

PENINGKATAN KEMAMPUAN MASYARAKAT TENTANG PENGUNAAN CANTING ELEKTRIK DAN BATIK CAP SERTA BRANDING BATIK

Aryo Wibisono^{1*}, Anik Anekawati², Rillia Aisyah Haris³, Zainal Abidin Achmad⁴,
Muchlisiniyati Safeyah⁵, Jojok Dwirido Tjahjono⁶, Diana Aqidatun⁷

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja, Indonesia

²Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Wiraraja, Indonesia

³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Wiraraja, Indonesia

^{4,5}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

^{6,7}Fakultas Arsitek dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

aryo.feb@wiraraja.ac.id¹, anik@wiraraja.ac.id², rillia@wiraraja.ac.id³, z.abidinachmad@upnjatim.ac.id⁴
muchlisiniyati.ar@upnjatim.ac.id⁵, dwiridotjahjono_jojok@upnjatim.ac.id⁶,
diananisa.dkv@upnjatim.ac.id⁷

ABSTRAK

Abstrak: Batik merupakan warisan dunia yang harus kita lestarikan, sehingga untuk melestarikannya kita harus menjaga dan mempertahankannya. Di Desa Gingging terdapat pengerajin batik bernama batik tulis pajjher, mereka memiliki permasalahan dalam produksi, terutama jika ada permintaan dalam jumlah besar dan dalam pemasarannya masih yang dari mulut ke mulut sehingga penjualannya kurang maksimal. Serta di Desa Gingging ini terdapat kelompok karang taruna dimana mereka membutuhkan bantuan dalam mengembangkan keterampilan anggotanya. Oleh karena tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu untuk melakukan pelatihan membatik dengan menggunakan canting elektrik dan batik cap, serta pembuatan branding bagi rumah batik tulis pajjher. Dan melibatkan sekitar 60 peserta pelatihan, dimana sebelum melakukan pelatihan setiap peserta diberikan kuisioner untuk melihat seberapa paham mereka tentang batik, dan setelah proses pelatihan mereka juga akan diberikan kuisioner untuk mengisi kembali yang sama dengan sebelum mereka mengikuti pelatihan. Hasil dari pengisian kuisioner sebelum melakukan pelatihan rata-rata hanya 20% dari 60 peserta yang memahami tentang penggunaan canting dan batik cap tersebut. Dan setelah diberikan pelatihan selama 5 hari dan diberikan kuisioner kembali maka didapatkan adanya peningkatan dari 20% awalnya menjadi 89% yang memahami penggunaan canting elektrik dan batik cap tersebut. Dan juga untuk batik tulis pajjher yang sebelumnya mempunyai masalah dalam bidang produksinya, sekarang dengan adanya canting elektrik dan batik cap maka akan dengan mudah untuk mempercepat proses produksi kain batiknya, dan juga mereka sekarang memiliki alat promosi berupa video yang dapat membranding kegiatan usahanya setiap ada event tertentu.

Kata Kunci: Batik Tulis Pajjher; Batik Cap; Canting Elektrik; Branding.

Abstract: Batik is a world heritage that we must preserve, so to preserve it we must protect and maintain it. In Gingging Village there is a batik craftsman called Pajjher written batik, they have problems in production because they still use traditional canting and marketing is still done by word of mouth so sales are not optimal. And in Gingging Village there is a youth group where they need help in developing the skills of their members. Because the aim of carrying out this activity is to conduct batik training using electric canting and stamped batik, as well as creating branding for the Pajjher hand-written batik house. And it involves around 60 training participants, where before carrying out the training each participant is given a questionnaire to see how much they understand about batik, and after the training process they will also be given a questionnaire to fill in again, the same as before they took part in the training. The results of filling out the questionnaire before carrying out the training were only 25% of the 60 participants who understood the use of canting and stamped batik. And after being given training for 5 days and given another questionnaire, it was found that there was an increase from the initial 25% to 92% who understood the use of electric canting and stamped batik. And also for Pajjher written batik which previously did not have electric canting and stamped batik, with this training they can use these tools to speed up the production of their batik cloth, and they also now have promotional tools in the form of videos that can compare their business activities every time there is a certain event.

