

Peningkatan Kreativitas Rumah Produksi Batik Blimbing Malang Dalam Upaya Pelestarian Akulturasi Budaya Tionghoa-Indonesia

Dhatu Sitaresmi¹⁾ | Bitu Parga Zen²⁾ | Purnomo³⁾

^{1,2,3)}Universitas Ma Chung

dhatu.sitaresmi@machung.ac.id | bitu.parga@machung.ac.id | pur.nomo@machung.ac.id |

Abstrak: Rumah Produksi Batik Blimbing Malang merupakan satu-satunya kelompok pengrajin batik di Malang yang mengangkat perpaduan budaya Tionghoa-Indonesia dalam motifnya. Sebagai warisan budaya yang relevan dengan upaya memperkuat hubungan ekonomi Indonesia-Tiongkok, batik akulturasi ini memiliki nilai jual dan daya tarik budaya yang khas. Namun, mitra menghadapi kendala keterbatasan kreativitas desain, inovasi produk, efisiensi produksi akibat peralatan usang, dan jangkauan pemasaran yang masih terbatas pada pasar lokal dengan metode konvensional. Program dilaksanakan melalui lima siklus pendampingan yang meliputi: sosialisasi program, pelatihan kreativitas motif batik naga dan karakter 福, pengadaan peralatan produksi modern, pengembangan platform e-commerce berbasis kecerdasan buatan, dan evaluasi berkelanjutan dengan monitoring partisipatif. dengan melibatkan 11 anggota IKM dan 30 responden evaluasi. Program berhasil mengembangkan motif batik baru yang memadukan unsur budaya Tiongkok naga, karakter 福 dengan ikon lokal Malang Tugu dan Topeng. Evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek kreativitas dan daya saing 2,5 menjadi 4,5, peralatan produksi 2,0 menjadi 4,2, pemasaran dan pasar 2,3 menjadi 4,6, serta pengetahuan dan keterampilan pengrajin 2,8 menjadi 4,7. Program memberikan dampak nyata berupa peningkatan efisiensi produksi melalui teknologi modern, dan perluasan akses pasar melalui platform digital terintegrasi. Batik blimbing memperoleh keterampilan baru dalam mengoperasikan peralatan modern dan strategi pemasaran digital yang berkontribusi pada peningkatan daya saing industri kreatif serta stabilitas ekonomi pengrajin. PKM berhasil memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan mitra melalui pendekatan holistik yang menggabungkan pelestarian budaya akulturasi, inovasi teknologi produksi, dan pemberdayaan ekonomi digital. Program ini dapat menjadi model pengembangan batik dengan nilai budaya multikultural untuk meningkatkan daya saing di era digital.

Kata Kunci: kata kunci; Batik akulturasi, Budaya Tionghoa-Indonesia, PKM, Industri kreatif, E-commerce

Pendahuluan

Batik merupakan salah satu warisan budaya leluhur Indonesia yang diakui oleh United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (UNESCO, 2009). Batik memiliki ragam corak dan ciri khas di berbagai wilayah, salah satunya adalah Batik Blimbing Malang (Hidayat & others, 2020). Batik Blimbing terinspirasi oleh beragam kekayaan budaya yang terdapat di Malang. Oleh karena itu, Batik Blimbing kental dengan budaya Malangan. Kerajinan yang dibuat oleh rumah produksi Batik Blimbing berupa baju, tas, cardigan hingga dompet. Semua produk dibuat secara manual oleh para pengrajin batik setempat. Proses pembuatan batik ini tidak jauh berbeda dengan batik biasanya, yaitu menggunakan cap atau tulis (Widayat & others, 2023) (Indiani & others, 2025). Namun, untuk

