

PENDAMPINGAN UMKM BATIK LASEM MELALUI INOVASI CANTING CAP DAN DIGITAL MARKETING

Noor Azizah^{1*}, DS. Drajad Wibowo², Santi Andriyani³, A. Aviv Mahmudi⁴, Zahrotun Nasihah³,
Muhammad Reza Ahsanun Najid²

¹Sistem Informasi, Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

²Desain Produk, Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

³Pendidikan Bahasa Inggris, Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
Jalan Taman Siswa Tahunan, Jepara, Indonesia

azizah@unisnu.ac.id*, drajadwibowo@unisnu.ac.id, santi@unisnu.ac.id, 211320000606@unisnu.ac.id,
221260000593@unisnu.ac.id

⁴Sistem Informasi, Sains dan Teknologi, Universitas YPPI Rembang

Jalan Raya Rembang-Pamotan Km.4, Rembang, Indonesia

viva.althaf@gmail.com

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

UMKM Batik Tulis Lasem is one of the superior product MSMEs in Rembang Regency. The partners in this service are 2 MSMEs engaged in batik, namely Real Asto Batik and Safila Batik. The problems of both partners are the lack of product innovation and the lack of current marketing techniques. The purpose of this service is to increase partners' knowledge and skills regarding stamped batik techniques and digital marketing. In addition, the purpose of this service is to improve the management and productivity of partners in the lasem batik business. The methods in this service are socialisation, training and mentoring, technology application and evaluation. The results of the service showed that the skills and knowledge of the partners' stamping techniques and digital marketing increased with a percentage of 44% increasing very high, 54% stated high. In addition, the results of the programme evaluation also showed that the performance of the service team was very good. This programme became one of the programmes that had a positive impact on partners in particular, and in general, improving the economy and tourism of Rembang through textile and fashion products.

Keywords: digital marketing; Lasem batik; msme; stamp technique; productivity.

Abstrak

UMKM Batik Tulis Lasem merupakan salah satu UMKM produk unggulan yang ada di Kabupaten Rembang. Mitra pada pengabdian ini adalah 2 UMKM yang bergerak di bidang batik yaitu Real Asto Batik dan Safila Batik. Permasalahan kedua mitra adalah kurangnya inovasi produk dan kurangnya tehnik marketing kekinian. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra mengenai tehnik batik cap dan digital marketing. Selain itu, tujuan dari penabdian ini adalah untuk meningkatkan manajemen dan produktifitas mitra dalam usaha batik lasem. Metode pada pengabdian ini adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, penerapan teknologi dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa keterampilan dan pengetahuan mengenai teknik cap dan *digital marketing* mitra meningkat dengan prosentase 44% meningkat sangat tinggi, 54% menyatakan tinggi. Selain itu, hasil dari evaluasi program juga menunjukkan bahwa kinerja tim pengabdi sangat baik. Program ini menjadi salah satu program yang memberikan dampak positif bagi mitra secara khusus, dan secara umum adalah meningkatkan perekonomian dan pariwisata Rembang melalui produk tekstil dan *fashion*.

Kata kunci: pemasaran digital; batik Lasem; UMKM; teknik cap; produktivitas.

PENDAHULUAN

Lasem merupakan kota pesisir yang dulunya berkembang sebagai pelabuhan dagang. Sejak dahulu kala, Lasem telah menjadi daerah multikultural dengan beragam suku dan komunitas yang menjunjung tinggi toleransi dan pluralisme. Interaksi antara etnis Tionghoa dan Jawa sangat dinamis dan mencerminkan perpaduan budaya Jawa dan Tionghoa yang harmonis. Akulturasi terjadi dalam hal bahasa, arsitektur, batik, dan tradisi ritual [1]. Kota kecil Lasem di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah, adalah tempat asal batik Lasem. Perpaduan warna yang berani dan motif yang kaya dari batik ini mencerminkan akulturasi dari tradisi Jawa dan Tionghoa sejak abad ke-15 [2]. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Batik Tulis Lasem merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang memainkan peran penting dalam pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Lasem, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. UMKM ini tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga sebagai penjaga nilai-nilai tradisi dan warisan budaya batik yang memiliki sejarah panjang sejak zaman kerajaan.

