

BATIK LASEM GO DIGITAL: PENGUATAN MANAJEMEN USAHA DAN INOVASI PEMASARAN PRODUK UNGGULAN DAERAH

Dian Anita Sari ¹⁾, A. Aviv Mahmudi²⁾, Muhammad Choiru Zulfa³⁾, Chendy Mahendra⁴⁾, Rizal Sebastian⁵⁾, Anggisca Yofiananda Putri⁶⁾

^{1,6}Program Studi Manajemen, Universitas YPPI Rembang

^{2,4,5}Program Studi Sistem Informasi, Universitas YPPI Rembang

³Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Nadhatul Ulama Jepara

Jalan Raya Rembang-Pamotan KM.4, Clangapan, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah

*Email: dian.soekamto@gmail.com

Abstract

Batik Tulis Lasem is a leading local product of Rembang Regency that holds significant historical and economic value. However, it faces challenges in business management, production, and marketing aspects. Most small and medium enterprises (SMEs) still rely on traditional techniques, lack professional management practices, and use manual financial recording systems. This Community Service Program (PKM) aims to strengthen partner capacities through the implementation of digital business management, digital batik design, and e-commerce-based marketing. The methods include training on digital business management, developing technology-based financial recording systems, conducting digital batik design workshops, and providing mentoring on online marketing strategies. The results show a substantial improvement in business management capability (90%), digital financial system utilization (80%), digital design proficiency (75%), and an increase in online sales by up to 20%. This program contributes to enhancing the competitiveness and sustainability of Lasem Batik SMEs as part of the regional creative economy empowerment initiative.

Keywords: *Lasem Batik, digital management, e-commerce, community service, SMEs*

Abstrak

Batik Tulis Lasem merupakan produk unggulan daerah Kabupaten Rembang yang memiliki nilai sejarah dan ekonomi tinggi, namun menghadapi tantangan dalam aspek manajemen usaha, produksi, dan pemasaran. Sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan teknik tradisional dengan manajemen yang belum profesional dan pencatatan keuangan manual. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas mitra melalui implementasi digitalisasi manajemen usaha, desain batik digital, serta pemasaran berbasis *e-commerce*. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan manajemen digital, pembuatan sistem pencatatan keuangan berbasis teknologi, pelatihan desain batik digital, serta pendampingan pemasaran daring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan terhadap kemampuan manajemen usaha (90%), kemampuan penggunaan sistem keuangan digital (80%), peningkatan kemampuan desain digital (75%), serta peningkatan penjualan hingga 20% melalui platform daring. Program ini berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM batik tulis Lasem sebagai bagian dari penguatan ekonomi kreatif daerah.

Kata kunci: *Batik Lasem, digitalisasi manajemen, e-commerce, pengabdian masyarakat, UMKM*

PENDAHULUAN

Batik Tulis Lasem merupakan salah satu produk unggulan daerah Kabupaten Rembang yang memiliki nilai sejarah, ekonomi, dan budaya yang tinggi. Sejak abad ke-13, Batik Lasem telah

dikenal sebagai karya seni bernilai tinggi yang mencerminkan perpaduan budaya Jawa dan Tionghoa (Azizah et al., 2024). Motif khas seperti *Bledak Sekar*, *Tiga Negeri*, dan *Sekar Jagat* menjadi simbol filosofi kehidupan yang sarat makna serta merepresentasikan identitas lokal masyarakat pesisir utara Jawa (Maghfiroh, 2020). Dengan tingkat kerumitan tinggi dan karakteristik motif yang unik, Batik Lasem tidak hanya menjadi produk ekonomi, tetapi juga warisan budaya takbenda yang menjadi kebanggaan daerah Rembang dan Indonesia secara umum (Disarifianti et al., 2021).

Sektor industri Batik Lasem dalam beberapa tahun terakhir, menunjukkan tanda-tanda kebangkitan setelah mengalami masa kelesuan akibat pandemi Covid-19 (Maghfiroh et al., n.d.). Pandemi sempat menyebabkan terhentinya kegiatan produksi, penurunan permintaan pasar, serta melemahnya daya beli masyarakat (Istifadhoh et al., 2022). Namun, masa pemulihan pascapandemi memberikan momentum baru bagi pelaku UMKM untuk bangkit melalui inovasi dan adaptasi teknologi (Pratiwi & Enim, 2023). Pemerintah Kabupaten Rembang turut mendorong kebangkitan tersebut dengan menjadikan Batik Lasem sebagai produk unggulan daerah (Tahwin et al., 2019). Kebijakan ini diarahkan untuk memperkuat sektor ekonomi kreatif, meningkatkan daya saing daerah, serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat berbasis kearifan lokal.