mempertahankan daya saing di pasaran, Batik Blimbing mulai membuat motif batik yang berbeda dengan batik dari daerah lainnya, yaitu batik dengan motif khas Tiongkok. Motif batik khas Tiongkok ini terinspirasi dari perpaduan antara budaya Tiongkok dan Indonesia (Wijaya & others, 2025). Selain itu Batik Motif khas Tiongkok ini mendukung kerjasama antara Indonesia-Tiongkok dalam hal Penguatan Kerja Sama Ekonomi Biru (Arifah et al., 2023; Lesmana, 2025; Salah & others, 2024). Ciri khas dari motif batik khas Tiongkok yang diproduksi oleh Batik Blimbing ini adalah warnanya yang cerah serta adanya motif naga, yang merupakan makhluk legenda dalam mitos rakyat Tiongkok. Rumah produksi Batik Blimbing merupakan satu-satunya kelompok pengrajin batik di Malang yang mengangkat perpaduan budaya Tionghoa-Indonesia dalam produknya (Basiroen & others, 2025; Kholifah & others, 2023). Hal ini menjadi daya tarik unik tersendiri dan dapat menarik minat konsumen dari berbagai kalangan. Kerajinan batik yang diproduksi oleh Rumah Produksi Batik Blimbing, Rumah Produksi Batik Blimbing Malang merupakan usaha rumahan dengan jumlah anggota sebanyak 11 orang, diantaranya 4 orang merupakan pegawai tetap dan 7 orang pegawai lepas. Dalam memproduksi kerajinan batik, rumah produksi Batik Blimbing tetap mempertahankan metode tradisional, yaitu dengan menggunakan canting. Dengan mempertahankan produksi batik tulis, rumah produksi Batik Blimbing berkontribusi dalam memberdayakan masyarakat sekitar. Usaha ini membantu menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian komunitasnya (Mekarsari & others, 2020; Rahayuningtyas et al., 2024; Wiyarti, 2025; Woelandhary, 2024). Permasalahan dalam usaha batik tulis yang dialami Rumah Produksi Batik Blimbing dirangkum menjadi empat aspek utama, yaitu Daya Saing, Peralatan, Pemasaran, dan Pengetahuan mulai dari persaingan ketat dengan batik cetak yang lebih murah dan lebih cepat diproduksi, keterbatasan alat tradisional dan minimnya inovasi dalam proses produksi menjadi tantangan dalam meningkatkan efisiensi kerja. dan Pengetahuan: Peminat batik Tiongkok yang tinggi namun kurangnya akses terhadap pelatihan mengenai gambar batik khas Tiongkok dan pengembangan keterampilan membatik serta pengetahuan tentang budaya Tiongkok yang menjadi hambatan dalam meningkatkan kreativitas dan kualitas produk (Hardiyansyah & Zen, 2023; Parga Zen & Gustalika, 2021)

Selain permasalahan tersebut, urgensi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini juga didorong oleh kondisi usaha yang mulai mengalami penurunan omzet penjualan akibat kurangnya inovasi pada desain dan motif batik yang dihasilkan. Proses produksi yang masih dilakukan secara manual tanpa dukungan teknologi modern juga menyebabkan waktu pengerjaan menjadi lebih lama dibandingkan dengan batik cetak, sehingga berdampak pada keterlambatan pemenuhan permintaan pasar. Di sisi lain, strategi pemasaran yang masih terbatas pada penggunaan aplikasi WhatsApp membuat jangkauan promosi Batik Blimbing belum optimal. Keterbatasan dalam pemanfaatan media digital menyebabkan produk batik yang memiliki nilai budaya tinggi ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat di luar wilayah Malang. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menjadi penting untuk membantu rumah produksi Batik Blimbing dalam melakukan inovasi produk, efisiensi proses produksi, serta perluasan strategi pemasaran berbasis digital agar dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Realisasi Kegiatan

