

PEMBERDAYAAN MITRA TEACHING FACTORY MELALUI INOVASI BROWNIES BATIK KHAS JEMBER BERBASIS KREATIVITAS BUDAYA LOKAL

Nely Ana Mufarida^{1*}, Sofia Ariyani², Ulya Anisatur Rosyidah³

¹Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

²Teknik Elektro, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

³Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

nelyana@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Permasalahan utama kegiatan pengabdian ini adalah minimnya variasi dan inovasi produk kuliner yang mengangkat identitas budaya lokal pada Teaching Factory Mulia Bread & Cakes di SMK Muhammadiyah 5 Kencong, Jember. Tujuan pengabdian adalah meningkatkan kreativitas, keterampilan inovasi produk, jiwa kewirausahaan, serta nilai jual produk berbasis budaya lokal. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi dan workshop inovasi produk, praktikum pembuatan brownies motif batik khas Jember, pelatihan standar produksi higienis, serta pelatihan digital marketing. Kegiatan melibatkan mitra Teaching Factory dan 20 siswa, dengan evaluasi melalui observasi keterampilan, kualitas produk, dan capaian penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan hardskill pengolahan dan desain produk sebesar $\pm 35\%$, peningkatan softskill kewirausahaan dan kreativitas sebesar $\pm 40\%$, serta peningkatan nilai ekonomis produk sebesar $\pm 30\%$ dibanding produk sebelumnya. Inovasi Brownies Motif Batik Khas Jember berhasil menjadi produk unggulan yang bernilai budaya dan berdaya saing pasar.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Budaya Lokal; Teaching Factory; Jiwa Wirausaha; Brownies Batik.

Abstract: The main problem addressed in this community service program was the limited product variation and low innovation reflecting local cultural identity at the Mulia Bread & Cakes Teaching Factory, SMK Muhammadiyah 5 Kencong, Jember. The program aimed to enhance students' creativity, product innovation skills, entrepreneurial mindset, and the economic value of local culture-based products. The methods included socialization and workshops on product innovation, hands-on practice in producing batik-patterned brownies inspired by Jember's traditional motifs, training on hygienic production standards, and digital marketing training. The program involved the Teaching Factory partner and 20 students, with evaluation conducted through skill observation, product quality assessment, and sales performance analysis. The results showed an improvement in hard skills related to processing and product design by approximately 35%, soft skills such as creativity and entrepreneurship by around 40%, and an increase in product economic value by about 30% compared to previous products. The Batik Motif Brownies emerged as a competitive and culturally distinctive flagship product.

Keywords: Product Innovation Local Culture; Teaching Factory; Entrepreneurial Spirit; Batik Brownies.



Article History:

Received: 21-12-2025

Revised : 31-12-2025

Accepted: 03-01-2026

Online : 01-02-2026



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

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi kreatif global menunjukkan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, dengan nilai pasar industri kreatif dunia mencapai lebih dari USD 2,3 triliun per tahun dan menyerap sekitar 30 juta tenaga kerja (Risidianari et al., 2024). Di sektor kuliner, tren inovasi berbasis identitas budaya terbukti mampu meningkatkan nilai tambah produk hingga 30-50% melalui diferensiasi visual, cerita budaya, dan kemasan (Rimbawan et al., 2024). Namun, banyak unit usaha kecil dan pendidikan vokasi masih menghasilkan produk konvensional tanpa inovasi budaya dan belum optimal memanfaatkan pemasaran digital (Asrah et al., 2024), sehingga daya saing produk relatif rendah.

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah diakui UNESCO sebagai warisan budaya tak benda dunia dan memiliki nilai filosofis, estetika, serta identitas lokal yang kuat (Aisyah et al., 2024). Di Kabupaten Jember, batik berkembang dengan motif khas yang merepresentasikan kekayaan alam, sejarah, dan kearifan lokal daerah (Tande et al., 2024). Namun, pemanfaatan batik sebagai sumber inspirasi inovasi produk masih didominasi pada sektor fesyen dan kriya (Istiqomah & Amboro, 2024), sementara potensi pengembangannya pada sektor kuliner kreatif masih relatif terbatas. Integrasi motif batik ke dalam produk pangan menjadi pendekatan inovatif untuk memperluas makna budaya lokal sekaligus meningkatkan daya tarik visual dan nilai ekonomi produk kuliner (Pratiwi et al., 2025).

