

Peningkatan Daya Saing melalui Pengembangan Kinerja SDM dan Kemampuan Adaptasi Pasar

Diana Sulianti K. Tobing^{1*)}, Markus Apriono²⁾, Sudarsih³⁾, Nyoman Gede Krishnabudi⁴⁾

^{1,2,3,4)} University of Jember

*) Corresponding Author

diana.tobing@unej.ac.id

ABSTRAK: Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) batik di Jember menghadapi sejumlah tantangan. Penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam hal manajemen usaha, inovasi desain, dan literasi digital masih menjadi hambatan utama dalam peningkatan daya saing UMKM batik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan yang berorientasi pada pemberdayaan, di mana masyarakat didorong untuk mengenali potensi yang dimiliki, mengidentifikasi masalah yang dihadapi, serta menemukan solusi yang relevan melalui proses kolaboratif antara tim pelaksana dan mitra dampingan. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemilik UMKM dan karyawan mempunyai pemahaman dan keterampilan baru tentang literasi digital, manajemen usaha, serta inovasi desain batik. Pemilik kini lebih terampil dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas jaringan pemasaran, serta mampu melakukan pencatatan keuangan digital yang lebih rapi dan akurat.

Kata kunci : Daya Saing, Manajemen Usaha, Inovasi, Literasi Digital

ABSTRACT: Batik micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Jember face several challenges. Research shows that limited human resource capacity in business management, design innovation, and digital literacy remains a major obstacle to increasing the competitiveness of batik MSMEs. This community service activity was implemented using an empowerment-oriented approach, where the community was encouraged to recognize their potential, identify problems, and find relevant solutions through a collaborative process between the implementation team and assisted partners. The results of this community service activity were that MSME owners and employees gained new understanding and skills in digital literacy, business management, and batik design innovation. Owners are now more skilled in utilizing social media and marketplaces to expand their marketing networks and are able to maintain neater and more accurate digital financial records.

Keywords: Competitiveness, Business Management, Innovation, Digital Literacy

PENDAHULUAN

UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam menopang perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi di tingkat lokal dan nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia melebihi 60%, disertai dengan sumbangan yang besar dalam hal penyerapan tenaga kerja (KemenkopUKM, 2022). Sebagai salah satu daerah penghasil batik, Kabupaten Jember memiliki potensi signifikan untuk mengembangkan UMKM batik sebagai penghela ekonomi lokal. Potensi ini semakin kuat mengingat batik merupakan sektor

UMKM yang unik, menyandang nilai ekonomi sekaligus nilai budaya sebagai warisan leluhur yang diakui oleh UNESCO.

Kendati potensinya besar, upaya peningkatan daya saing UMKM batik Jember terkendala oleh beberapa masalah. Hambatan utama, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian, adalah lemahnya kapasitas SDM dalam hal literasi digital, manajemen usaha, dan kemampuan berinovasi pada desain (Izzuddin, Halim, & Wibowo, 2024). Di sisi lain, transformasi perilaku konsumen pascapandemi mengharuskan pelaku UMKM beradaptasi dengan tren konsumsi yang mengutamakan platform digital serta meningkatnya permintaan terhadap produk-produk yang bersifat unik dan berkelanjutan (Izzuddin & Halim, 2024). Tantangan lainnya adalah persaingan yang makin ketat dari produk tekstil modern dan batik daerah lain yang harganya lebih murah (Budi, 2024).

Riset membuktikan bahwa mengembangkan SDM adalah kunci bagi UMKM untuk bisa bersaing. Pelatihan di bidang manajemen, pemasaran, dan digital secara nyata mampu mendorong performa usaha dan membuka akses ke pasar yang lebih luas (Alfita, Nahari, Pramudia, & Kartika, 2021). Untuk mempertahankan keberlangsungan usaha, tiga langkah krusial yang harus diambil UMKM adalah: berinovasi pada produk, membangun branding yang kuat, dan mengadopsi strategi pemasaran digital sebagai respons terhadap perubahan lingkungan bisnis (Susanto, Suharto, & Puspitadewi, 2023; Fatoni, 2024).