Tahap Persiapan

Kegiatan hibah pengabdian ini dilaksanakan selama lima bulan, dimulai pada bulan Juli hingga Desember, dengan lokasi kegiatan di Jl. Candi Jago No. 6, Blimbing, Malang. Dalam pelaksanaan program, setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik. Anggota 1 bertugas merancang desain produksi, mendesain kemasan (packaging), serta membuat rancangan aplikasi berbasis website yang mencakup analisis kebutuhan mitra, pembuatan modul penggunaan aplikasi, hingga penyusunan laporan evaluasi di akhir kegiatan. Sementara itu, anggota 2 berperan dalam merancang alat tepat guna berupa canting elektrik yang dapat digunakan untuk batik tulis dan batik cap, membantu ketua dalam menyusun konsep kegiatan dan analisis kebutuhan mitra, serta turut berkontribusi dalam penyusunan draf publikasi dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Tahap awal kegiatan diawali dengan identifikasi dan pemetaan aset yang dimiliki oleh Rumah Produksi Batik Blimbing Malang, seperti keterampilan membatik tradisional, kreativitas pengrajin

lokal, serta potensi budaya yang menjadi ciri khas produk batik. Kegiatan ini dilanjutkan dengan sosialisasi dan diskusi bersama mitra untuk menggali kekuatan internal yang telah ada sekaligus memperkenalkan tujuan program, manfaat yang akan diperoleh, dan strategi pelaksanaan yang dirancang. Dalam sesi ini, tim memaparkan pentingnya inovasi desain dan diversifikasi produk guna meningkatkan daya saing, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi mitra dalam proses produksi, terutama terkait penggunaan alat dan bahan. Selain itu, tim juga memperkenalkan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* agar produk Batik Blimbing dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang menekankan pada proses *discovering and mapping community assets* sebagai dasar pengembangan program berbasis potensi lokal.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, seluruh kegiatan difokuskan untuk memperkuat aset yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Upaya penguatan tersebut diwujudkan melalui pengembangan desain batik baru, inovasi peralatan produksi seperti canting elektrik, serta pelatihan penggunaan aplikasi berbasis *website* guna meningkatkan kemampuan dan daya saing para pengrajin. Kegiatan ini sejalan dengan prinsip *Asset-Based Community Development* (ABCD), yaitu *mobilizing and connecting assets*, yang menekankan pentingnya menghubungkan potensi individu, teknologi, dan jejaring sosial agar tercipta perubahan yang berkelanjutan dari dalam komunitas itu sendiri.

Sebagai bagian dari implementasi kegiatan, tim pelaksana juga menyerahkan bantuan peralatan batik kepada IKM Batik Blimbing di Malang sebagai bentuk dukungan nyata terhadap peningkatan kapasitas produksi mitra. Bantuan tersebut meliputi canting elektrik, kompor listrik, kain, serta berbagai bahan pendukung lainnya yang digunakan untuk menunjang proses pembuatan batik. Melalui bantuan dan pendampingan ini, diharapkan proses produksi menjadi lebih efisien, kualitas hasil batik semakin meningkat, dan keberlanjutan usaha batik berbasis kearifan lokal di Rumah Produksi Batik Blimbing dapat terus terjaga.



Gambar 1. Penyerahan bantuan peralatan batik

Selanjutnya, dalam kunjungan lapangan berikutnya, tim pelaksana memperkenalkan filosofi dan makna simbolik dari motif khas Tiongkok yang dapat diadaptasi ke dalam karya batik. Salah satunya adalah karakter 福 (fu), yang melambangkan keberuntungan, serta motif naga yang merepresentasikan kekuatan, kebijaksanaan, dan kejayaan. Motif-motif tersebut dikenal sebagai simbol keberuntungan, kemakmuran, dan keharmonisan hidup dalam budaya Tiongkok. Adaptasi elemen budaya ini diharapkan mampu menjadi sumber inspirasi bagi para pengrajin untuk menciptakan variasi desain batik yang lebih unik, inovatif, dan bernilai budaya tinggi. Dalam praktiknya, karakter 福

digunakan sebagai motif batik cap, sedangkan motif naga diterapkan pada batik tulis, sehingga keduanya memberikan identitas visual yang khas pada masing-masing teknik pembatikan.