Teaching Factory sebagai model pembelajaran berbasis produksi di SMK berperan strategis dalam menyiapkan peserta didik agar memiliki kompetensi teknis, kreativitas, serta jiwa wirausaha yang sesuai dengan kebutuhan industri (Mastur, 2023). *Teaching Factory* Mulia *Bread & Cakes* di SMK Muhammadiyah 5 Kencong, Jember, memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk kuliner berbasis budaya lokal melalui inovasi desain dan konsep produk. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah pengembangan brownies motif batik khas Jember yang mengombinasikan keterampilan pengolahan pangan dengan visual budaya lokal. Brownies Batik tidak hanya berfungsi sebagai produk pangan, tetapi juga sebagai media edukasi budaya dan sarana peningkatan nilai jual produk kuliner lokal yang berdaya saing di pasar modern (Maulida et al., 2025).

Kondisi tersebut juga terjadi pada *Teaching Factory* (TeFa) Mulia *Bread & Cakes* di SMK Muhammadiyah 5 Kencong Jember. Unit usaha ini memiliki kapasitas produksi maksimal sekitar 100 produk per hari, namun realisasi pemanfaatan kapasitas rata-rata hanya 60-65%. Sekitar 90% produk yang dihasilkan masih berupa roti dan kue konvensional tanpa ciri khas lokal, sementara 75% penjualan hanya mengandalkan pasar internal sekolah dan lingkungan sekitar. Promosi digital masih sangat terbatas, dengan kontribusi penjualan daring kurang dari 10% dan omzet bulanan berkisar Rp3.000.000-Rp4.500.000.

Berdasarkan kondisi tersebut, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi pengembangan inovasi Brownies Motif Batik Khas Jember, peningkatan standarisasi dan pengendalian mutu produksi untuk menekan deviasi kualitas hingga 20% (Merdikawati et al., 2025), pengembangan kemasan dan branding yang ditargetkan meningkatkan daya tarik produk sebesar minimal 20% (Yeldi et al., 2024), serta penguatan manajemen usaha dan pemasaran digital dengan target peningkatan penjualan daring hingga 30% (Sausan & Rojali, 2024).

Berbagai penelitian dan pengabdian sebelumnya melaporkan bahwa inovasi produk kuliner berbasis budaya lokal mampu meningkatkan minat beli konsumen hingga 30-40% dan menaikkan nilai jual produk sebesar 25-35% (Yudhistira et al., 2025). Pengabdian di sektor UMKM kuliner menunjukkan bahwa penerapan diferensiasi budaya dan peningkatan kualitas visual produk berdampak pada peningkatan omzet rata-rata 20-30% dalam waktu enam bulan. Data ini menunjukkan bahwa pendekatan inovasi berbasis budaya relevan untuk diterapkan pada mitra Teaching Factory (Amri et al., 2025).

Penelitian lain di lingkungan SMK berbasis *Teaching Factory* menyebutkan bahwa pendampingan kewirausahaan dan produksi mampu meningkatkan hard skill siswa sebesar 30-45% serta soft skill kewirausahaan sebesar 35-50%, yang diukur melalui pre-test dan post-test kompetensi. Selain itu, penerapan manajemen usaha sederhana berbasis digital dilaporkan mampu meningkatkan akurasi pencatatan keuangan hingga lebih dari 90% serta mempermudah evaluasi kinerja usaha secara periodik (Adeliya et al., 2025). Temuan serupa juga dilaporkan oleh (Harbes et al., 2024) yang menyatakan bahwa implementasi *Teaching Factory* pada SMK bidang kuliner mampu meningkatkan kesiapan kerja dan kompetensi kewirausahaan siswa secara signifikan. Sementara itu, penelitian oleh Ahillah et al. (2025) menunjukkan bahwa integrasi pembelajaran berbasis proyek dan inovasi produk lokal dalam Teaching Factory berkontribusi terhadap peningkatan kreativitas siswa serta daya saing produk sekolah di pasar lokal. Studi lain oleh Pudoli et al. (2025) menegaskan bahwa pendampingan pemasaran digital pada unit produksi sekolah mampu meningkatkan jangkauan pasar dan volume penjualan produk hingga lebih dari 25%.