Batik tulis Lasem merupakan karya seni lokal yang mencerminkan akulturasi masyarakat yang ada di Lasem, di mana Batik Tulis Lasem mendapatkan pengaruh kebudayaan Tionghoa dan Kebudayaan Jawa. Batik tulis lasem ini mulai berkembang mulai abad ke-18 [3]. Kota Lasem merupakan daerah di Jawa Tengah yang terkenal dengan batiknya setelah Pekalongan dan Solo [4]. Motif batik tulis lasem ini juga kental dengan kebudayaan jawa dan tionghoa, namun saat ini para pengrajin sudah banyak yang melakukan modifikasi dan inovasi terhadap motif batik lasem guna mengikuti permintaan pasar [3]. Perkembangan industri batik lasem ini mengalami perkembangan yang sangat fluktuatif. Dan mulai awal tahun 2000an, mulai ada perhatian untuk mengembangkan industri batik tulis lasem. Hal tersebut tertuang dalam RPJMD Kabupaten Rembang Tahun 2021-2026. Salah satu proyek yang menjadi bidang fokus garapan adalah membangun klaster industri batik lasem. Klaster batik tulis lasem ini, sudah di tetapkan oleh Bupati Rembang sebagai klaster pengembangan ekonomi lokal Kabupaten Rembang Tahun 2022 [5].

Secara umum, permasalahan yang terdapat di Batik Tuli Lasem ini adalah regenerasi pengusaha atau pengrajin batik. Selain itu juga kurangnya penguasaan teknologi informasi pada pengusaha batik itu sendiri [6].

UMKM yang menjadi mitra pengabdian ini adalah kelompok ekonomi yang bergerak pada sektor batik tulis yaitu Real Asto Batik dan Safila Batik. Kedua mitra ini sudah menjalankan bisnis batik tulis lasem kurang lebih 10 tahun. Produksi yang dilakukan oleh mitra rata-rata perbulan adalah 100-150 potong kain. Produk yang dijual mitra meliputi kain, baju dan vest. Sistem penjualan yang digunakan masih sederhana, hanya ,melalui getthok tular dan WA. Penggunaan Facebook dan IG belum maksimal. Harapannya perlu adanya sentuhan teknologi di berupa *digital marketing* untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM [9].

Berdasarkan hasil wawancara tim pengabdian kepada mitra, ada beberapa problematika yang dihadapi oleh mitra. Pertama adalah belum adanya penggunaan digital marketing yang sesuai dengan kebutuhan sekarang. Mitra hanya menggunakan IG tetapi dalam transaksi masih manual. Kedua, mitra belum memiliki inovasi dalam membuat produk. Mitra hanya fokus pada tehnik tulis, tidak menggunakan kolaborasi tehnik seperti printing dan cap.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait batik telah banyak dilakukan, antara lain berfokus pada peningkatan kualitas produk, pengelolaan limbah batik [7], serta strategi pemasaran melalui media sosial [8]. Namun, kegiatan pengabdian ini memiliki fokus berbeda, yaitu pada peningkatan produktivitas melalui penerapan teknik cap serta penguatan pemasaran menggunakan media berbasis website.

Sebagai upaya menjawab kebutuhan mitra, tim pengabdian memberikan solusi yang disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi, yaitu melalui dua pendekatan utama. Pertama, pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan mengenai digital marketing guna meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kedua, pelatihan dan pendampingan inovasi produk menggunakan teknik tulis kolaborasi cap sebagai bentuk pengembangan kreativitas dalam proses produksi batik.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mitra dalam pengelolaan digital marketing berbasis web serta memperkuat kemampuan dalam menerapkan teknik cap sebagai inovasi produksi. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan manajemen usaha batik tulis Lasem. Selain itu, mitra juga diharapkan mampu memperluas akses penjualan melalui penerapan strategi digital marketing yang telah difasilitasi oleh tim pengabdian.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Berdasarkan kebutuhan dan permasalahan yang dimiliki oleh mitra, maka metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini terlihat pada Gambar 1.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar1. Metode Pengabdian Masyarakat

Sosialisasi

Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada mitra mengenai program yang akan dijalankan bersama. Dengan adanya sosialisasi maka sinergitas akan terbangun.