Oleh karena itu, program pemberdayaan yang fokus pada peningkatan SDM dan adaptasi pasar sangatlah strategis untuk mengangkat daya saing UMKM batik Jember. Ini adalah investasi ganda: memperkuat ketahanan usaha, melestarikan identitas budaya, dan mendorong perekonomian daerah secara berkelanjutan. Memuat latar belakang kesenjangan antara kenyataan dan ideal, dan tujuan. Pendahuluan juga mendeskripsikan tentang kondisi dan situasi lokasi serta mitra.

PERMASALAHAN

Permasalahan yang dihadapi oleh pemilik dan pekerja UMKM adalah: (1) keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam hal literasi digital masih menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing UMKM batik, (2) kurangnya kemampuan UMKM dalam manajemen usaha untuk beradaptasi dengan pola konsumsi berbasis digital, (3) kurangnya kemampuan UMKM dalam menghasilkan produk yang unik dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini diimplementasikan dengan menerapkan pendekatan pemberdayaan yang mendorong partisipasi aktif komunitas. Dalam pendekatan ini, masyarakat difasilitasi untuk mengidentifikasi potensi internal, menganalisis masalah, serta merumuskan solusi yang kontekstual melalui proses kolaboratif antara tim pengabdian dan mitra dampingan. Peran tim pengabdian lebih sebagai fasilitator yang memicu munculnya inisiatif dan aksi mandiri dari komunitas, bukan sebagai pemberi program yang bersifat top-down.

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

Identifikasi Awal dan Eksplorasi Masalah. Melalui pendekatan partisipatoris, tahap awal program mengedepankan dialog intensif dengan para pelaku UMKM batik di Desa Sidomulyo, Jember. Kolaborasi dibangun dengan melibatkan secara inklusif

berbagai elemen komunitas seperti tokoh masyarakat, kelompok PKK, organisasi pemuda Karang Taruna, dan para pengrajin. Metode partisipatif yang diterapkan mencakup wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan pengamatan langsung. Proses eksplorasi ini menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai situasi faktual, kebutuhan esensial, serta ekspektasi masyarakat terhadap pengembangan usaha batik. Pemetaan masalah inti dan penyusunan prioritas solusi untuk permasalahan paling mendesak kemudian dilakukan berdasarkan temuan tersebut.

Perencanaan Program. Berdasarkan temuan identifikasi, tim dan masyarakat secara kolaboratif merumuskan rencana kegiatan yang berorientasi pada kebutuhan riil di lapangan. Perencanaan tersebut meliputi penetapan tujuan, penyusunan strategi, serta penentuan indikator capaian program. Seluruh desain kegiatan dirancang dengan mempertimbangkan aspirasi komunitas, kapasitas yang tersedia, serta potensi sumber daya lokal yang dapat dioptimalkan. Dengan pendekatan ini, program yang dihasilkan benar-benar kontekstual dan responsif terhadap kebutuhan komunitas dampingan.

Pelaksanaan Kegiatan. Tahap implementasi program merupakan fase operasionalisasi dari seluruh perencanaan yang telah disusun. Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat menjalankan berbagai aktivitas sesuai dengan jadwal dan kesepakatan yang telah ditetapkan bersama sebelumnya. Kegiatan inti mencakup:

Program diawali dengan kegiatan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, baik bagi pemilik usaha maupun karyawan, yang berfokus pada tiga aspek utama: peningkatan literasi digital, penguatan manajemen usaha, dan pengembangan inovasi desain batik. Dalam modul literasi digital, peserta tidak hanya menerima pemaparan teoritis tetapi juga melakukan praktik langsung, termasuk pembuatan akun media sosial bisnis, pengelolaan konten promosi, dan pemanfaatan fitur periklanan digital. Untuk aspek manajemen usaha, pelatihan mencakup pencatatan keuangan melalui aplikasi akuntansi sederhana, penyusunan perencanaan produksi, serta pengelolaan distribusi produk yang lebih efisien. Sementara pada aspek desain, peserta diperkenalkan dengan teknik pembuatan motif baru yang mengombinasikan metode manual dan digital menggunakan perangkat lunak desain grafis sederhana, sehingga meningkatkan nilai tambah dan daya tarik pasar produk batik.