Dari sisi kebijakan, program revitalisasi SMK dan penguatan *Teaching Factory* menargetkan peningkatan keterlibatan dunia usaha dan industri hingga 70% dalam pembelajaran vokasi (Irwanto, 2024). Pemerintah juga menargetkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB nasional mencapai lebih dari 8%, dengan kuliner sebagai penyumbang utama (Khuamir & Yazid, 2025). Jember sendiri memiliki lebih dari 30 motif batik khas yang telah terdaftar, namun pemanfaatannya dalam inovasi produk kuliner masih sangat terbatas (Disma et al., 2025), sehingga peluang integrasi budaya lokal ke dalam produk memiliki potensi pasar yang besar (Ramayani et al., 2025).

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kompetensi 15–20 siswa dan guru pendamping dalam inovasi produk dan kewirausahaan, meningkatkan omzet *Teaching Factory* Mulia *Bread & Cakes* minimal 20% dalam enam bulan pasca-pendampingan, serta menciptakan produk unggulan berbasis budaya lokal yang bernilai ekonomi dan berkelanjutan. Melalui inovasi Brownies Motif Batik Khas Jember, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi lokal hingga sekitar Rp10 juta per tahun sekaligus mendukung pelestarian budaya daerah.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan melibatkan mitra secara aktif pada seluruh tahapan. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, sosialisasi, pelatihan, *workshop*, praktikum, dan pendampingan. Kegiatan dosen berperan sebagai fasilitator, narasumber, dan pendamping utama, sedangkan mahasiswa dilibatkan melalui kegiatan KKN tematik/asistensi kewirausahaan dalam pendampingan produksi, desain kemasan, serta pemasaran digital (Setyaningsih et al., 2023). Mitra kegiatan adalah *Teaching Factory* Mulia *Bread & Cakes* SMK Muhammadiyah 5 Kencong Jember dengan peserta sebanyak 3 guru produktif dan 15-20 siswa jurusan Tata Boga.

1. Pra Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pra kegiatan dilakukan untuk memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan mitra. Kegiatan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pengelola *Teaching Factory*, serta *Focus Group Discussion* (FGD) bersama guru dan siswa. Pada tahap ini dilakukan pemetaan permasalahan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran, serta pengukuran awal kemampuan peserta melalui pre-test. Hasil pra kegiatan digunakan sebagai dasar penyusunan rencana kerja, jadwal kegiatan, materi pelatihan, dan indikator keberhasilan program.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan dilaksanakan melalui rangkaian pelatihan, *workshop*, dan praktikum sesuai tawaran Solusi, Adapun tahapan kegiatan seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rencana dan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Waktu Pelaksanaan	Nama Kegiatan	Materi Utama	Pemateri
Minggu ke-1	Pelatihan Inovasi Produk	Pembuatan Brownies Motif Batik Khas Jember, teknik stencil, pewarna alami	Dosen + Mahasiswa
Minggu ke-2	<i>Workshop</i> Produksi & QC	SOP produksi, Quality Control, GMP	Dosen

Waktu Pelaksanaan	Nama Kegiatan	Materi Utama	Pemateri
Minggu ke-3	<i>Workshop</i> Kemasan & Branding	Desain kemasan bermotif batik, logo produk	Dosen + Mahasiswa
Minggu ke-4	Pelatihan Manajemen Usaha	Pembukuan digital, cash flow, manajemen stok	Dosen
Minggu ke-5	Pelatihan Digital Marketing	Konten media sosial, fotografi produk, storytelling	Dosen + Mahasiswa
Minggu ke-6	Pelatihan Kewirausahaan	<i>Business plan</i> , BEP, simulasi penjualan	Dosen

