara mandiri. Dokumentasi kegiatan pelatihan pengelolaan website ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Dokumentasi Pelatihan Pengelolaan Website

### **Pengujian dan Evaluasi**

Tahap akhir dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pengujian dan evaluasi website yang telah dikembangkan. Pengujian dilakukan untuk

memastikan bahwa semua fitur, terutama fitur bilingual dan katalog online, berfungsi dengan baik. Evaluasi dilakukan berdasarkan umpan balik dari mitra terkait kemudahan penggunaan website dan efektivitas pelatihan yang telah diberikan. Setelah evaluasi selesai, dilakukan perbaikan dan penyempurnaan website sesuai dengan kebutuhan dan masukan dari mitra.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)

Setelah tahapan kegiatan dilakukan, mulai dari diskusi penggalian kebutuhan mitra hingga implementasi dan evaluasi website yang dikembangkan, diperoleh hasil yang mencakup pengembangan website, pelatihan pengelolaan website, serta umpan balik dan tingkat kepuasan mitra.

##### Hasil Pengembangan Website

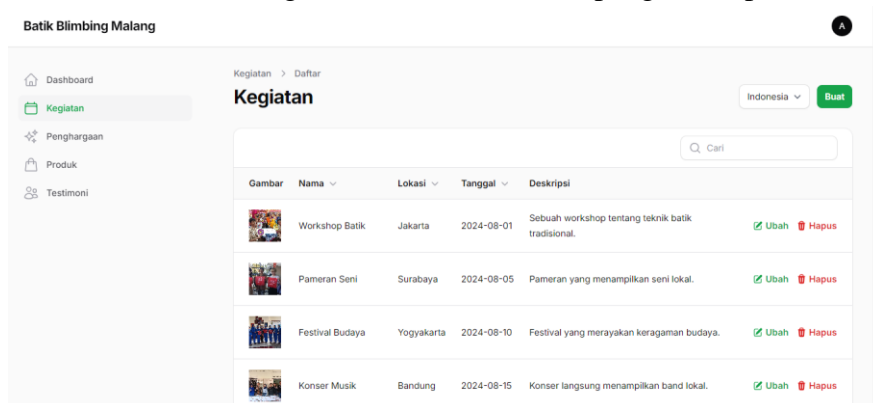
Kegiatan pengembangan website Batik Blimbing Malang dimulai dengan tahap analisis kebutuhan mitra. Setelah dilakukan diskusi dan wawancara dengan mitra, teridentifikasi bahwa mitra membutuhkan platform digital yang dapat memperbaiki visibilitas online mereka dan mendokumentasikan produk serta kegiatan pelatihan secara terstruktur. Berdasarkan analisis tersebut, website yang dibangun memiliki beberapa fitur utama, yaitu profil usaha, katalog produk batik, dan dokumentasi kegiatan pelatihan. Selain itu, fitur bilingual (Indonesia dan Inggris) diintegrasikan agar Batik Blimbing Malang dapat menjangkau konsumen internasional. Proses pengembangan ini dilakukan menggunakan framework Laravel yang memungkinkan fleksibilitas dan keamanan tinggi dalam pengelolaan konten dinamis. Gambar 5 menunjukkan tampilan halaman website untuk pengunjung.



Gambar 5. Tampilan Halaman Website untuk Pengunjung

Pengunjung dapat mengakses semua informasi dari Batik Blimbing Malang dalam satu halaman website, dengan bantuan navigasi berupa menu di bagian atas halaman website. Pada halaman ini, informasi yang dapat diakses pengunjung meliputi profil, kegiatan, penghargaan. Sementara itu, mitra dapat mengelola konten website pada halaman yang berbeda, dengan mengakses website sebagai admin seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6. Mitra dapat mengelola konten website, termasuk menambah atau menghapus informasi baru berkaitan dengan

katalog produk dan dokumentasi kegiatan, serta melakukan pengaturan pada fitur bilingual.



Gambar 6. Tampilan Halaman Website untuk Admin (Mitra)

### Hasil Pelatihan Pengelolaan Website

Pelatihan yang diberikan kepada mitra bertujuan untuk memastikan bahwa mitra dapat mengelola dan memperbarui konten website secara mandiri. Pelatihan ini mencakup beberapa materi utama, seperti pengelolaan katalog produk, pengunggahan dokumentasi multimedia (foto dan video pelatihan), serta penggunaan fitur bilingual untuk mengoptimalkan komunikasi dengan konsumen internasional. Berdasarkan survei yang dilakukan pasca-pelatihan, mitra menyatakan telah memahami cara mengelola konten dan merasa lebih percaya diri dalam menggunakan fitur-fitur website yang dikembangkan. Peningkatan keterampilan ini diharapkan dapat meningkatkan kemandirian mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

### Umpan Balik dan Tingkat Kepuasan Mitra

Berdasarkan umpan balik dari mitra, seluruh kebutuhan yang telah diidentifikasi sebelumnya telah terpenuhi dengan baik melalui pengembangan website. Mitra menyampaikan bahwa website yang dibangun mudah digunakan, terutama dalam pengelolaan katalog produk dan dokumentasi kegiatan. Selain itu, mitra juga merasa bahwa fitur-fitur yang diimplementasikan sesuai dengan ekspektasi mereka dalam hal fungsionalitas dan kemudahan pengoperasian. Sebelumnya, mitra memberikan saran untuk meningkatkan desain tampilan website agar lebih menarik dan selaras dengan identitas Batik Blimbing Malang, khususnya tema yang sesuai dengan logo usaha. Saran tersebut telah diimplementasikan dalam desain terbaru, dan mitra menyatakan kepuasan terhadap hasil akhirnya, karena desain yang lebih estetik diharapkan mampu menarik lebih banyak pengunjung dan memperkuat branding mereka.