Tahap selanjutnya berupa pendampingan adaptasi pasar yang dirancang secara aplikatif agar para pelaku usaha dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh ke dalam praktik usaha batik mereka. Peserta mendapatkan pendampingan langsung dalam pembuatan konten promosi digital, meliputi teknik fotografi produk dengan pemanfaatan pencahayaan alami, penyusunan latar belakang yang minimalis namun estetik, serta pengeditan gambar menggunakan aplikasi yang user-friendly. Selanjutnya, tim memberikan bimbingan dalam membuka toko online di platform marketplace terkemuka, mencakup seluruh proses dari registrasi akun, upload foto produk, penulisan deskripsi produk yang persuasif, hingga manajemen harga dan inventori. Pendampingan juga mencakup penguatan branding melalui pembuatan logo, pengembangan narasi cerita produk (storytelling), serta penerapan hashtag dan kata kunci strategis untuk meningkatkan visibilitas produk batik di ekosistem digital.

Rangkaian kegiatan diakhiri dengan membangun kolaborasi strategis bersama para pemangku kepentingan untuk memperluas jaringan dan menjamin keberlanjutan program. Pada fase ini, diselenggarakan pertemuan antara perajin batik dengan perwakilan pemerintah desa, dinas koperasi, serta komunitas kreatif lokal guna menjalin

kemitraan strategis. Aktivitas yang dilakukan mencakup fasilitasi partisipasi dalam pameran produk lokal, forum bisnis, dan pertemuan dengan pembeli potensial. Selain itu, disusun pula kerangka kerja sama yang mengatur pembagian peran, mekanisme pendanaan, serta akses perizinan dan sertifikasi produk. Melalui sinergi ini, para perajin tidak hanya mendapatkan perluasan akses pemasaran tetapi juga memperoleh pengakuan formal dan dukungan kelembagaan yang memperkuat posisi tawar mereka di pasar regional maupun nasional.

Evaluasi dan Refleksi. Proses evaluasi dilaksanakan untuk mengukur tingkat pencapaian tujuan program sesuai dengan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode pengukuran menggunakan instrumen kuesioner (pre-test dan post-test), dokumen observasi, serta wawancara reflektif bersama peserta. Selain itu, evaluasi juga dirancang untuk mengumpulkan umpan balik komprehensif dari peserta, pemerintah daerah, dan seluruh pemangku kepentingan terkait. Temuan evaluasi menjadi dasar perumusan rekomendasi strategis dan penyusunan rencana keberlanjutan untuk program pemberdayaan UMKM batik di Kabupaten Jember.

PELAKSANAAN

Data lapangan mengungkapkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM batik di Kabupaten Jember berada dalam rentang usia produktif (30-50 tahun) dengan dominasi gender perempuan yang meneruskan tradisi membatik secara turun-temurun. Profil pendidikan bervariasi dari tingkat menengah hingga perguruan tinggi, dengan pengalaman usaha berkisar 5-15 tahun. Mayoritas usaha masih bersifat keluarga dengan skala produksi terbatas serta sistem manajemen keuangan dan pemasaran yang konvensional. Temuan ini mengindikasikan urgensi penguatan kapasitas, khususnya dalam digitalisasi usaha, tata kelola manajemen, dan inovasi produk.

Pelatihan Literasi Digital

Pelatihan literasi digital dirancang untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam memanfaatkan teknologi informasi guna mendukung pemasaran produk batik. Secara teknis, materi pelatihan mencakup pembuatan akun media sosial bisnis (Facebook, Instagram, TikTok), pengelolaan profil usaha yang profesional, serta publikasi konten promosi berupa foto dan video pendek. Peserta juga mendapatkan pelatihan praktis teknik fotografi produk dasar dengan memanfaatkan pencahayaan alami, penataan latar belakang yang sederhana, dan aplikasi editing sederhana melalui ponsel pintar. Selain itu, program ini memperkenalkan strategi penggunaan hashtag, penulisan caption persuasif, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar untuk memperluas jangkauan pasar.

Pelatihan Manajemen Usaha

Program pelatihan manajemen usaha ini dirancang dengan tiga pilar utama: pembukuan keuangan, perencanaan produksi, dan pemasaran dasar. Dari segi teknis, peserta dibekali keterampilan menggunakan tools digital seperti Google Sheets atau software akuntansi gratis untuk mencatat transaksi keuangan dan menyusun laporan arus kas bulanan. Pada modul produksi, materi berfokus pada penyusunan perencanaan bahan baku, penjadwalan, serta alokasi sumber daya dalam konteks usaha keluarga. Sementara itu, segmen pemasaran mencakup pelatihan penetapan harga berdasarkan biaya produksi, margin keuntungan, serta pemanfaatan strategi diskon sebagai daya tarik bagi pelanggan.

