

Video Interaktif Meningkatkan Citra Merk dan Usaha Industri Kecil Menengah Produk Textile

¹⁾Widiya Avianti*, ²⁾Ina Revayanti, ³⁾Luthfi Setiadiwibawa, ⁴⁾Alma Catherina Surya Putri, ⁵⁾Wildan Syahrul Mubarak, ⁶⁾Faizin Abiyoga

^{1,2,3,4,5,6)}Universitas Winaya Mukti, Indonesia

Email Corresponding: widythea@gmail.com* ; widiya@unwim.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Company Profile E-Catalog Industri Textile UMKM Video	Tujuan dan manfaat dari pelaksanaan hibah PKM ini adalah melakukan Penyusunan dan Pengembangan <i>Company Profile</i> Industri Kecil Menengah Produk Textile Berbasis Video sebagai Media Informasi Peningkatan Citra AHA Textile sebagai pelaku UMKM pada Industri Textile Rumahan di Desa Pameuntasan Kecamatan Kutawaringin Kabupaten Bandung. Penyusunan <i>company profile</i> diiringi dengan pembuatan katalog berbasis video dengan teknologi multimedia interaktif memanfaatkan platform media sosial (<i>Instagram, Tiktok, Youtube</i> dan <i>Website</i>) bagi industri textile rumahan bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan secara visual dan menarik, meningkatkan daya tarik dan memiliki citra perusahaan sehingga membentuk kepercayaan pelanggan, serta memudahkan pemasaran dan penjualan produk. Untuk meningkatkan kemampuan Manajemen AHAtextile dalam mengelola aspek Manajemen berbasis teknoloi, diselenggarakan kegiatan hardskill berupa pelatihan digital marketing dan pembuatan konten marketing. Dengan metode tersebut, dihasilkan kemampuan karyawan beserta tim Manajemen AHAtextile mampu menjangkau konsumen-konsumen baru dengan jaringan lebih luas berdasarkan data kuantitatif yang dihasilkan dari jumlah viewer di media sosial AHAtextile.
	ABSTRACT
Keywords: Company Profile Electronic Catalog Textile Industry MSMEs Video	The purpose and benefits of implementing this PKM grant are to compile and develop a video-based company profile of small and medium-sized textile products as a medium of information to improve the image of AHA Textile as an MSME player in the home-based textile industry in Pameuntasan Village, Kutawaringin District, Bandung Regency. The development of the company profile is accompanied by the creation of a video-based catalog using interactive multimedia technology, leveraging social media platforms (Instagram, TikTok, YouTube, and websites) for the home-based textile industry. This aims to introduce the company visually and attractively, enhance its appeal and corporate image to build customer trust, and facilitate product marketing and sales. To enhance AHAtextile Management's capabilities in managing technology-based management aspects, hard skill activities were conducted in the form of digital marketing training and marketing content creation. Through this approach, employees and the AHAtextile Management team gained the ability to reach new consumers through a broader network based on quantitative data derived from the number of viewers on AHAtextile's social media platforms.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Industri Tekstil Rumahan di era ekonomi saat ini masih berhadapan dengan sejumlah tantangan serius tetapi juga memiliki peluang besar untuk bangkit dan berkembang dengan dukungan teknologi, kebijakan pemerintah, serta inovasi produk dan pemasaran yang tepat (Nugroho et al., 2025). Hasil analisis kondisi eksisting industri tekstil rumahan pada umumnya menunjukkan bahwa industri ini masih menghadapi berbagai tantangan signifikan, termasuk keterbatasan teknologi, efisiensi produksi, permodalan, dan pengelolaan limbah (Askari et al., 2024). Industri tekstil rumahan biasanya belum mengadopsi pengelolaan limbah yang memadai dan masih bergantung pada teknologi yang kurang modern, sehingga berpotensi menghambat produktivitas

dan keberlanjutan usaha kecil ini. Selain itu, industri rumahan seringkali menghadapi keterbatasan akses permodalan dan dukungan tenaga kerja yang terampil (Rachman et al., 2025). Tenaga kerja didominasi oleh skala kecil dan pengrajin yang berorientasi pada produksi manual, sehingga kapasitas produksi terbatas (Wilanda & Rustariyuni, 2019). Faktor-faktor ini menuntut adanya peningkatan aspek manajemen di AHA Textile yang merupakan salah satu industri textile rumahan yang berada di Kabupaten Bandung. Dibutuhkan strategi efisiensi, penerapan teknologi tepat guna, serta dukungan kebijakan untuk mendukung keberlanjutan UMKM khususnya industri tekstil rumahan.