Keywords: Pajjher Written Batik; Batik Stamp; Electric Canting; Branding.



Article History:

Received : 30-11-2023

Revised : 13-12-2023

Accepted : 20-12-2023

Online : 03-02-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

UNESCO mengakui bahwa batik merupakan kerajinan yang berasal dari Indonesia (Safitra et al., 2021). Sentra kerajinan batik hampir terdapat di seluruh wilayah Jawa Timur, namun ada juga sentra yang lebih kecil. Sentra kerajinan batik terdapat di setiap kabupaten di Madura yang masing-masing memiliki ciri khas daerahnya masing-masing. Sentra kerajinan batik juga banyak terdapat di Mojokerto, Sidoarjo, Malang, Tuban, Tulungagung, Surabaya dan masih banyak daerah lain di Jawa Timur (Suprihati et al., 2021).

Proses pencapan dan pengaplikasian motif batik pada medium. Proses pewarnaan media batik. Proses tetap. Prosedur pemuatan pero, dan penyelesaian. Semua proses tersebut dapat meningkatkan kemandirian siswa SLB dengan melatih kemampuan motorik, kreativitas, dan konsentrasinya (Ditto et al., 2020). Kegiatan pengabdian masyarakat pelatihan pembuatan batik motif jagung yang bertujuan untuk meningkatkan kecakapan hidup warga Kediren Matantu ini sangat bermanfaat bagi para peserta karena memberikan pengalaman langsung dalam membuat batik motif jagung (Budi, 2021). Menurut Wibowo et al. (2019) Mitra kami memiliki pengetahuan untuk menentukan strategi periklanan yang tepat. Sebagai bagian dari strategi dan periklanan, para mitra berpartisipasi dalam beberapa pameran di tingkat nasional. Kegiatan pameran ini menambah dua segmen pasar baru yaitu wilayah Bengkulu dan Kabupaten Labuhan Batu, Sumatera Utara.

Dalam pengembangan perekonomian masyarakat dengan melakukan pelatihan serta pendampingan kepada masyarakat dengan melakukan cara membatik sehingga masyarakat nantinya mendapatkan pemahaman serta menggunakan canting batik tersendiri dalam mengembangkan ekonominya sendiri (Imamikhair et al., 2022). Proses rebranding yang dilakukan adalah untuk memperkenalkan kembali Rumah Batik dan memperkenalkan brand atau merek baru yang diperkenalkan oleh Rumah Batik Jawa Timur (Febrianti et al., 2022). Tujuan merek ini sangat bermanfaat bagi bisnis. Branding yang kuat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk anda dan meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan anda (Mahmud et al., 2023). Pelabelan merek dalam sebuah produk maupun jasa bagi usaha UMKM sangatlah penting, karena dengan cara pengenalan merek dagang serta penanaman merek dalam pikiran konsumen. Dengan cara *branding equity* serta *branding product*, akan dengan cepat dapat dikenali oleh konsumen secara menyeluruh serta utuh mengenai kualitas produk yang di *branding*. Perlu diadakan pemasaran baik secara *offline* serta *online* dalam kegiatan branding UMKM (Ariyani et al., 2022).