Pelatihan Inovasi Desain Batik

Program pelatihan inovasi desain batik ini dirancang dengan tujuan ganda: memperluas variasi motif dan menyelaraskan produk dengan perkembangan tren pasar. Peserta diperkenalkan pada prinsip-prinsip desain grafis melalui aplikasi user-friendly seperti Canva untuk menciptakan motif batik digital. Rancangan digital ini selanjutnya ditransfer secara manual ke atas pola kain, menghasilkan perpaduan estetika tradisional dan modern. Fokus lain pelatihan adalah pengembangan motif yang menginspirasi dari kearifan lokal Jember, seperti flora endemik dan ikon budaya, guna menciptakan nilai unik dan identitas khas. Cakupan materi juga meliputi inovasi produk turunan batik (tas, syal, aksesoris) guna memperluas potensi pangsa pasar (gambar 1).



Gambar 1. Pengenalan Inovasi

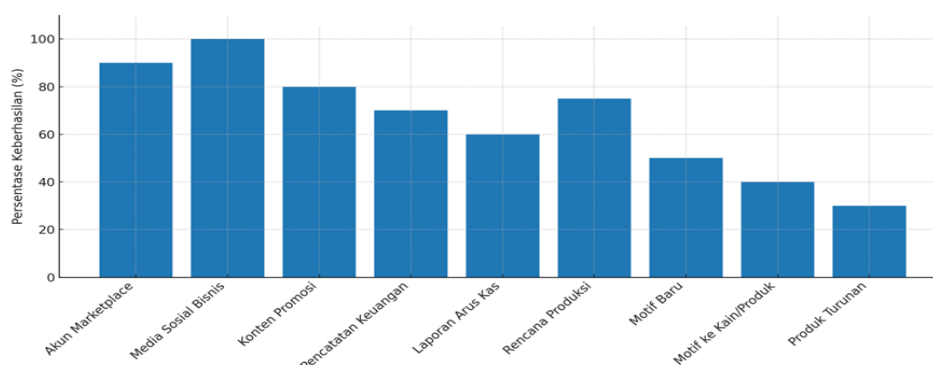
HASIL DAN LUARAN

Evaluasi pelatihan mengungkap peningkatan signifikan pada pemahaman, kompetensi, dan keyakinan diri para pelaku UMKM batik dalam mengadopsi teknologi digital, menjalankan operasional usaha, serta berinovasi pada produk. Secara teoretis, temuan ini konsisten dengan dan memperkuat hasil penelitian Santoso et al. (2021) yang menyatakan bahwa penguasaan teknologi digital adalah kunci utama yang mendorong peningkatan daya saing pelaku UMKM di pasar ekonomi digital. Kapasitas yang semakin matang dalam hal pengelolaan keuangan dan perencanaan produksi berkontribusi signifikan terhadap ketahanan usaha, suatu temuan yang sesuai dengan pernyataan dari Hutagalung & Sari (2020); Tobing et al. (2024) bahwa penerapan tata kelola usaha yang efektif secara langsung berpengaruh terhadap stabilitas operasional dan ekspansi bisnis UMKM.

Pendekatan partisipatif dalam pelatihan ini mengubah pelaku UMKM dari sekadar penerima manfaat menjadi agen aktif yang terlibat dalam perancangan dan implementasi strategi usaha. Inovasi desain batik yang dihasilkan tidak hanya menunjukkan kreativitas sebagai strategi diferensiasi produk, tetapi juga membuktikan kebenaran temuan Wulandari (2019) yang mengungkapkan bahwa pembaruan motif dan diversifikasi produk batik lokal berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan nilai ekonomi produk. Dari sudut pandang pemberdayaan masyarakat, pendekatan partisipatif yang diterapkan menjadikan pelaku UMKM bukan hanya sebagai penerima pasif, melainkan sebagai pihak yang terlibat aktif dalam perancangan dan implementasi strategi usaha mereka.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa inisiatif pengabdian masyarakat ini memberikan dampak ganda, yakni peningkatan kapasitas sumber daya manusia