Pelatihan

Pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep digital marketing kepada mitra melalui penggunaan aplikasi berbasis digital. Pemanfaatan aplikasi diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM, termasuk produk batik [10][11]. Selain itu, penggunaan aplikasi digital juga berfungsi sebagai sarana transaksi jual beli yang lebih mudah, aman, dan cepat [12]. UMKM yang mampu mengoptimalkan digital marketing memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan bertahan dibandingkan dengan pelaku usaha yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional [13].

Selain pelatihan digital marketing, kegiatan ini juga mencakup pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menerapkan teknik batik cap [14]. Batik cap merupakan jenis batik yang dibuat menggunakan alat cap berbahan tembaga berukuran sekitar 20 x 20 cm dengan motif tertentu [15]. Keunggulan teknik ini terletak pada efisiensi waktu dan tenaga dalam proses pembuatan [16]. Mitra juga menggunakan kain primis yang memiliki daya serap warna tinggi, sehingga menghasilkan kualitas batik yang lebih baik [17].

Penerapan Teknologi

Tahapan ini digunakan untuk transfer teknologi yang diberikan kepada mitra.

Pendampingan

Tahapan ini dilakukan tim untuk memberikan pendampingan intens paska pelatihan dan penerapan teknologi.

Evaluasi

Tahapan ini bertujuan untuk mengevaluasi program pengabdian yang dijalankan. Tahap ini juga akan melihat sejauhmana efektifitas program yang telah dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan tim pengabdian bersama mitra sebagai berikut:

Kegiatan Sosialisasi

Tim pengabdian melaksanakan kegiatan sosialisasi program kepada mitra dalam bentuk brainstorming dan diskusi interaktif. Pada tahap ini, mitra diajak berdiskusi mengenai teknis pelaksanaan program serta bentuk keterlibatan mereka selama kegiatan berlangsung. Mitra menunjukkan antusiasme dan semangat yang tinggi selama proses sosialisasi. Dokumentasi kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 2.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi

Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan kedua berupa sosialisasi dan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi yang dikembangkan oleh tim pengabdian, yaitu <https://geraibatik.com/>. Aplikasi ini dirancang sesuai dengan kebutuhan mitra untuk mendukung pemasaran produk batik secara digital.

Dalam pelatihan ini, tim memberikan pengetahuan mengenai pentingnya penerapan aplikasi digital dalam meningkatkan penjualan produk, serta memperkenalkan berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi tersebut. Mitra juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung penggunaan aplikasi. Tampilan beranda aplikasi

dapat dilihat pada Gambar 3, sedangkan antusiasme mitra selama pelatihan ditunjukkan pada Gambar 4.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 3. Tampilan Aplikasi Geraibatik



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 4. Mitra Semangat Mengikuti Pelatihan Aplikasi Batikpedia

Selama pelatihan berlangsung, mitra menunjukkan semangat dan antusiasme tinggi dalam mencoba setiap fitur aplikasi serta memahami manfaatnya terhadap peningkatan penjualan produk batik mereka.

Pelatihan Batik dengan Teknik Cap

Kegiatan ketiga adalah pelatihan pembuatan batik menggunakan teknik cap. Pada tahap ini, mitra dilatih untuk melakukan praktik langsung proses membatik dengan menggunakan canting cap. Adapun tahapan kegiatan meliputi:

1. Persiapan alat dan bahan bersama tim pengabdian;
2. Pemanasan lilin batik;
3. Penerapan teknik cap menggunakan alat cap hasil kreasi tim pada kain primis yang telah disiapkan;
4. Proses pewarnaan kain;
5. Proses glorodh (pembersihan lilin dari kain); dan
6. Penjemuran hasil batik cap.