Saat ini terdapat sekitar 110 pelaku UMKM batik tulis yang tersebar di Kecamatan Lasem, Pancur, Pamotan, dan Rembang Kota. Para pengrajin ini tergabung dalam Klaster Batik Tulis Lasem yang dipimpin oleh Bapak Santoso (Widodo & Lukiarti, 2021). Klaster tersebut berfungsi sebagai wadah kolaborasi antar pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendukung dalam memperkuat ekosistem industri batik (Vadis et al., 2018). Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode manual dalam proses produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran. Rendahnya adopsi teknologi digital menyebabkan efisiensi usaha belum optimal, kapasitas produksi terbatas, serta kesulitan dalam memperluas pasar ke tingkat nasional maupun global (Di et al., 2025).

Salah satu contoh nyata kondisi tersebut terlihat pada UMKM Batik Tulis Sekar Gading, yang memiliki sekitar 17 tenaga kerja dan menghasilkan ± 50 lembar kain batik setiap bulan. Walaupun memiliki potensi besar, pengelolaan usahanya masih bersifat konvensional. Pengrajin masih mengandalkan desain motif tradisional dan belum mampu menghasilkan variasi motif baru sesuai tren pasar. Sarana produksi seperti wadah pewarnaan dan kursi pembatik juga sudah tidak ergonomis dan perlu perbaikan. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual

tanpa sistem digital, sehingga menyulitkan pemantauan arus kas dan penghitungan laba rugi. Dari sisi pemasaran, penjualan masih bergantung pada galeri rumah, reseller, serta media sosial terbatas seperti Facebook dan Instagram, dengan jangkauan pasar yang masih sempit pada wilayah lokal Rembang dan sekitarnya.

Permasalahan yang dihadapi UMKM Batik Sekar Gading menggambarkan tantangan umum yang dialami oleh sebagian besar pelaku batik Lasem. Aspek manajerial yang belum profesional, keterbatasan kemampuan desain digital, dan minimnya pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor penghambat utama dalam peningkatan daya saing. Padahal, di era ekonomi digital, inovasi teknologi memiliki peran penting dalam mendukung produktivitas dan perluasan pasar. Digitalisasi sistem manajemen, produksi, dan pemasaran merupakan langkah strategis untuk menjawab tantangan tersebut (Ilma et al., 2025). Melalui penerapan teknologi digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan inovasi desain, serta memperluas jangkauan pemasaran ke pasar nasional bahkan internasional (Susilowati et al., 2025).

Program pengabdian masyarakat ini hadir sebagai solusi untuk memperkuat kapasitas usaha batik Lasem melalui penerapan *digital transformation* pada tiga aspek utama: manajemen, produksi, dan pemasaran. Kegiatan pelatihan manajemen usaha berbasis digital, pencatatan keuangan digital, desain batik dengan aplikasi komputer, serta pemasaran melalui *e-commerce* dan media sosial menjadi fokus intervensi program. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan profesionalitas pengelolaan usaha, mendorong kreativitas desain batik, serta memperluas akses pasar bagi UMKM.

Inisiatif pengembangan ini sejalan dengan kebijakan nasional dalam *Asta Cita* Pemerintah Republik Indonesia, terutama dalam agenda peningkatan lapangan kerja yang berkualitas, pengembangan industri kreatif, dan kemandirian ekonomi masyarakat. Program ini juga mendukung capaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya SDG 1 (*No Poverty*) dan SDG 9 (*Industry, Innovation, and Infrastructure*). Melalui pemberdayaan digital berbasis potensi lokal, kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan model pengembangan UMKM batik yang adaptif, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi sebagai bagian dari penguatan ekonomi kreatif nasional.

METODE PELAKSANAAN

Pendekatan Kegiatan

Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), di mana dosen dan mahasiswa berperan sebagai fasilitator, sementara mitra berperan aktif dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan transfer ilmu dan keterampilan yang berkelanjutan.