Desa Gingging adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. Daerah ini berada di Pulau Madura Negara Indonesia. Desa Gingging terdapat beberapa potensi yang dapat dikembangkan, yaitu adanya pengerajin batik yang membuat batik tulis dengan ciri khas tertentu

yang dimana tidak dimiliki oleh batik lainnya (Achmad et al., 2023). Salah satunya Rumah Batik Tulis Pajjher dan juga perlu dikembangkannya pemuda dan pemudi karangtaruna yang terbentuk dari beberapa generasi muda yang telah dibentuk untuk membantu program pemerintah Desa. Tetapi terdapat permasalahan pada rumah batik tulis pajjher, dilihat pada bidang produksi mereka mengalami kesulitan jika terdapat orderan kain batik dalam jumlah besar, serta permasalahan lainnya yaitu bidang pemasaran, karena rumah batik tulis pajjher dalam melakukan pemasaran masih dari mulut ke mulut. Dan juga terdapat permasalahan pada karang taruna, mereka membutuhkan beberapa pelatihan untuk dapat mengembangkan kemampuan mereka serta dapat memberikan ilmunya kepada masyarakat sekitarnya.

Solusi pada permasalahan rumah batik tulis pajjher, tim abdimas memberikan solusi yang nantinya akan dilakukan pendampingan dan pengadaan peralatan batik untuk meningkatkan produksi kainnya seperti canting elektrik dan batik cap. Serta pembuatan video profil sebagai branding untuk promosi dari rumah batik tulis pajjher. Dengan adanya solusi ini diharapkan mitra dapat lebih mempercepat produksi kain batiknya dengan menggunakan canting elektrik dan batik cap serta mereka memiliki media untuk melakukan promosi dengan menggunakan video profil tersebut. Tujuan pengabdian dari mitra pertama dapat meningkatkan kapasitas produksi melalui penggunaan canting elektrik dan batik cap, dan mitra memiliki branding dari usaha batik tersebut. Solusi berdasarkan permasalahan oleh mitra karang taruna yang dihadapi saat ini adalah dengan cara pengembangan kemampuan. Oleh karena itu tim abdimas akan memberikan sebuah pelatihan dalam meningkatkan kemampuan mereka dengan jalan melatih membatik. Tujuan dari pengabdian dari mitra kedua mitra mendapatkan pengalaman dalam pelatihan membatik menggunakan canting elektrik dan batik cap.

B. METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan ini terdapat dua mitra, yang satu rumah batik tulis pajjher dan satunya pemuda karang taruna. Serta kegiatan ini dilakukan di Desa Gingging. Metode yang akan digunakan dalam program kemitraan masyarakat berupa pendampingan dan pelatihan, yang nanti pelaksanaannya akan dilakukan dilokasi mitra (Wibisono et al., 2022). Berikut ini terdapat tiga tahapan dalam metode pelaksanaannya:

1. Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan ini dibagi menjadi dua bagian yaitu koordinasi awal dengan mitra untuk persiapan kegiatan pelatihan, setelah itu dilakukan pengadaan kebutuhan peralatan dalam membatik:

a. Koordinasi Awal

Koordinasi awal yang dilakukan oleh tim pelaksana dengan pihak mitra dengan melakukan sosialisasi adanya kegiatan ini yang

dimaksudkan untuk melihat kesiapan lokasi serta mitra sebagai potret awal daerah kegiatan.

b. **Pengadaan Peralatan Batik Tulis dan Bahan Baku Prototype Branding**

Pengadaan barang atau alat ini sangat diperlukan untuk membantu dalam proses pelatihan serta pendampingan terhadap mitra. Yang nantinya akan dipesankan dari daerah Sidoarjo, Surabaya dan Yogyakarta.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Dalam tahap ini nantinya akan diadakan pelatihan baik terhadap mitra batik tulis pajjher dan mitra karang taruna. Dalam pelaksanaannya, peserta diberikan kuisisioner untuk melihat pemahaman sebelum pelatihan serta diberikan lagi kuisisioner setelah pelatihan untuk melihat keberhasilan dari pelatihannya (Anggraeni et al., 2023). Berikut macam kegiatan yang akan diberikan kepada mitra:

a. **Pelatihan Membatik,**

Para peserta nantinya akan dilatih dalam proses membatik dengan menggunakan canting elektrik dan batik cap baik itu mitra batik tulis pajjher dan karang taruna, sehingga mereka memiliki kemampuan dalam menggunakan canting elektrik dan batik cap.

b. **Proses membranding,**

Pada tahapan ini yang dilibatkan hanya mitra batik tulis pajjher, karena mereka memiliki permasalahan dalam branding usahanya. Dengan jalan dibuatkan video profil berdasarkan dari proses keseluruhan dari produksinya, sehingga nantinya dapat ditampilkan pada setiap event sebagai sarana promosi.