Seluruh kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan metode ceramah interaktif, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan lapangan. Mahasiswa membantu peserta dalam aspek teknis dan dokumentasi kegiatan, sementara dosen memastikan ketercapaian capaian pembelajaran dan kualitas hasil.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan dalam dua tahap. Evaluasi saat kegiatan berlangsung dilakukan melalui observasi langsung keterampilan peserta, wawancara singkat, serta angket pemahaman materi pada setiap sesi pelatihan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui respon peserta, tingkat keterlibatan, dan kendala yang muncul selama kegiatan. Evaluasi pasca kegiatan dilakukan melalui post-test, analisis perbandingan data sebelum dan sesudah program (produksi, kualitas produk, dan penjualan), serta wawancara mendalam dengan guru dan siswa. Evaluasi pasca kegiatan difokuskan pada pengukuran peningkatan hard skill dan soft skill, efektivitas inovasi produk, serta dampak ekonomi terhadap Teaching Factory. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan program dan perencanaan keberlanjutan kegiatan di masa mendatang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Pra Pelaksanaan

Tahap pra pelaksanaan bertujuan untuk memperoleh gambaran awal kondisi mitra dan kemampuan peserta sebelum program dilaksanakan. Kegiatan yang dilakukan meliputi observasi langsung di *Teaching Factory* Mulia *Bread & Cakes*, wawancara dengan pengelola dan guru produktif, serta *Focus Group Discussion* (FGD) bersama siswa jurusan Tata Boga. Hasil observasi menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan masih didominasi roti dan kue konvensional tanpa identitas budaya lokal, penerapan SOP produksi belum konsisten, serta pemasaran digital belum dimanfaatkan secara optimal.

Pada tahap ini juga dilakukan pengukuran kemampuan awal peserta melalui pre-test yang terdiri dari 20 soal, mencakup aspek pengetahuan

inovasi produk, standar produksi higienis, dasar kewirausahaan, dan pemasaran digital. Hasil pre-test ini digunakan sebagai dasar perancangan materi pelatihan, metode pendampingan, serta indikator keberhasilan program yang akan dievaluasi pada tahap akhir kegiatan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan pengabdian yang dilaksanakan secara bertahap dan partisipatif sesuai dengan solusi yang ditawarkan. Seluruh kegiatan dilakukan melalui kombinasi metode ceramah interaktif, demonstrasi, praktikum langsung, dan pendampingan lapangan. Kegiatan diawali dengan pelatihan dan praktikum inovasi produk, yaitu pembuatan Brownies Motif Batik Khas Jember menggunakan teknik stencil food grade dan pewarna alami. Peserta dilatih mulai dari pengolahan adonan, teknik pencetakan motif batik, hingga penyajian produk yang estetis. Motif yang dikembangkan adalah motif khas Jember, yaitu Daun Telasih, sebagai representasi budaya local, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Praktikum Inovasi Produk

Selanjutnya dilakukan workshop standarisasi produksi dan *Quality Control* (QC) yang meliputi penyusunan dan penerapan SOP produksi, penimbangan bahan baku secara presisi, pengaturan suhu dan waktu pemanggangan, serta pencatatan hasil produksi menggunakan QC checklist. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan konsistensi mutu dan kelayakan jual produk. Tahap berikutnya adalah pengembangan kemasan dan branding, di mana peserta dilatih merancang kemasan bermotif batik khas Jember, pembuatan logo produk, serta penentuan identitas merek. Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan manajemen usaha, meliputi pencatatan keuangan sederhana berbasis digital, pengelolaan arus kas, dan manajemen stok bahan baku.