sekaligus penguatan ekosistem industri batik di Kabupaten Jember. Implementasi pelatihan literasi digital berhasil memperluas jangkauan pasar, sementara pelatihan manajemen usaha meningkatkan efisiensi operasional dan tata kelola administrasi. Di sisi lain, pelatihan inovasi desain berhasil merangsang terciptanya produk-produk kreatif yang selaras dengan preferensi konsumen kontemporer. Evaluasi pelatihan dilakukan dengan mengukur tingkat pencapaian setiap aktivitas. Hasil pengukuran tersebut disajikan dalam Gambar 2 yang menggambarkan capaian pelatihan UMKM batik di Kabupaten Jember.



Gambar 2. Capaian pelatihan UMKM batik di Kabupaten Jember

Berdasarkan data yang tertera pada gambar, pelatihan literasi digital menunjukkan tingkat pencapaian tertinggi. Seluruh peserta berhasil membuat akun media sosial untuk bisnis, diikuti oleh 90% yang sukses membuka toko daring di platform e-niaga, dan 80% telah mampu mempublikasikan konten promosi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM batik menunjukkan adaptasi yang cepat terhadap platform digital yang bersifat praktis dan memberikan hasil yang langsung terlihat. Hasil ini konsisten dengan penelitian Santoso et al. (2021) yang menegaskan bahwa kesuksesan pelatihan literasi digital sangat bergantung pada motivasi peserta untuk memperluas jangkauan pasar.

Pada pelatihan manajemen usaha, tingkat pencapaian peserta menunjukkan hasil yang cukup baik meskipun belum optimal. Sebanyak 70% peserta telah mampu mengoperasikan aplikasi pencatatan keuangan digital, namun hanya 60% yang berhasil menyusun laporan arus kas bulanan. Temuan ini mengindikasikan adanya hambatan literasi numerik pada sebagian peserta, sehingga diperlukan program pendampingan berkelanjutan. Di sisi lain, 75% peserta telah berhasil menyusun perencanaan produksi sederhana, menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya perencanaan dalam menjaga kelangsungan produksi. Hasil ini selaras dengan penelitian Hutagalung & Sari (2020) yang menegaskan bahwa pengelolaan keuangan dan produksi merupakan pilar fundamental bagi keberlanjutan usaha UMKM.

Di sisi lain, pelatihan inovasi desain batik menunjukkan tingkat pencapaian yang paling rendah. Hanya separuh dari peserta yang berhasil menciptakan motif baru, dan persentase yang lebih kecil lagi yang mampu mengaplikasikannya pada medium kain maupun produk turunan. Kendala utama yang teridentifikasi meliputi keterbatasan

penguasaan teknis desain grafis digital serta kurangnya pengalaman dalam mengeksplorasi variasi desain beyond motif tradisional yang telah mapan. Meskipun demikian, beberapa produk turunan seperti tas tangan, syal, dan dompet yang berhasil diproduksi menunjukkan potensi pengembangan yang menjanjikan. Temuan ini memperkuat penelitian Wulandari (2019) yang menyatakan bahwa inovasi desain batik lokal memerlukan pendampingan berkelanjutan dalam jangka panjang untuk menciptakan diversifikasi produk yang kompetitif.

Berdasarkan grafik, pelatihan literasi digital menunjukkan tingkat keberhasilan tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta dapat dengan cepat menguasai keterampilan pemasaran digital dasar karena manfaat yang langsung terlihat dalam perluasan jangkauan pasar. Analisis hasil program menunjukkan disparitas pencapaian yang jelas: transformasi digital mencapai adopsi lebih cepat dibanding inovasi kreatif. Faktor penentunya adalah persepsi peserta akan urgensi - pemasaran digital dianggap lebih prioritas karena dampak langsungnya pada penjualan, sementara inovasi desain dipandang sebagai investasi jangka panjang yang memerlukan komitmen berkelanjutan.