Pada umumnya kegiatan Pengabdian masyarakat bagi UMKM berfokus pada Manajemen operasional dan hasil produksi dengan inovasi diantaranya inovasi produk dan kemasan. Namun dari hasil survei observasi yang dilakukan bahwa UMKM perlu meningkatkan aspek Manajemen berupa penyusunan citra usaha untuk memberikan posisi usaha di masyarakat dan meningkatkan kepercayaan konsumen. AHA Textile hadir dan berfungsi sebagai industri menengah, atau midstream, di antara industri hulu dan hilir. AHA Textile adalah salah satu industri tekstil dan produk tekstil (TPT) skala rumahan UMKM yang didirikan sejak tahun 2018 dan fokus produksinya adalah pemintalan benang dan kain yang kemudian digunakan oleh industri hilir untuk membuat pakaian jadi. Fokus produksinya adalah mengolah bahan baku seperti karet elastis, polyester, nylon, dan benang jahit volume besar untuk menghasilkan pemintalan dan pengemasan bahan baku, yang menghasilkan karet elastis berukuran 2 cm, 3 cm, dan 4 cm.

Pengelolaan aspek manajemen pada Industri textile rumahan ini belum menjadi suatu kebutuhan utama (Arifin & Hermanto, 2023), saat ini pelaku usaha AHA Textile lebih berfokus pada operasional produksi dan penjualan produk. Hal ini yang perlu dilakukan pendampingan akademisi, sehubungan wawasan dan pengetahuan aspek manajemen keseluruhan yang perlu dipahami oleh pelaku usaha dengan memanfaatkan teknologi digital serta media sosial sebagai alat komunikasi dengan jangkauan luas (Satya et al., 2018). Industri kecil dan menengah (UMKM) ini membutuhkan inovasi dan kreativitas dalam produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan saat ini (Ekawati & Ikhwana, 2024).

II. MASALAH

Tenaga kerja didominasi oleh skala kecil dan pengrajin yang berorientasi pada produksi manual, sehingga kapasitas produksi terbatas (Wilanda & Rustariyuni, 2019). Kondisi tenaga kerja yang terdapat di AHAtextile merupakan karyawan dengan sistem kekeluargaan, artinya karyawan AHAtextile memiliki saling keterhubungan keluarga yang menjadi permasalahan dalam kegiatan produksi dan bisnis, menyebabkan fungsi manajemen Sumber Daya Manusia menjadi lemah.



Gambar 1. AHAtextile Industri textile rumahan

Tantangan Utama pada AHA Textile diantaranya :

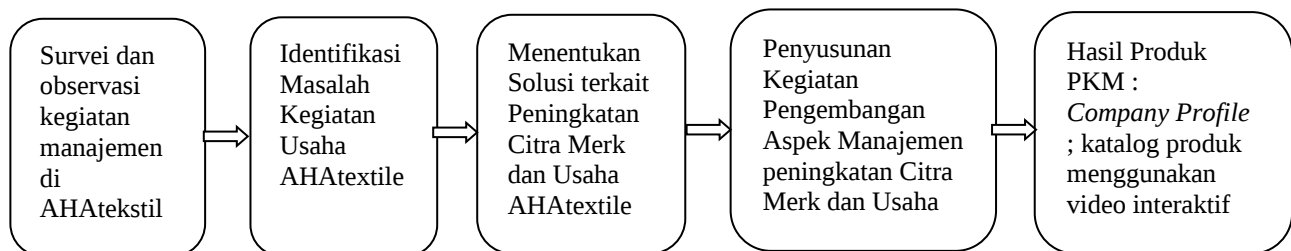
- 1) Keterbatasan modal dan akses perbankan untuk pengembangan usaha, disebabkan belum memiliki legalitas usaha dan masih sebatas ijin usaha daerah setempat
- 2) Belum memiliki company profile yang dapat menjabarkan kondisi usaha serta tujuan dari usaha tersebut
- 3) Tidak terdapat katalog produk, sehingga mengakibatkan komunikasi yang kurang efisien dari segi waktu dalam melakukan penjualan maupun melayani pertanyaan konsumen perihal produk benang dan karet elastis ini.
- 4) Ketergantungan pada bahan baku impor dan secara pemesanan produk kepada pabrikan, tidak dapat memilih warna benang.