Gambar 2. Pengenalan Motif Batik Khas Tiongkok

Pada tahap berikutnya, para pengrajin berkesempatan untuk mencoba langsung penggunaan canting elektrik dalam proses membatik. Dengan pendampingan dari tim pelaksana, mereka mempelajari cara mengatur suhu dan menjaga kestabilan aliran malam agar pola yang dihasilkan tetap rapi dan halus. Penggunaan canting elektrik ini memberikan pengalaman baru bagi pengrajin karena lebih praktis dan efisien dibandingkan canting tradisional yang menggunakan api sebagai sumber panas. Melalui kegiatan praktik ini, para pengrajin diharapkan dapat beradaptasi dengan teknologi baru yang mampu meningkatkan produktivitas tanpa menghilangkan sentuhan artistik dan nilai tradisional dalam setiap karya batik Blimbing.



Gambar 3. Proses Membatik Dengan Canting Listrik

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan dampak program terhadap peningkatan kapasitas mitra. Tim pelaksana melakukan survei melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert 1–5, di

mana skor 1 menunjukkan tingkat ketidaksetujuan terendah dan skor 5 menunjukkan tingkat persetujuan tertinggi. Instrumen evaluasi ini mencakup empat kategori utama, yaitu Kreativitas & Daya Saing, Peralatan Produksi, Pemasaran & Pasar, serta Pengetahuan & Keterampilan. Kuesioner tersebut disebarakan kepada enam kelompok responden yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan, yakni pemilik IKM Rumah Produksi Batik Blimbing Malang, pekerja tetap, pekerja lepas, pelatih atau pendamping kegiatan, pelanggan tetap, serta pemerhati budaya.

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di IKM Batik Blimbing Malang menunjukkan berbagai ketercapaian penting, terutama dalam aspek peningkatan kualitas produk. Mitra berhasil mengembangkan inovasi motif batik baru yang memadukan unsur budaya Tionghoa dan Indonesia. Inovasi tersebut diwujudkan melalui desain motif naga dan karakter 福 (fu, yang bermakna keberuntungan) yang dipadukan dengan ikon lokal seperti Tugu Malang dan Topeng Malangan. Perpaduan ini tidak hanya memperkaya nilai estetika dan filosofi batik, tetapi juga memperkuat identitas Batik Blimbing sebagai produk kreatif yang merepresentasikan harmoni budaya. Selain inovasi motif, tim pengabdian turut mendukung peningkatan kualitas produksi dengan menyediakan bahan serta peralatan pendukung, seperti kompor gas portable, gas kaleng, canting, kompor listrik, dan canting elektrik. Pengadaan peralatan ini bertujuan untuk memperlancar proses produksi, meningkatkan efisiensi kerja, serta menghasilkan batik dengan kualitas yang lebih konsisten.



Gambar 4. Perpaduan Batik Motif Bunga Peony (Tionghok) Dengan Anggrek (Indonesia)



Gambar 5. Batik Encim

Batik hasil inovasi tersebut menampilkan ciri khas gaya batik pesisir dengan sentuhan budaya Peranakan Tionghoa yang kuat. Motif-motif yang dihasilkan menyerupai karakter batik encim dengan pola dan warna yang cerah, menggambarkan semangat keterbukaan dan perpaduan budaya. Kehadiran unsur Tionghoa dalam desain batik ini tidak menghilangkan identitas lokal, melainkan memperkaya makna dan daya tariknya. Kolaborasi antara nilai tradisi Betawi–Peranakan dan elemen khas Malang menunjukkan bahwa Batik Blimbing mampu beradaptasi dengan selera pasar tanpa meninggalkan akar budayanya. Hal ini menjadi salah satu wujud konkret penerapan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), di mana potensi budaya lokal dihubungkan dengan kreativitas masyarakat untuk menciptakan inovasi berkelanjutan.