3. Monitoring dan Evaluasi

Setelah selesai melakukan semua proses kegiatan, maka tim pelaksana dan pendamping akan melakukan sebuah monitoring serta evaluasi progres dari hasil pelatihan dan kegiatan yang sudah dilakukan. Serta melihat apakah sudah memenuhi target dari yang diharapkan oleh tim pelaksana dan pendamping yaitu adanya peningkatan pemahaman peserta yang mencapai lebih dari 80% dari jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini yang mampu menggunakan alat dan dapat mengaplikasikannya dengan menganalisis berdasarkan hasil dari kuisisioner yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan (Dewi et al., 2023).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Dimana setelah dilakukan pelaksanaan kegiatan membuat yang diikuti oleh dua mitra, yaitu rumah batik tulis pajjher dan karang taruna mendapatkan hasil sebagai berikut:

a. Pelatihan Membuat,

Dalam proses ini peserta diberikan alat membuat yang lebih modern dan simple, jika sebelumnya menggunakan canting tradisional, maka dengan adanya canting elektrik diharapkan akan mampu untuk membantu produksi batik lebih efisien dan juga dengan adanya batik cap dalam mempermudah dalam memproduksi dalam jumlah besar. Pada Gambar 1 menggambarkan tentang kondisi dimana mitra rumah batik tulis pajjher masih menggunakan canting tradisional, dan pada Gambar 2 menggambarkan hasil pelatihan dengan menggunakan canting elektrik, serta pada Gambar 3 menggambarkan proses pelatihan dengan menggunakan batik cap.



Gambar 1. Menggunakan canting tradisional



Gambar 2. Menggunakan canting elektrik



Gambar 3. Pelatihan Batik Cap

b. Pendampingan dalam Membranding,

Dalam pendampingan ini para mitra batik tulis pajjher dibuatkan video profil dari wawancara dengan pemilik dan proses produksinya. Dengan dibuatkan video maka akan membantu dalam proses promosi usaha yang ingin di branding (Friantin, 2023).



Gambar 4. Pengambilan video branding

Pada Gambar 4 merupakan proses pengambilan video profil untuk branding mitra rumah batik tulis pajjher.

2. Monitoring dan Evaluasi

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan, sebelum diadakan pelatihan peserta diberikan kuisisioner untuk mengetahui sejauh mana para peserta dalam memahami canting elektrik dan batik cap, setelah pelatihan para peserta juga akan diberikan kuisisioner sebagai indikator bagaimana pelaksanaan pelatihan ini bisa berjalan dengan lancar (Wibisono & Abrar, 2020). Berikut hasil monitoring dan evaluasi dari kegiatan pelatihan membatik dan pelatihan branding:

Tabel 1. Hasil isian kuisioner sebelum pelatihan

Kuesioner Mitra Batik Tulis Pajjher dan Karang Taruna	Pemahaman dalam pelatihan	
	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Penggunaan canting elektrik	15%	83%
Penggunaan batik cap	25%	95%