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan terdiri atas:

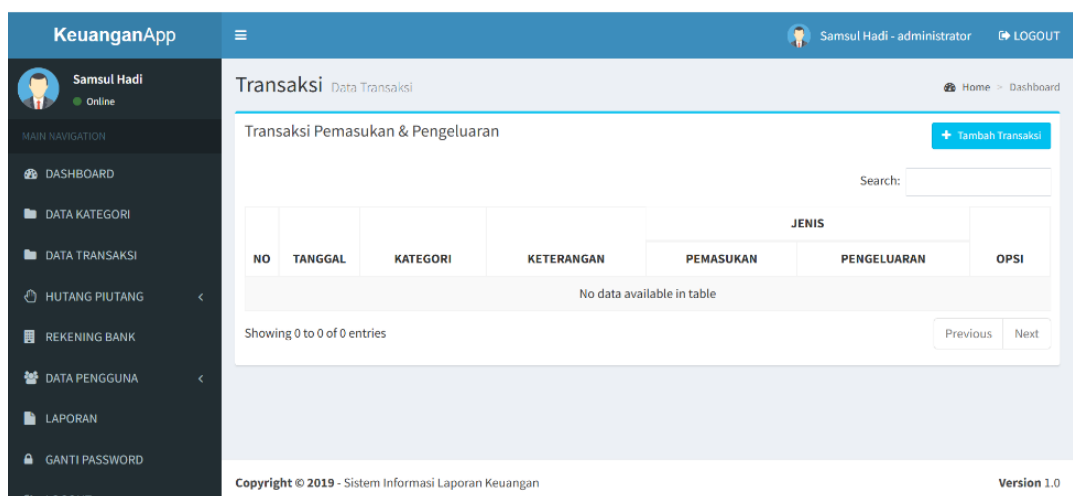
1. Analisis Kebutuhan Mitra: Observasi dan wawancara mendalam untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam aspek manajemen, produksi, dan pemasaran.
2. Perencanaan Solusi: Penyusunan rencana digitalisasi proses produksi dan manajemen usaha berdasarkan hasil analisis situasi.
3. Pelaksanaan Pelatihan:
 - a. Pelatihan manajemen usaha berbasis digital.
 - b. Pelatihan sistem pencatatan keuangan digital.
 - c. Pelatihan desain batik menggunakan aplikasi digital.
 - d. Pelatihan pemasaran melalui *e-commerce* dan media sosial.
4. Pendampingan Implementasi: Monitoring dan evaluasi terhadap penerapan hasil pelatihan di lapangan.
5. Evaluasi dan Pelaporan: Penilaian keberhasilan kegiatan berdasarkan indikator peningkatan kapasitas mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan tahap sosialisasi dan pelatihan awal yang melibatkan tim pelaksana PKM bersama mitra UMKM Batik Tulis Lasem. Kegiatan ini diawali dengan pemaparan tujuan program, rencana kegiatan, serta manfaat yang akan diperoleh mitra melalui penerapan sistem manajemen usaha berbasis digital. Proses pelatihan dirancang secara partisipatif dengan melibatkan pemilik dan tenaga kerja batik agar setiap peserta memahami pentingnya transformasi digital dalam pengelolaan usaha. Materi pelatihan awal difokuskan pada penguatan manajemen usaha, termasuk perencanaan produksi, pengelolaan sumber daya, serta strategi peningkatan efisiensi operasional.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui empat tahapan utama berupa pelatihan dan pendampingan intensif yang berfokus pada peningkatan kapasitas digitalisasi usaha batik. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab permasalahan utama mitra dalam aspek manajemen, keuangan, produksi, dan pemasaran. Tahap pertama adalah pelatihan manajemen usaha berbasis digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam merencanakan, mengorganisasi, dan mengendalikan usaha dengan memanfaatkan teknologi informasi. Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada penggunaan aplikasi manajemen sederhana seperti Google Workspace untuk membantu perencanaan produksi, pengaturan jadwal kerja, serta pencatatan stok bahan baku. Dengan pendekatan tersebut, mitra mampu mengelola operasional usaha secara lebih terstruktur, kolaboratif, dan efisien, sehingga ketergantungan pada pemilik utama dapat dikurangi.

Tahap kedua adalah pelatihan sistem pencatatan keuangan digital kegiatan difokuskan pada digitalisasi sistem pencatatan keuangan sebagai upaya modernisasi tata kelola usaha. Mitra diperkenalkan pada penggunaan aplikasi Sistem Keuangan UMKM yang memungkinkan pencatatan transaksi secara terstruktur dan real time. Melalui sistem ini, pelaku usaha dapat memantau arus kas, menghitung laba, dan menyusun laporan keuangan secara lebih transparan dan efisien. Penggunaan sistem digital ini tidak hanya meningkatkan akurasi data keuangan, tetapi juga membantu mitra dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih berbasis data dan terukur, sehingga mendorong profesionalisme dalam pengelolaan usaha batik tulis.