Gambar 6. Batik Pesisir Encim dan Batik Keraton Budaya Tionghoa-Indonesia

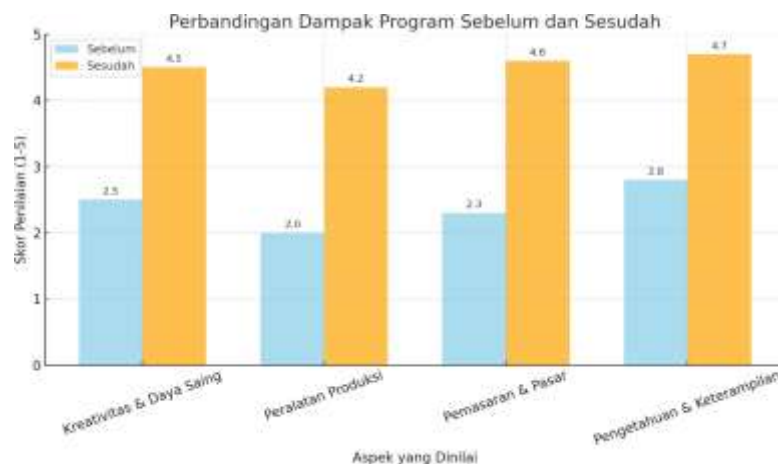
Pada aspek pemasaran, tim pengabdian berhasil mengembangkan *website e-commerce* berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) yang berfungsi sebagai sarana promosi dan penjualan daring. Platform digital ini dilengkapi dengan fitur analitik untuk mengidentifikasi asal wilayah konsumen yang membeli produk Batik Blimbing. Melalui fitur tersebut, mitra memperoleh data akurat

mengenai persebaran pasar, sehingga strategi pemasaran dapat disusun secara lebih tepat sasaran. Kehadiran teknologi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan penjualan, dan memperkuat daya saing Batik Blimbing di era transformasi digital.



Gambar 7. Tangkapan Layar Situs Web Batik Blimbing Malang

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada para pelaku IKM Batik Blimbing, diperoleh bukti kuantitatif bahwa kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kinerja mitra.



Gambar 8. Grafik Dampak Sebelum dan Sesudah Program

Nilai rata-rata pada aspek kreativitas dan daya saing meningkat dari 2,5 menjadi 4,5, atau mengalami kenaikan sebesar 80%. Peningkatan ini menunjukkan adanya perkembangan signifikan dalam kemampuan inovatif para pengrajin Batik Blimbing, yang berhasil mengembangkan motif batik baru berbasis akulturasi budaya Tionghoa-Indonesia. Inovasi tersebut diwujudkan melalui perpaduan unsur naga dan Tugu Malang sebagai representasi simbolik harmoni budaya dan identitas lokal. Kehadiran motif ini tidak hanya memperkaya nilai estetika dan filosofi produk batik, tetapi juga memperkuat citra Batik Blimbing sebagai produk kreatif yang berakar pada kearifan budaya sekaligus terbuka terhadap pengaruh lintas budaya. Peningkatan kreativitas tersebut turut memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi IKM Rumah Produksi Batik Blimbing Malang. Motif batik yang unik dan memiliki nilai filosofis tinggi mampu menarik minat konsumen baru, baik dari kalangan lokal maupun wisatawan, sehingga memperluas jangkauan pasar. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan daya

saing dan potensi pendapatan pengrajin, karena produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Selain itu, peningkatan signifikan juga terjadi pada kategori peralatan produksi. Nilai rata-rata pada aspek ini naik dari 2,0 menjadi 4,2, dengan kenaikan sebesar 110%. Faktor utama yang mendorong peningkatan ini adalah pemasangan peralatan modern berupa kompor listrik dan canting elektrik yang mampu mempercepat proses pewarnaan serta menjaga kestabilan suhu lilin saat membatik. Penggunaan peralatan ini terbukti membantu pengrajin dalam menghasilkan kualitas warna yang lebih konsisten dan efisien dari segi waktu, sehingga proses produksi menjadi lebih optimal. Dari sisi ekonomi, peningkatan efisiensi produksi membawa dampak langsung terhadap kapasitas dan produktivitas usaha. Waktu produksi yang lebih singkat memungkinkan pengrajin menghasilkan lebih banyak produk dalam periode yang sama, sehingga meningkatkan volume penjualan dan potensi pendapatan.