Program pengabdian masyarakat ini sekaligus mengukuhkan pentingnya pendekatan partisipatif dengan melibatkan peserta tidak hanya sebagai penerima materi, tetapi juga sebagai pelaku praktik langsung yang kontekstual dengan model usaha mereka. Melalui pendekatan ini, program berhasil melampaui sekadar transfer pengetahuan dan benar-benar mendorong transformasi perilaku berbisnis. Untuk ke depannya, program tindak lanjut yang disarankan meliputi penyelenggaraan klinik pemasaran digital, workshop desain batik berbasis perangkat lunak yang lebih aplikatif, serta pembentukan komunitas UMKM batik Jember guna memperkuat jejaring dan keberlanjutan usaha.

KESIMPULAN

Program pemberdayaan UMKM batik di Jember telah mentransformasi kapasitas baik pemilik maupun pekerja usaha. Transformasi paling nyata terlihat pada penguasaan literasi digital, manajemen usaha, dan inovasi desain di kalangan pemilik UMKM. Mereka kini mampu memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan mengimplementasikan sistem pencatatan keuangan yang akurat. kompetensi ini menjadi fondasi untuk pengambilan keputusan bisnis yang strategis dan keberlanjutan usaha. Inovasi produk yang dihasilkan juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai ekonomi batik.

Di sisi lain, karyawan UMKM juga mendapatkan manfaat yang signifikan dari program ini. Mereka mengakuisisi beragam kompetensi teknis baru, termasuk teknik fotografi produk, produksi konten promosi digital, serta penguasaan aplikasi sederhana untuk menunjang operasional produksi dan pemasaran. Peningkatan kapasitas SDM ini tidak hanya berdampak pada optimasi produktivitas usaha, tetapi juga membuka prospek pengembangan profesional di industri ekonomi kreatif. Dengan demikian, program ini berhasil memperkuat daya saing bisnis sekaligus meningkatkan kesejahteraan secara komprehensif bagi seluruh pelaku UMKM batik.

Keberlanjutan program ini memerlukan komitmen pendampingan berkelanjutan dalam bentuk klinik pemasaran digital, workshop inovasi desain, dan pelatihan manajemen keuangan berbasis teknologi. Kolaborasi strategis dengan pemerintah daerah dan dinas koperasi sebagai fasilitator menjadi kunci untuk memperluas akses

pasar UMKM batik melalui berbagai channel termasuk pameran, festival budaya, dan kemitraan dengan sektor swasta.

Penguatan kolaborasi antar pelaku UMKM batik di Kabupaten Jember melalui komunitas kreatif merupakan langkah krusial. Komunitas ini berperan sebagai platform untuk bertukar pengetahuan, sumber daya, dan mengkatalisasi inovasi kolektif. Jejaring semacam ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar, tetapi lebih jauh, akan mentransformasi sektor ini menjadi pilar ekonomi lokal yang berkontribusi signifikan terhadap pembangunan daerah. Kesimpulan berisikan keseluruhan perencanaan sampai pada kegiatan pengabdian berakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfita, R., Nahari, R. V., Pramudia, M., & Kartika, K. 2021. Pelatihan digital marketing untuk UMKM batik. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 5(2). <https://doi.org/10.33292/mayadani.v5i2.225>
- Budi, W. S. I. 2024. Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Batik Sidomulyo Kabupaten Jember. *Interelasi*, 1(1). <https://doi.org/10.24716/vjw2xy93>
- Fatoni, I. 2024. Strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui pengembangan, desain, dan kualitas produk: Kasus pada pengrajin kain batik di Mayang, Kabupaten Jember. *Ekobis Journal of Economy and Business*, 1(2). <https://doi.org/10.70079/ekobis.v1i2.62>
- Izzuddin, A., & Halim, M. 2024. Strategi komunikasi pemasaran UMKM Batik Jember: Pendekatan etnografi dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 11(1). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v11i1.3105>
- Izzuddin, A., Halim, M., & Wibowo, Y. G. 2024. Peran inovasi, sumber daya, dan modal sosial terhadap ketahanan UMKM batik di Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v10i1.1799>
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2022. Laporan tahunan Kementerian Koperasi dan UKM 2022. Jakarta: KemenkopUKM.
- Susanto, Y. B., Suharto, A., & Puspitadewi, I. 2023. Analisis strategi pemasaran UMKM Batik Semboro dengan metode STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 143–148.
- Tobing, D.S.K., Apriono, M., Sudarsih., Krishnabudi, N.G., & Salsabila. 2024. The role of work motivation in moderating individual factors that influence employee performance. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 8(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2024.v8.i3.6325>