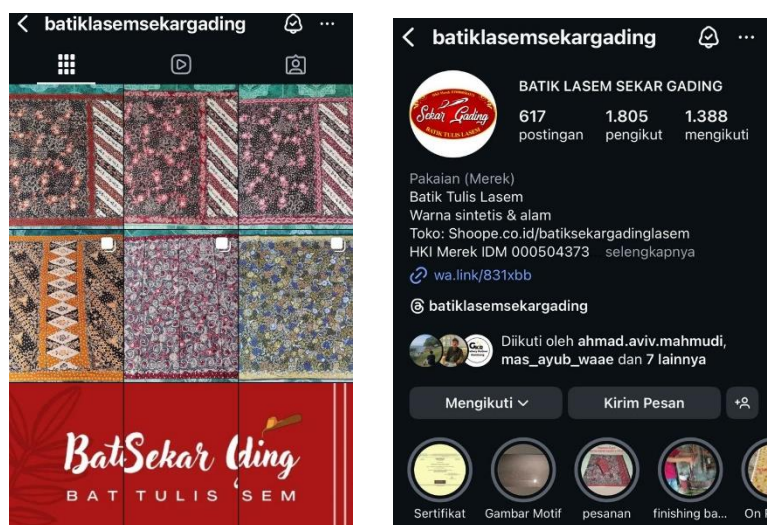


Gambar 1. Sistem Keuangan Batik Tulis

Kegiatan ini menekankan pentingnya transparansi dan akurasi dalam pengelolaan keuangan usaha. Mitra dilatih untuk membuat format buku kas digital yang dapat diakses melalui ponsel, sehingga proses pencatatan menjadi lebih mudah dan cepat. Dampaknya, mitra kini mampu mengetahui kondisi keuangan secara real time dan dapat melakukan evaluasi keuangan setiap akhir bulan tanpa kesulitan.

Tahap ketiga adalah pelatihan desain batik menggunakan aplikasi digital. Pelatihan ini difokuskan pada peningkatan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan motif batik. Pengrajin diberikan materi dasar penggunaan CorelDRAW dan Adobe Illustrator untuk menggambar pola, menentukan warna, serta mengolah elemen desain secara digital. Dalam praktiknya, peserta berhasil membuat beberapa motif baru yang menggabungkan nilai-nilai tradisional Lasem dengan sentuhan modern, seperti motif “Hong Sekar Lasem” dan “Latohan Phoenix”. Hasil karya ini menjadi bentuk adaptasi tradisi terhadap perkembangan teknologi desain grafis.

Tahap keempat adalah pelatihan pemasaran melalui e-commerce dan media sosial. Pelatihan ini ditujukan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk batik di era digital. Mitra dilatih membuat akun toko daring di Shopee dan Tokopedia, serta mengoptimalkan Instagram Business dan WhatsApp Catalog sebagai media promosi interaktif. Materi yang diberikan meliputi pembuatan konten visual menarik, teknik fotografi produk, penulisan deskripsi yang persuasif, hingga strategi penggunaan fitur iklan digital. Setelah pelatihan, mitra berhasil meningkatkan visibilitas produknya secara signifikan dan memperoleh pesanan dari pelanggan baru di luar Kabupaten Rembang.



Gambar 2. Media Sosial Batik Sekar Gading

Pada aspek pemasaran, tim membantu mitra untuk mengimplementasikan strategi digital marketing melalui berbagai platform, antara lain Shopee, Instagram Business, dan WhatsApp Catalog. Mitra dilatih untuk membuat konten promosi yang menarik, memotret produk dengan teknik sederhana namun profesional, serta memanfaatkan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan promosi. Melalui strategi ini, Batik Sekar Gading mulai dikenal oleh konsumen di luar Kabupaten Rembang dan berhasil menjangkau pembeli dari wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya. Hasil dari implementasi strategi pemasaran digital ini menunjukkan perkembangan yang signifikan. Setelah pelatihan dan pendampingan selama tiga bulan, jumlah interaksi konsumen di media sosial meningkat hingga 65%, sedangkan penjualan produk melalui platform Shopee dan WhatsApp Catalog mengalami kenaikan rata-rata sebesar 20%. Mitra juga mulai menerima pesanan dari luar daerah seperti Kudus, Semarang, dan Surabaya, yang sebelumnya belum pernah terjadi sebelum penerapan strategi digital marketing.