Sebagai penunjang peningkatan daya saing, dilakukan pula pelatihan digital marketing, yang mencakup pembuatan konten promosi, fotografi produk, penulisan storytelling produk, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace. Tahap pelaksanaan ditutup dengan pelatihan kewirausahaan, meliputi penyusunan business plan sederhana, perhitungan *Break Even Point* (BEP), serta simulasi penjualan produk.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dan capaian hasil kegiatan. Evaluasi terdiri atas evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui observasi keterampilan peserta, wawancara singkat, serta penilaian praktik. Evaluasi hasil dilakukan melalui post-test yang menggunakan 20 soal dengan indikator yang sama seperti pre-test, sehingga memungkinkan analisis perbandingan kemampuan sebelum dan sesudah program. Hasil evaluasi kuantitatif seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Penguasaan Teknik Inovasi Produk Brownies Batik

Aspek Penilaian	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Penguasaan resep brownies	55	90
Teknik pencetakan motif batik	30	85
Kerapian dan estetika produk	45	88
Kesesuaian dengan SOP	50	90

Berdasarkan Tabel 2 terlihat peningkatan signifikan pada seluruh aspek keterampilan, dengan rata-rata 85% peserta mampu menghasilkan produk sesuai standar mutu.

Tabel 3. Perbandingan Kualitas Produk Sebelum dan Sesudah Penerapan QC

Indikator Kualitas	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Konsistensi rasa	65	90
Keseragaman tampilan	60	88
Ketepatan berat produk	70	92
Tingkat produk layak jual	68	93

Data pada Tabel 3 menunjukkan bahwa penerapan QC mampu menurunkan deviasi kualitas produk hingga $\pm 25\%$ dan meningkatkan tingkat kelayakan jual produk menjadi lebih dari 90%.

Tabel 4. Dampak *Branding* dan *Digital Marketing* terhadap Kinerja Usaha

Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program
Jumlah pengikut media sosial	± 500	$\pm 640 (+28\%)$
Interaksi konten	Rendah	$+35\%$
Kontribusi penjualan daring	$<10\%$	$\pm 30\%$
Rata-rata omzet bulanan (Rp)	3.500.000	4.300.000

Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa strategi branding dan pemasaran digital berdampak nyata terhadap peningkatan visibilitas produk dan omzet mitra.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Peningkatan Kompetensi Peserta

Aspek Kompetensi	Sebelum (%)	Sesudah (%)	Peningkatan
Hardskill produksi	50	85	+35%
Kreativitas desain produk	45	85	+40%
Pemahaman kewirausahaan	48	88	+40%
Kepercayaan diri berusaha	55	90	+35%

Hasil pada Tabel 5 menunjukkan peningkatan signifikan baik pada aspek teknis maupun *softskill* kewirausahaan peserta. Berdasarkan terlihat bahwa kegiatan pengabdian memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi peserta. *Hardskill* produksi meningkat sebesar 35%, yang menunjukkan bahwa peserta telah mampu menerapkan teknik pengolahan brownies batik dan SOP produksi secara lebih baik. Aspek kreativitas desain produk mengalami peningkatan sebesar 40%, mencerminkan kemampuan peserta dalam mengintegrasikan motif budaya lokal ke dalam produk kuliner secara estetis.