Mitra berpartisipasi secara aktif pada setiap tahapan, mulai dari proses pencapan hingga tahap pewarnaan dan penjemuran. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung bagi mitra dalam meningkatkan keterampilan membatik dengan teknik cap yang lebih efisien. Dokumentasi kegiatan pelatihan batik cap disajikan pada Gambar 5.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 5. Proses Pelatihan Batik Cap

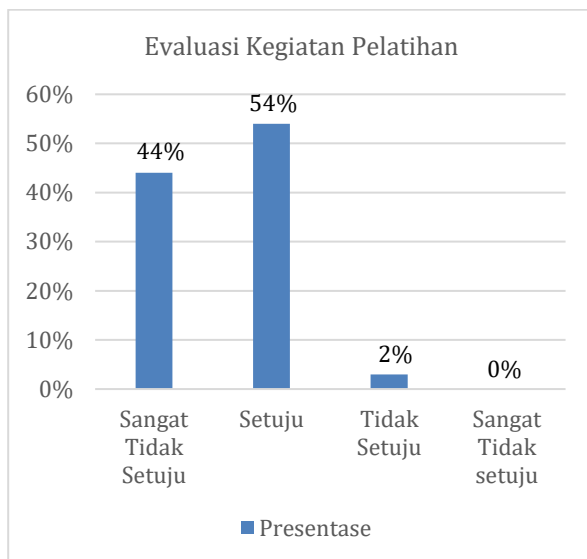
Setelah kegiatan pelatihan selesai, semua mitra menunjukkan antusiasme tinggi dengan mempresentasikan hasil pembelajaran mereka, seperti terlihat pada Gambar 6.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 6. Produk Hasil Pelatihan

Evaluasi

Setelah seluruh rangkaian kegiatan pelatihan selesai, tim pengabdian menyebarkan kuesioner kepada para mitra untuk menilai efektivitas program. Kuesioner ini terdiri dari delapan pernyataan yang berkaitan dengan materi, metode, dan hasil pelatihan yang diikuti. Hasil evaluasi dari 20 responden ditampilkan dalam grafik "Evaluasi Kegiatan Pelatihan" pada Gambar 7.



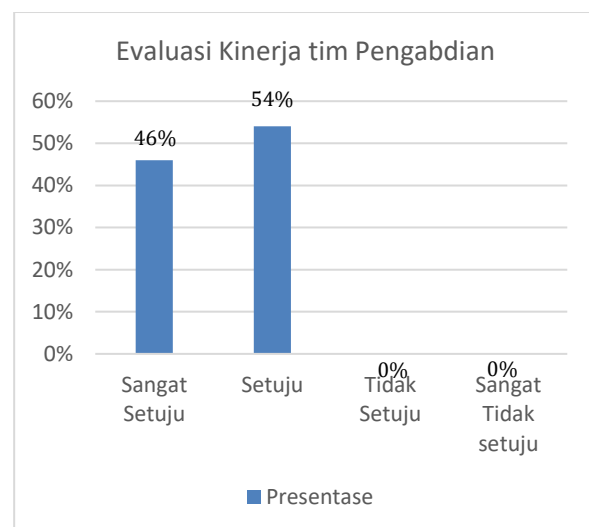
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 7. Bagan Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan hasil survei, 44% responden menyatakan “sangat setuju”, menunjukkan bahwa hampir setengah peserta merasa sangat puas dan yakin bahwa tujuan pelatihan telah tercapai, termasuk peningkatan keterampilan teknis dalam membuat batik cap serta pemahaman terhadap proses produksi. Sebanyak 54% responden memilih “setuju”, yang menunjukkan bahwa mayoritas peserta menilai pelatihan ini bermanfaat dan efektif dalam meningkatkan kemampuan mereka, meskipun beberapa aspek mungkin masih dapat dikembangkan lebih lanjut untuk memenuhi seluruh harapan peserta. Hanya 2% responden yang menyatakan “tidak setuju”, dan tidak ada peserta yang memilih “sangat tidak setuju”, sehingga hampir seluruh peserta memberikan penilaian positif terhadap program ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan batik cap tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri dalam menerapkan ilmu yang diperoleh. Selain itu, hasil ini menjadi indikator bahwa metode pelatihan yang digunakan kombinasi ceramah, praktik langsung, dan diskusi cukup efektif dalam mencapai tujuan program pengabdian masyarakat.