Setelah serangkaian tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, tim pengabdian melakukan survei tingkat kepuasan mitra terhadap hasil kegiatan. Tabel 1 menunjukkan hasil tingkat kepuasan mitra.



Tabel 1. Tingkat Kepuasan Mitra

No	Aspek Penilaian	Tingkat Kepuasan (Skala 1-4)
1	Solusi atas masalah mitra	4 / 4
2	Bantuan aktif dari tim	4 / 4
3	Frekuensi pendampingan	4 / 4
4	Peningkatan kemandirian / keterampilan	3 / 4
5	Kepuasan keseluruhan	4 / 4

## 5. KESIMPULAN (*Conclusions*)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mengatasi permasalahan mitra Batik Blimbing Malang terkait visibilitas online dan pengelolaan katalog produk dengan pengembangan website berbasis Laravel yang dilengkapi fitur bilingual. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa mitra mampu mengelola website secara mandiri, termasuk memperbarui konten katalog dan mendokumentasikan kegiatan pelatihan. Evaluasi fungsionalitas website menunjukkan kinerja yang baik, dengan tingkat kepuasan mitra yang tinggi, terutama dalam kemudahan penggunaan dan pengelolaan konten. Selain itu, masukan mengenai peningkatan desain tampilan website telah diimplementasikan sesuai harapan mitra, menghasilkan tampilan yang lebih menarik dan estetis. Secara keseluruhan, pengembangan website ini memberikan solusi yang efektif bagi mitra dalam meningkatkan branding dan operasional usaha mereka secara digital.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH (*Acknowledgement*)

Kegiatan ini didukung oleh pendanaan dari Politeknik Negeri Malang melalui skema hibah pengabdian kepada masyarakat. Kami mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang atas dukungan yang diberikan kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Kami juga menyampaikan rasa terima kasih dan apresiasi kepada mitra kami, Batik Blimbing Malang, atas kerjasama, partisipasi, serta keterbukaannya selama proses pengembangan website dan pelatihan.

## 7. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Chairunnisa, F., Aira, D. M. F., Rosyid, G. Y., Rosita, S., & Hasbullah, H. (2023). Pelatihan Pembuatan Konten dan Digital Marketing Produk UMKM di Kecamatan Palayangan. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 5(3), 77–81.
- Fau, A., Hasibuan, N. A., & Ramadhani, P. (2022). Rekacipta Website Bilingual Desa Mangga II

- Sebagai Media Publikasi Kegiatan Desa dan Promosi Potensi Desa. *TAAWUN*, 2(2), 187–193. Retrieved from <https://journal.stitaf.ac.id/index.php/taawun>.
- Febrina, R. (2022). Persaingan Usaha pada Era Digital Menurut Persepektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Karya Ilmiah Multidisiplin (JURKIM)*, 2(1), 121–127.
- Hermawati, A., Anam, C., Aditya, C., Anggarani, D., & Bahri, S. (2020). Maksimalisasi Kapasitas Produksi Dan Kualitas Batik Melalui Implementasi Canting Elektrik Pada Industri Rumah Tangga Batik Di Kelurahan Merjosari Malang. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 40–57.
- Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 184–190.
- Latief, N. D., & Sayatman. (2019). Eksplorasi Desain Motif Baru Batik Kota Malang. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(2), F288–F293.
- Nugrahani, N., Amerieska, S., Indrawan, A. K., Jarnuzi, A., & Kusmintarti, A. (2021). PELATIHAN MANAJEMEN USAHA UKM BATIK MALANGAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (J-ABDIMAS)*, 8(2), 99–103.
- Nurkasanah, I., Alami, Q. S., Er, M., Indraswari, R., Wibowo, R. P., & Lakoro, R. (2023). Platform Knowledge-Based Website untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM di Sektor Perikanan. *Sewagati*, 7(3), 306–318. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.482>
- Pitoy, C. V., Tumbel, A., & Tielung, M. (2016). Analisis strategi bersaing dalam persaingan usaha bisnis document solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, Tbk Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 302–312.
- Pramudya, D. R., Putry, S. C., Susanti, K. Y., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Bisnis UMKM. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 69–73. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Qadisyah, M., Hasanah, A., Hanum, H., & Harahap, N. (2023). Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Deli Serdang. *Maninvest: Jurnal Manajemen, Ekonomi, Kewirausahaan, Dan Investasi*, 1(2), 159–168. <https://doi.org/10.37832/maninvest.v1i2.58>
- Qurrata, V. A., Yusida, E., Sudjatmiko, S., & Prastiwi, L. F. (2021). Pengembangan Industri UMKM Batik Khas Kabupaten Malang melalui Digitalisasi Marketing Mix dan Teknologi. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 347–357. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.4978>
- Saragih, L. S., Putriku, A. E., Sari, S. D., Laia, Y. N., & Syahputra, Y. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>
- Sariani, S., El Khairat, M., Sumira, S., Miladiyenti, F., & Baetty, B. (2024). UMKM Go-International: Pembuatan Video Profil Bilingual Sebagai Branded-Content Silvia Piobang Handycraft. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 11(2), 170–177.