Pemahaman kewirausahaan juga meningkat sebesar 40%, yang menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta terkait manajemen usaha, pemasaran, dan perhitungan usaha. Selain itu, kepercayaan diri berusaha meningkat sebesar 35%, yang tercermin dari keberanian peserta dalam mempresentasikan produk, menentukan harga, dan melakukan simulasi penjualan. Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan berbasis Teaching Factory dan inovasi produk budaya lokal efektif dalam meningkatkan baik hard skill maupun soft skill kewirausahaan siswa, sekaligus berdampak positif terhadap kinerja usaha mitra.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan hasil yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kompetensi peserta serta kinerja *Teaching Factory*. *Hardskill* siswa dan guru pada aspek produksi, desain produk, dan pengendalian mutu meningkat rata-rata sebesar 35%, sedangkan *softskill* kewirausahaan yang mencakup kreativitas, kepercayaan diri, kerja tim, dan pemahaman bisnis meningkat sekitar 40% berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Dari sisi ekonomi, kegiatan ini berdampak pada peningkatan omzet usaha sebesar $\pm 22\%$ dalam tiga bulan pasca kegiatan, serta peningkatan kontribusi penjualan daring hingga sekitar 30% dari total penjualan. Capaian tersebut menegaskan bahwa pendekatan pendampingan terintegrasi dari hulu hingga hilir berbasis inovasi budaya lokal efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan Teaching Factory berbasis kewirausahaan.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar inovasi Brownies Motif Batik Khas Jember terus dikembangkan melalui penambahan varian rasa dan motif batik lokal lainnya serta diintegrasikan secara berkelanjutan ke dalam kurikulum *Teaching Factory*. Kegiatan pengabdian atau penelitian

selanjutnya dapat difokuskan pada penguatan sertifikasi produk, penerapan sistem *Point of Sale* (POS) berbasis digital, serta perluasan jejaring pemasaran melalui kolaborasi dengan UMKM dan partisipasi dalam event kuliner daerah. Selain itu, pengembangan pengemasan ramah lingkungan dan strategi pemasaran digital lanjutan berbasis teknologi perlu dilakukan guna mendukung skalabilitas dan keberlanjutan usaha sekolah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jember yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adeliya, Putri, Y., & Sanjaya, R. (2025). Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada UMKM di Era Digital) Literature Review. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 23-30 <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v5i1.3417>
- Ahillah, N., Saputra, H. H., Mustari, M., Fahrudin, F., & Wilian, S. (2025). Evaluasi Pelaksanaan Teaching Factory dalam Meningkatkan Mutu Sekolah: Studi Kasus SMKN 2 Sekotong Bidang Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(2), 1824–1829. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i2.3425>
- Aisyah Kharisma Yogi, Syahla Ayu Yasinta, Risa Nurul Akbar, Syifa Rahmi Fauzani, & Kundharu Saddono. (2024). Warisan Budaya Dunia “Batik” sebagai Bahan Ajar Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing dalam Mendukung Internasionalisasi Bahasa Indonesia. *Fonologi: Jurnal Ilmuan Bahasa dan Sastra Inggris*, 2(3), 236–248. <https://doi.org/10.61132/fonologi.v2i3.910>
- Amri, H., & Burhan, L. I. (2025). Pendampingan Pembuatan Produk Inovasi Berbasis Kearifan Lokal untuk Desa Lendang Nangka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi Teknologi Tepat Guna*, 1(2), 13–28.
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215-224 <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Disma, F. Z., Widiyanto, N., & Kusumawati, P. (2025). Wisata Gastronomi Berbasis Budaya Lokal Sebagai Upaya Pengembangan Makanan Tradisional. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 6(1), 72-81 <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jkpbp.v6i1.77872>
- Harbes, B., Sesmiarni, Z., Charles, C., Ahida, R., Iswantir, I., Aprison, W., Salsabila, S., & Armedo, M. (2024). Implementasi Model Pembelajaran Teaching Factory (TEFA) di SMK Negeri 1 Batipuh. *Paramacitra Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 9–16. <https://doi.org/10.62330/pjpm.v2i01.132>
- Irwanto. (2024). Peningkatan Mutu Lulusan Siswa SMK Negeri 2 Pandeglang Melalui Pembelajaran Teaching Factory. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian dan Inovasi*, 4(6), 22-30 <https://doi.org/10.59818/jpi.v4i6.990>
- Istiqomah, A. R., & Amboro, J. L. (2024). Perkembangan dan Karakterisasi Batik Klasik dalam Fashion Kontemporer Berbasis Budaya Visual. *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 27(3), 199–204. <https://doi.org/10.24821/ars.v27i3.10010>
- Khuamir, M., & Yazid, M. (2025). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Studi Literatur Kualitatif Terhadap