Selanjutnya, pada kategori pemasaran dan pasar juga mengalami peningkatan yang cukup besar, yakni dari 2,3 menjadi 4,6 atau sebesar 100%. Kenaikan ini dipengaruhi oleh pemanfaatan platform e-commerce sebagai media pemasaran digital. Melalui e-commerce, produk batik dari IKM Blimbing kini dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Strategi digital marketing yang diterapkan membantu memperkenalkan produk kepada konsumen baru serta memperkuat citra merek batik sebagai produk budaya yang memiliki nilai estetika tinggi. Secara sosial, peningkatan pada aspek pemasaran dan pasar menunjukkan adanya transformasi dalam cara pengrajin Batik Blimbing berinteraksi dengan konsumen dan lingkungan bisnis modern. Pemanfaatan platform e-commerce membuat para pengrajin lebih melek teknologi dan terbuka terhadap perkembangan era digital. Secara ekonomi, peningkatan ini membawa dampak signifikan terhadap perluasan pasar dan potensi pendapatan. Melalui e-commerce, penjualan tidak lagi terbatas pada wilayah sekitar, tetapi menjangkau konsumen dari berbagai daerah bahkan lintas provinsi. Hal ini menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan omzet dan keberlanjutan usaha.

Adapun pada kategori pengetahuan dan keterampilan, terjadi peningkatan dari 2,8 menjadi 4,7, atau sebesar 67.9%. Peningkatan ini disebabkan oleh kegiatan pelatihan dan pendampingan intensif yang diberikan oleh tim pelaksana, mencakup teknik pewarnaan modern, manajemen produksi, dan strategi promosi digital. Melalui kegiatan tersebut, para pengrajin memperoleh wawasan baru serta keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif saat ini. Dengan meningkatnya kompetensi sumber daya manusia, IKM Batik Blimbing kini memiliki fondasi yang lebih kuat untuk berinovasi dan bersaing di tengah dinamika pasar yang terus berkembang. Secara sosial, peningkatan ini mencerminkan pemberdayaan komunitas pengrajin Batik Blimbing yang kini lebih percaya diri, mandiri, dan kreatif dalam berkarya. Secara ekonomi, keterampilan yang lebih baik berdampak pada peningkatan kualitas dan efisiensi produksi, sehingga menambah nilai jual serta memperluas pasar. Dengan demikian, peningkatan kompetensi ini tidak hanya memperkuat daya saing Batik Blimbing, tetapi juga menjadi fondasi bagi keberlanjutan usaha dan kesejahteraan pengrajinnya.

Kesimpulan

Untuk menjaga dan memperluas dampak positif program ini, disarankan adanya langkah keberlanjutan yang mencakup kolaborasi lanjutan antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku industri kreatif guna memperkuat ekosistem pendukung pengrajin batik, baik dalam aspek inovasi, promosi, maupun distribusi produk. Selain itu, perlu dilakukan pelatihan lanjutan secara berkala, terutama dalam pengembangan desain digital, manajemen keuangan usaha, dan strategi ekspor agar kompetensi pengrajin terus berkembang mengikuti dinamika pasar global. Kegiatan monitoring dan evaluasi berkelanjutan juga penting dilakukan untuk memantau kemajuan mitra pasca-program, mengidentifikasi tantangan baru, serta memberikan pendampingan teknis sesuai kebutuhan. Di sisi lain, peningkatan integrasi digital melalui optimalisasi website e-commerce, dengan penambahan fitur pemasaran otomatis dan konten promosi multibahasa, diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar hingga tingkat internasional.