Dari hasil Tabel 1 dapat dikatakan bahwa peserta yang memahami tentang canting elektrik dan batik cap rata - rata 20% dari total 60 peserta yang mengikuti kegiatan ini. Dan setelah diberikan pelatihan, pemahaman peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahaman yang rata-rata 20% yang paham menjadi 89%. Oleh karena itu tim pendamping dan tim pelaksana menyatakan proses pelatihan dapat dikatakan berhasil, karena tingkat pemahaman sudah diatas 80% dari yang ditargetkan diawal sebelum pelatihan. Dan dari hasil pelatihan ini tidak hanya dapat memberikan pemahaman dan peningkatan kemampuan para peserta, melainkan juga dapat memberikan gambaran tentang penggunaan canting elektrik dan canting tradisional. Berikut ini perbedaan canting elektrik dan canting tradisional menurut para peserta pelatihan, khususnya dari peserta pelatihan batik tulis pajjher:

Tabel 2. Perbedaan dalam penggunaan canting elektrik dan tradisional

Perbedaan	Canting Elektrik	Canting Tradisional
Cara pengoperasian	Menggunakan Listrik	Menggunakan Gas LPG
Kemudahan	Hanya membutuhkan colokan listrik untuk memanaskan lilin	Mebutuhkan tempat yang jauh dari angin, supaya menjaga nyala kompor dalam memanaskan lilin
Kenyamanan	Harus berhati-hati karena kabel tersambung ke listrik, sehingga harus dilihat pergerakannya	Harus berhati - hati karena dekat dengan kompor dan wajan yang terdapat lilin yang dipanaskan

Dan juga hasil dari pendampingan branding dengan melakukan beberapa diskusi untuk menentukan topik dalam membuat branding dari batik tulis pajjher, dihasilkan sebuah video profil dimana nantinya video profil tersebut menunjukkan semua proses dari awal sketsa motif batik hingga pengeringan kain batik tersebut, dengan adanya video profil tersebut dapat digunakan dalam promosi pada event-event lokal maupun nasional dan juga dapat ditampilkan pada sosial media. Sehingga konsumen yang belum pernah melihat secara langsung proses produksinya, menjadi tertarik karena melihat video profil yang ditampilkannya (Nurjannah et al., 2022).

3. Kendala yang Dihadapi

Kendala dalam pengabdian ini seperti saluran listrik yang terkadang naik dan turun sehingga hasil kurang maksimal, dan juga tempat untuk pengeringan kain batik yang telah diwarnai terbatas. Serta harus melakukan pelatihan dengan penuh kesabaran karena banyak dari peserta yang belum mengenal tentang bagaimana cara membatik dengan baik.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari kegiatan pelatihan ini, peserta dari batik tulis pajjher dan karang taruna mengalami kenaikan dalam pemahaman dan keahlian dalam bidang membatik, khususnya karang taruna yang belum pernah melakukan kegiatan tersebut, kenaikannya mencapai 89% dari awal sebelum pelatihan hanya sekitar 20% yang dapat menggunakan alat canting elektrik dan batik cap dari kegiatan tersebut. Dan dengan adanya canting elektrik dapat membantu pada batik tulis pajjher dalam mempercepat proses produksinya, serta penggunaan dari batik cap yang sangat berguna jika nantinya terdapat pesanan dalam jumlah besar, karena hanya tinggal memesan motif yang sesuai pesanan dan langsung di aplikasikan kepada kain batik tersebut dan pada mitra karang taruna mendapatkan tambahan pengetahuan tentang proses penggunaan canting elektrik dan bati cap dalam pengoperasiannya. Dilihat dari antusias peserta dalam mengikuti program pelatihan ini, diharapkan kedepannya dapat melakukan kerjasama dengan para pengerajin batik lainnya untuk dapat memperkerjakan anggota karang taruna yang sudah siap dalam proses membatiknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih dari tim penulis kepada Direktorat Riset dan Teknologi dan Pengabdian kepada Masyarakat atas tersusunnya artikel ini. Kegiatan abdimas terlaksana melalui Hibah Kolaborasi Sosial dalam Membangun masyarakat (Kosabangsa) dengan nomor kontrak 299/E5/PG.02.00.PM/2023.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmad, Z. A., Tjahjono, J. D., Safeyah, M., Nisa, D. A., Haris, R. A., Wibisono, A., & Anekawati, A. (2023). Batik Tourism Village Branding through Strengthening Batik Design and Creative Branding in Gingging Village, Bluto, Sumenep. *PROISRM*, 8(Part-5), 201.
- Anggraeni, O. J., Kurniawati, D., Karimah, C. N., Abdurrahman, A., & Subagiyo, A. (2023). Inovasi Canting Cap Batik Sebagai Upaya Peningkatan Produksi Pada Wirausahawan Batik Disabilitas: Inovasi Canting Cap Batik Sebagai Upaya Peningkatan Produksi Pada Wirausahawan Batik Disabilitas. *Prawara Jurnal ABDIMAS*, 2(03 JULI), 99–105.
- Ariyani, D., Riono, S. B., & Sucipto, H. (2022). Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual: Branding Equity Training to Build Brand Image for MSME Actors in Ciawi Village in Increasing Selling Power. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106.