- Perkembangan Industri Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(3), 156–169.
<https://journal.tangrasula.com/index.php/jeki%0AANALISIS>
- Mastur. (2023). Implementasi Model Pembelajaran Teaching Factory (TeFa) untuk Menanamkan Jiwa Kewirausahaan Siswa Kelas XII Tata Busana SMK Negeri 1 Sumbawa Besar. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(4), 2346–2353. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1528>
- Maulida, A., Aulia Isna Lutfiana, Fina Milatin Khanifah, & Maisaroh. (2025). Transformasi Digital dalam Pengembangan Edupreneurship Berbasis Kearifan Budaya Batik melalui Pelatihan Membatik. *Jurnal Ilmiah Bisnis Digital*, 2(1), 11–20. <https://doi.org/10.69533/zq97ne74>
- Merdikawati, S., Pamungkas, A. B., & Sudri, N. M. (2025). Analisis Penerapan Six Sigma Sebagai Strategi Pengendalian Mutu Pada. *Jurnal Industri Dan Teknologi Terpadu*, 8(1), 1–10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47080/a3svyf72>
- Pratiwi, D. S., Taufik, M., & Sabar, M. (2025). Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Penguatan Kreativitas Remaja Griya Harapan Difabel melalui Desain Motif Batik Berbasis Ketahanan Pangan Cireundeu Creative Empowerment of Griya Harapan Difabel Youths through Batik Motif Design Based on Ci. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(4), 352–362. <https://doi.org/10.30651/aks.v9i4.27616>
- Pudoli, A., Setiono, D., Rusdah, R., Haryanto, I., & Sri Wahyuningsih. (2025). Pendampingan Pembelajaran Teaching Factory Pada Pemasaran Kreatif Di Smk Triguna 1956. *ARTINARA*, 4(2), 72–78.
<https://doi.org/10.36080/artinara.v4i2.258>
- Ramayani, N., Mahdalena, Z., Juandrif, R. P., & Zora, F. (2025). Pemanfaatan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(4), 5567–5574.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9791>
- Rimbawan, A., Adi, I. K., Wijaya, P., Sumadewa, I. N. Y., Nyoman, N., & Suryani, D. (2024). Re-branding Identitas Visual dalam Desain Kemasan Amenities Hospitality untuk Memperkuat Citra Merek. *JURNAL SASAK*, 6(1), 244–257.
- Risdianari, N.I., & Nisa, F. L. (2024). Pengaruh Penyerapan Tenaga Kerja dalam Kemajuan Ekonomi Kreatif. : : *Journal Of Economics*, 4, 86–91.
- Sausan, R. P. J., & Rojali. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal (ADIMAS Jurnal)*, 5(1), 33–41.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34306/adimas.v5i1.1132>
- Setyaningsih, M., Gunawan, A. R., & Srimurni, R. R. (2023). Peran Mahasiswa dalam Melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Ciptasari. *JURPIKAT(Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 699–711.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1465>
- Tande, V., Tobondo, Y. A., Tobondo, Y. V., Allolayuk, S., Tadjuka, M. A., Tadjuka, M. A., & Tjenemundan, D. (2024). Tenun dan Batik sebagai Representasi Kearifan Lokal: Analisis Studi Pustaka dalam Perspektif Etnomatematika untuk Pembelajaran Matematika. *AMBISI P-NA*, 1(1), 18–26.
<https://jurnal.unkrit.ac.id/index.php/APNA>
- Yeldi, D. G., Shherwin, A. B., & Zefanya, A. G. (2024). Jurnal Abdi Anjani Jurnal Abdi Anjani. *Jurnal Abdi Anjani*, 2(2), 180–184.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29303/anjani.v2i2.1450>
- Yudhistira, P., & Daryana, A. P. (2025). Model Manajemen Inovasi Produk Kuliner Tradisional Di Era Digital: Studi Kasus Pada Umkm Di Sumatera Utara. *Central Publisher*, 3(3), 3300–3311.