Gambar 3. Foto Bersama dengan Peserta Pelatihan



Gambar 4. Penyampaian Materi Oleh Narasumber

Selain peningkatan penjualan, terdapat perubahan positif dalam cara mitra mempromosikan produk. Mitra kini mampu secara mandiri mengelola akun bisnis digital, membuat konten visual yang lebih menarik, serta menjadwalkan unggahan promosi secara konsisten. Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi mindset dari pola pemasaran konvensional menuju pemasaran modern berbasis teknologi digital. Hasil tersebut membuktikan bahwa penerapan strategi digital marketing mampu memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan daya saing UMKM Batik Tulis Lasem di tengah perkembangan industri kreatif yang semakin kompetitif.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tidak hanya berfokus pada pelatihan manajemen dan digitalisasi, tetapi juga menyentuh aspek peningkatan sarana dan prasarana produksi. Tim pelaksana PKM melakukan perbaikan fasilitas kerja agar proses produksi batik menjadi lebih ergonomis, aman, dan efisien. Beberapa peralatan lama yang sudah tidak layak pakai diganti dengan fasilitas baru, seperti kompor listrik mini, kursi ergonomis, serta wadah pewarnaan berbahan kayu tahan air. Peningkatan fasilitas ini dilakukan berdasarkan hasil observasi lapangan dan masukan langsung dari para pembatik yang mengalami kesulitan dalam bekerja dengan sarana sebelumnya. Perubahan ini terbukti memberikan kenyamanan lebih bagi para pengrajin, mengurangi kelelahan fisik, serta menurunkan tingkat kesalahan dalam proses pewarnaan dan pembatikan.

Selain perbaikan sarana, kegiatan pendampingan juga difokuskan pada peningkatan kemampuan teknis dan manajerial mitra. Tim membantu mitra dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi Sistem Keuangan UMKM untuk mendukung pencatatan keuangan secara digital. Melalui aplikasi ini, mitra dapat mencatat transaksi harian, mengelola arus kas, serta menyusun laporan keuangan secara otomatis. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mitra mampu menguasai penggunaan aplikasi ini hingga 80%. Digitalisasi keuangan tidak hanya membantu dalam pelaporan dan transparansi usaha, tetapi juga menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih rasional dan berbasis data.

Dari sisi manajemen usaha, terjadi peningkatan signifikan terhadap kemampuan organisasi dan pembagian kerja. Sebelumnya, seluruh proses usaha masih terpusat pada pemilik, namun setelah pelatihan, mitra mulai menerapkan sistem pembagian tugas yang lebih terstruktur antara bagian produksi, desain, keuangan, dan pemasaran. Penerapan struktur ini berdampak positif terhadap efektivitas dan efisiensi kerja, yang diukur melalui peningkatan kemampuan manajemen

hingga 90% dibandingkan kondisi awal. Mitra juga mulai memahami pentingnya perencanaan produksi, pengendalian stok bahan baku, dan evaluasi kinerja secara berkala sebagai bagian dari manajemen modern.

Pada aspek produksi, kegiatan pelatihan desain digital memberikan hasil yang nyata. Melalui pelatihan menggunakan aplikasi CorelDRAW dan Adobe Illustrator, mitra berhasil menciptakan beberapa motif baru yang menggabungkan unsur tradisional dan modern, seperti motif Hong Sekar Lasem dan Latohan Phoenix. Kemampuan mendesain batik digital meningkat hingga 75%, dengan hasil karya yang lebih bervariasi dan memiliki nilai estetika tinggi. Peningkatan ini turut berkontribusi terhadap produktivitas usaha yang naik sekitar 20%, seiring dengan penerapan sarana kerja baru yang lebih ergonomis dan efisien.

Aspek pemasaran menjadi elemen penting lain dari keberhasilan program ini. Tim PKM membantu mitra dalam mengimplementasikan strategi digital marketing melalui berbagai platform seperti Shopee, Instagram Business, dan WhatsApp Catalog. Mitra dilatih untuk membuat konten promosi yang menarik, memotret produk dengan teknik sederhana namun profesional, serta memanfaatkan fitur iklan berbayar untuk memperluas jangkauan promosi. Hasilnya, interaksi konsumen di media sosial meningkat hingga 65%, dan penjualan melalui platform daring mengalami kenaikan rata-rata 20%. Produk Batik Sekar Gading kini mulai dikenal di wilayah luar Kabupaten Rembang, termasuk Kudus, Semarang, dan Surabaya.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan selama tiga bulan menghasilkan dampak positif yang nyata bagi mitra UMKM Batik Tulis Sekar Gading. Transformasi digital yang dilakukan pada tiga aspek utama—manajemen, produksi, dan pemasaran—telah membawa perubahan signifikan terhadap efisiensi dan daya saing usaha. Mitra kini memiliki sistem keuangan yang lebih tertib, kemampuan desain yang inovatif, serta strategi pemasaran digital yang efektif.

Kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi mitra, tetapi juga memiliki nilai strategis dalam pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal. Model digitalisasi usaha yang diterapkan berpotensi untuk direplikasi pada sentra-sentra batik lain di Indonesia, seperti Pekalongan, Solo, dan Madura. Dengan demikian, program ini dapat menjadi inspirasi bagi penguatan kapasitas UMKM batik secara nasional menuju era ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan di UMKM Batik Tulis Sekar Gading Lasem telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas usaha mitra. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, mitra berhasil mengadopsi sistem manajemen usaha berbasis digital, menerapkan pencatatan keuangan secara daring, serta mengoptimalkan strategi pemasaran melalui e-commerce dan media sosial. Implementasi sistem keuangan digital menjadikan pengelolaan keuangan lebih transparan dan akuntabel, sementara pelatihan desain batik digital mampu mendorong lahirnya inovasi motif baru yang bernilai jual tinggi. Di sisi lain, penerapan strategi pemasaran digital memperluas jangkauan pasar hingga ke luar wilayah Rembang dan meningkatkan volume penjualan. Secara keseluruhan, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing, efisiensi produksi, serta keberlanjutan usaha mitra di era ekonomi digital.

Program PKM ini juga memiliki relevansi strategis dengan tujuan pembangunan berkelanjutan, terutama SDG 1 (No Poverty) melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan SDG 9 (Industry, Innovation, and Infrastructure) melalui penguatan inovasi dan transformasi teknologi di sektor industri kreatif. Selain itu, kegiatan ini mendukung kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) serta selaras dengan visi Asta Cita Pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif daerah berbasis potensi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N., Wibowo, D. D., Andriyani, S., Mahmudi, A. A., & Margaretha, S. N. (2024). Peningkatan Manajemen Keuangan Melalui Aplikasi Kas Digital Berbasis Android Pada Umkm Batik Tulis Lasem Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 424–432. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i1.1292>
- Di, E., Ekonomi, E. R. A., Di, G., & Madura, P. (2025). *Jurnal Investasi Islam Jurnal Investasi Islam*. 06, 779–791.
- Disarifianti, N., Prasetyo, D., Visual, D. K., & Desain, G. (2021). *Studi Pengembangan Desain Motif Batik Tulis Lasem Rembang*. 2020, 14–25.
- Ilma, A. A., Nurdianto, H., Wulandari, E., & Susanto, T. (2025). *Digitalisasi Produk UMKM di Kabupaten Blora dalam Rangka Optimalisasi Usaha*. 4(3), 755–767.
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA PELAKU USAHA BATIK Abstrak Kata kunci : Pemasaran , Digital Marketing , Pelaku Usaha , Batik , Ecoprint Teknologi digital internet dan media sosial menjadi wadah dalam meningkatkan dan memperluas pemasaran produk dengan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 147–152.
- Maghfiroh, Q. (2020). *BENTUK BATIK TULIS LASEM MOTIF KRECAK DI PERUSAHAAN BATIK TULIS LASEM* Pendahuluan. 8(1), 61–75.
- Maghfiroh, Q., Zaharani, Y., Tisna, M., & Putri, G. (n.d.). *Seni Kerajinan Batik Tulis Lasem*. 162–171.
- Pratiwi, A. W., & Enim, B. M. (2023). *Pemanfaatan pewarna alami berbasis potensi daerah untuk pewarnaan batik muara enim*. 01.
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., & Santosa, M. H. (2025). *Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional*. 4(1), 2554–2558.
- Tahwin, M., Maslichan, M., & Suryandani, W. (2019). Model Manajemen Usaha Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Industri Batik Tulis Lasem Kabupaten Rembang. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 14(2), 214–225. <https://doi.org/10.34152/fe.14.2.214-225>
- Vadis, Q., Nugroho, P., & Tyas, W. P. (2018). *KEBIJAKAN PENGEMBANGAN INDUSTRI BATIK DI KABUPATEN KLATEN , QUO VADIS ?* 160–180.
- Widodo, A., & Lukiarti, M. M. (2021). Pengukuran Kinerja UMKM Batik Tulis Lasem di Saat

Pandemi Covid 19 di Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian 2021*, 10–15.