Evaluasi berikutnya difokuskan pada kinerja tim pengabdian. Grafik “Evaluasi Kinerja Tim Pengabdian” menggambarkan hasil penilaian dari 20 responden terhadap lima pernyataan terkait kinerja tim. Sebanyak 46% responden menyatakan “sangat setuju”, menunjukkan hampir setengah dari peserta sangat puas dengan kinerja tim, yang dianggap telah bekerja secara optimal dan memenuhi harapan. Sementara itu, 54% responden

menyatakan “setuju,” yang menandakan mayoritas menilai kinerja tim sudah baik dan memadai, meskipun terdapat potensi untuk peningkatan. Tidak ada responden yang memilih “tidak setuju” atau “sangat tidak setuju,” sehingga secara keseluruhan kinerja tim pengabdian dipandang positif oleh seluruh peserta. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai kinerja tim pengabdian sangat baik. Bagan evaluasi kinerja tim ditampilkan pada Gambar 8.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 8. Bagan Evaluasi Kinerja Tim

KESIMPULAN

Program pengabdian ini menunjukkan hasil yang positif dan berjalan sesuai dengan tahapan yang direncanakan, mulai dari sosialisasi program, pelatihan aplikasi digital marketing, hingga pendampingan teknik cap. Evaluasi terhadap kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa 44% responden menyatakan “sangat setuju” dan 54% menyatakan “setuju” terkait kebermanfaatan program, menandakan bahwa pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi para mitra. Selain itu, evaluasi terhadap kinerja tim pengabdian menunjukkan 46% responden menyatakan “sangat setuju” dan 54% menyatakan “setuju,” sehingga kinerja tim dinilai sangat baik dan memadai. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mitra, termasuk kemampuan inovasi dan perluasan pemasaran produk. Implikasi dari program ini terlihat pada peningkatan produktivitas dan kualitas manajemen usaha mitra, yang pada akhirnya berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi UMKM di Kabupaten Rembang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada DRTPM Kemendikbud RI yang telah memberikan Hibah Program Pengabdian Skema PM UPUD sehingga program dapat berjalan dengan lancar. Tim juga mengucapkan terimakasih kepada LPPM UNISNU Jepara karena telah mendukung program dengan penyiapan adminitrasi secara lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. J. Basiroen and I. B. K. Manuaba, "Culture Aspect of Javanese and Chinese Acculturation In Lasem," *Humaniora*, vol. 13, no. 2, pp. 91–97, 2022, doi: 10.21512/humaniora.v13i2.7527.
- [2] D. Prasetyo and N. Disarifianti, "Studi Pengembangan Desain Motif Batik Tulis Lasem Rembang," *Pros. Semin. Nas. Desain Komun. Vis.*, vol. 1, no. April, pp. 14–25, 2021, doi: 10.33479/sndkv.v1i.120.
- [3] L. F. Inayah, Y. H. Trinugraha, and N. Nurhadi, "Pelestarian Batik Tulis Lasem di Kalangan Perajin Batik Lasem di Desa Babagan Kabupaten Rembang," *Equilib. J. Pendidik.*, vol. 11, no. 1, pp. 113–121, 2023, doi: 10.26618/equilibrium.v11i1.9824.
- [4] P. Musonniva and J. S. Setyono, "Dinamika Fungsi Kota Lasem dalam Perkembangan Wilayah," *J. Tek. PWK*, vol. 9, no. 3, pp. 173–186, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/pwk>