Kegiatan ini memberikan kontribusi penting sebagai model replikasi bagi pengembangan industri kreatif di daerah lain. Pendekatan berbasis kolaborasi, digitalisasi, dan pelatihan berkelanjutan

yang diterapkan di IKM Batik Blimbing dapat dijadikan contoh praktik baik (*best practice*) bagi program pemberdayaan masyarakat di sektor kerajinan tradisional. Dengan mengintegrasikan inovasi teknologi dan pelestarian nilai budaya lokal, program ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas ekonomi dapat berjalan seiring dengan penguatan identitas sosial dan budaya masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Berterima kasih kepada Kemdiktisaintek yang telah mendanai, LPPM Universitas Ma Chung yang telah mensupport kegiatan ini semoga kegiatan ini terus berlanjut dan berdampak terhadap UMKM di Kota Malang

Daftar Pustaka

- Arifah, D. C., Hadi, H. K., Kharisma, F., & Purwohandoko, P. (2023). Peningkatan Pangsa Pasar UMKM Batik melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Web. *International Journal of Community Service Learning*, 7(1). <https://doi.org/10.23887/ijcs.v7i1.52389>
- Basiroen, V. J., & others. (2025). Batik Lasem motifs dataset: Gunung Ringgit, Kricak, Latohan, Nyuk Pitu, and Seritan. *Data in Brief*. DOI:10.1016/j.dib.2025.111866
- Hardiyansyah, A., & Zen, B. P. (2023). DESIGN AND BUILD COMPANY PROFILE WEBSITE BAGASKARA ART STORE WONOSOBO. *JDMSI*, 4(1), 46–59. DOI : 10.33365/jdmsi.v4i1.2659
- Hidayat, N., & others. (2020). Potensi Limbah Cair Batik sebagai Sumber Bioenergi melalui Proses Anaerobik. *Agriotech*. <https://doi.org/10.22146/agritech.54099>
- Indiani, N. L. P., & others. (2025). Unlocking e-commerce potential in SMEs: an integrative review. *Humanities & Social Sciences Communications*. DOI: 10.1057/s41599-025-04952-3
- Kholifah, N., & others. (2023). The Transformation of Batik in the 4.0 Industry Revolution. *TEM Journal*, 12(1), 140–146. <https://doi.org/10.18421/TEM121-19>
- Lesmana, M. (2025). The Impact of E-commerce Platform Usage on the Economic Benefits of SMEs in Indonesia During the Pandemic. *Priviet Social Science Journal*. DOI: <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i9.660>
- Mekarsari, Y., & others. (2020). Transformation of Chinese Entrepreneurs in Lasem Batik Industry. *Simulacra*, 3(2), 179–196. DOI: <https://doi.org/10.21107/sml.v3i2.7366>
- Parga Zen, B., & Gustalika, M. A. (2021). Pelatihan Desain Grafis Photoshop dan Coreldraw di Korem 071 Wijayakusuma guna Meningkatkan Kemampuan Desain Grafis bagi para Anggota TNI. *Dedikasi Sains Dan Teknologi*, 1(1), 5–12. <https://doi.org/10.47709/dst.v1i1.952>
- Rahayuningtyas, P., Andarwulan, T., & Endrayanto, N. (2024). Cultural and Philosophical Insights into Chinese Acculturation in Javanese Batik. *Kusa Lawa*, 4(2). <https://kusalawa.ub.ac.id/index.php/kusalawa/article/view/89/106>
- Salah, O. H., & others. (2024). E-commerce adoption by SMEs and its effect on marketing performance. *Journal of Innovation & Knowledge*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853123002858>
- UNESCO. (2009). *Indonesian Batik (Intangible Cultural Heritage)*. <https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170>
- Widayat, & others. (2023). Motif Batik Indramayu sebagai Bentuk Strategi Akulturasi Budaya Tiongkok. *Journal of Indonesian Culture and Communication (JICC)*. DOI: <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i2.27738>
- Wijaya, L. I., & others. (2025). Scope of E-commerce use, innovation capability, and MSME performance. *Journal of Innovation & Knowledge*. DOI:10.1016/j.joitmc.2024.100459
- Wiyarti, E. S. (2025). Batik Indonesia MSMEs in the Digital Era. *Journal of Business and Entrepreneurship*. DOI: <https://doi.org/10.46273/f7gpnn36>
- Woelandhary, A. D. (2024). Evolution of Batik Culture in Indonesia. *ISVS E-Journal of Architecture and Built Environment*. <https://doi.org/10.61275/ISVSej-2024-11-08-06>