- Budi, M. E. P. (2021). Pelatihan Membuat Batik Tulis Motif Jagung Guna Meningkatkan Life Skills Warga Kediren Magetan. *InEJ: Indonesian Engagement Journal*, 2(1).
- Dewi, B. S., Pandanwangi, A., Aryani, D. I., Manurung, R. T., & Ida, I. (2023). Gagasan Kearifan Lokal: Pendampingan Pelatihan Batik Kreatif Di Atas Kayu Di Kampung Batik Pasiran. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 329–337.
- Ditto, A., Yulimarni, Y., & Sundari, S. R. I. (2020). Pelatihan batik cap dalam rangka meningkatkan kreatifitas siswa SLB YPPLB Kota Padang. *Batoboh: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 38–45.
- Febrianti, N., Dwipa, Y. S., & Arumsari, D. N. (2022). Pendampingan Re-Branding Rumah Batik Jawa Timur Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 1–7.
- Friantin, S. H. E. (2023). Peran Personal Branding Dalam Digital Marketing Untuk Generasi Millennial Di Sma Batik 1 Surakarta. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 314–321.
- Imamilkhor, N., Syamsuddin, R. S., & Herdiana, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat melalui Peran UKM Batik Canting Bekasi. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(1).
- Mahmud, A., Aeni, I. N., Susilowati, N., Firmansyah, R., & Hayati, N. (2023). Penguatan Branding Produk dan Pemasaran Digital Batik Shibori Kelompok Lansia Sidomaju. *Madaniya*, 4(1), 26–37.
- Nurjannah, D. A., Suratnoaji, C., Abidin, Z., & Zuhri, S. (2022). Strategi Personal Branding Bupati Kabupaten Pacitan@ inb_indratanurbayuaji di Instagram. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(7), 2645–2649.
- Safitra, R. R., Firmansyah, F., & Haq, E. S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Banjarsari Dengan Inovasi Canting Elektrik Dan Batik Smart Dryer Sebagai Upaya Peningkatan Produksi Pada Umkm Batik Rama. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 7(3), 74–84.
- Suprihati, S., Tho'in, M., Sumadi, S., & Ningsih, S. (2021). Pendampingan Manajemen Pemasaran Batik Ciprat Karya Penyandang Disabilitas. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 214–221.
- Wibisono, A., & Abrar, U. (2020). Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Kantor Desa Karang Cempaka Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 8(1), 1–13.
- Wibisono, A., Andriansyah, V., & Ismawati, I. (2022). Pengembangan Usaha Dengan Meningkatkan Kualitas Serta Pemasaran Kain Batik. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat (SENIAS)*, 6(1), 79–82.
- Wibowo, N. M., Karsam, K., Widiastuti, Y., & Siswadi, S. (2019). Empowerment of Batik SMEs Through Development of Local Wisdom Based Motif Design: Efforts to Build Brand Image of Batik Jombang. *Jurnal Sinergitas PkM & CSR*, 4(1), 1–10.