- [5] P. K. Rembang, "Peraturan Bupati Rembang tentang Rencana Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Rembang Tahun 2022," 2022.
- [6] A. Roziqin, N. Retnandari, A. Fajrina, I. Sihidi, and M. Kamil, "The Local Government and Creative Industry: Experience from Batik Tulis Lasem Industries," *J. Bina Praja*, vol. 13, no. 3, pp. 419–429, 2021, doi: 10.21787/jbp.13.2021.419-429.
- [7] S. Sugito, A. Prahutama, and A. R. Hakim, "Pendampingan UKM Batik Bakaran dalam Upaya Peningkatan Produktivitas dan Kualitas," *J. Surya Masy.*, vol. 5, no. 1, p. 26, 2022, doi: 10.26714/jsm.5.1.2022.26-33.
- [8] D. S. Lailatul Zannah, Maslahah, Santika Dewi, Sri Yuedah, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Batik Tulis di Toko Asofa Ekonomi Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Universitas Islam Bunga Bangsa meningkatkan penjualan batik dengan cara yang lebih strategis dan efektif , serta bagai," vol. 2, no. 3, pp. 216–227, 2024.
- [9] S. W. Setyahuni, L. A. Oktoriza, N. A. Purusa, and Mahmud, "Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM Toko AMMA Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Laporan Keuangan," vol. 6, no. 3, pp. 485–494, 2024.
- [10] Zumrotul Fitriyah, Rafael Kelvlin Sofani, Crysanti Chandra Asia, and Muhammad Rizki Firmansyah, "Penggunaan Aplikasi Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Umkm," *Kreat. J. Pengabdi. Masy. Nusant.*, vol. 3, no. 3, pp. 30–40, 2023, doi: 10.55606/kreatif.v3i3.1984.
- [11] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, N. Nurcahyani, and R. N. Latifah, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *MANTAP J. Manag. Accounting, Tax Prod.*, vol. 2, no. 1, pp. 109–118, 2024, doi: 10.57235/mantap.v2i1.1592.
- [12] T. A. Larasati, A. Pradiptya, and M. Mawardani, "Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati," *Solusi*, vol. 20, no. 4, p. 397, 2022, doi: 10.26623/slsi.v20i4.6055.
- [13] Nofrisel Nofrisel, Edhie Budi Setiawan, Dian Artanti Arubusman, Theresye Yoanyta Octora, and Amrulloh Ibnu Kholdun, "the Role of Digital Marketing in Boosting Msme Marketing Performance," *Int. J. Econ. Manag. Res.*, vol. 2, no. 2, pp. 21–35, 2023, doi: 10.55606/ijemr.v2i2.92.
- [14] D. Kurniawati, O. J. Anggraeni, C. N. Karimah, A. Abdurahman, and A. Subagyo, "Inovasi Canting Cap Batik Sebagai Upaya Peningkatan Produksi Pada Wirausahawan Batik Disabilitas," *Prawara J. Abdimas*, vol. 2, no. 3, pp. 99–105, 2023.
- [15] I. Yuliarti, A. S. Jaya, and H. Herawati, "Pelatihan Batik Cap Dalam Rangka Meningkatkan Kreativitas Pengunjung Rumah Batik Komar Kota Bandung," *J. Dehasen Mengabdi*, vol. 1, no. 2, pp. 105–114–105–114, 2022.
- [16] S. Aini and T. B. Affanti, "Penciptaan Batik Kontemporer dengan Cap Berbahan Kertas," *Imajin. J. Seni*, vol. XVI, no. 1, pp. 25–31, 2022, [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/i majinasi>
- [17] D. Masfufah and A. Y. S. Fardhani, "Pengembangan Motif Batik Cap Menggunakan Konsep Modular Stamp Pada Produk Fashion," *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, vol. 9, no. 3, p. 251, Nov. 2022, doi: 10.26858/tanra.v9i3.36791.