- 5) Persaingan dengan produk tekstil dari industri besar dan serbuan produk impor murah (Safitri & Nelfiyanti, 2025).
- 6) Efisiensi dan produktivitas rendah akibat metode produksi tradisional dan kurangnya kerjasama eksternal dan inovasi khususnya dibutuhkan kreativitas dan inovasi dalam pengolahan limbah benang menjadi barang bernilai (Simpony et al., 2025).

Berdasarkan tantangan pada Industri tekstil rumahan, perlu mendapat perhatian khusus dalam pembaruan teknologi, peningkatan kemampuan tenaga kerja, serta pengelolaan limbah yang ramah lingkungan (Ulfiyah & Syafrinadina, 2024). Pada Kegiatan PKM ini, berfokus pada peningkatan aspek Manajemen berupa penyusunan *company profile* dengan menggunakan video interaktif sekaligus menyusun katalog produk sehingga memudahkan konsumen untuk lebih mengenal produk AHAtextile. Pada Kegiatan PKM ini, berfokus pada peningkatan aspek Manajemen berupa penyusunan *company profile* dengan menggunakan video interaktif sekaligus menyusun katalog produk sehingga memudahkan konsumen untuk lebih mengenal produk AHAtextile. Program PKM didukung oleh Kemdiktisaintek merupakan bentuk dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait dalam bentuk fasilitasi dana hibah yang dipergunakan sebagai bagian untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing industri tekstil rumahan di Indonesia (Zuriyah & Salma, 2021).

III. METODE

Pengabdian Masyarakat yang berlangsung di Lokasi AHAtextile, memiliki metode yang berfokus pada peningkatan merk dan usaha industri rumahan ini.



Gambar 2. Metode PKM

Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut, diuraikan menjadi 5 langkah nyata sebagai berikut :

1. Persiapan : melakukan survei dan diskusi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada saat penyusunan dan pembuatan *company profile*, katalog produk serta menentukan dan menetapkan sasaran pelatihan yang sesuai dengan tujuan dari pengabdian ini. Pada tahap persiapan juga dilakukan persiapan materi dan alat teknologi yang digunakan pada pelatihan berupa *handphone* dan *laptop*.
2. Pelaksanaan : Pada era digitalisasi saat ini, UKM dan Industri rumahan perlu memiliki kemampuan dalam menerapkan teknologi pada aspek manajemen usahanya. Namun kemampuan secara pengetahuan teknologi serta investasi yang belum menjadi konsentrasi utama dalam menjalankan usahanya, menjadikan hal ini tidak menjadi prioritas dalam aspek manajemen usaha
3. Penyusunan dan pembuatan Hasil Kegiatan : Metode pelaksanaan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi :
 - a) Pada Tahapan Awal (I), dilakukan sosialisasi mengenai tata kelola manajemen usaha khususnya skala UMKM untuk berfokus pada pembenahan manajemen secara internal guna mencapai tujuan usaha yang diinginkan.
 - b) Tahapan kedua (II) menyusun visi, misi dan tujuan usaha yang dilakukan dengan diskusi bersama pemilik dan tim PKM sebagai tatanan awal dalam mewujudkan tatakelola manajemen usaha yang lebih baik.
 - c) Tahapan ketiga (III) Tim PKM bersama pemilik usaha membuat perencanaan strategis terkait tujuan dilaksanakan PKM ini yaitu penyusunan dan pengembangan *company profile* berupa informasi identitas perusahaan pada *e-company profile* dan informasi produk yang dihasilkan AHA Textile pada *e-catalog* dengan mengidentifikasi masalah yang ada pada AHA Textile salah satunya

yang menjadi tema kegiatan PKMini Adalah peningkatan aspek Manajemen berupa penyusunan dan pengembangan *company profile* dengan video interaktif guna meningkatkan citra usaha.

4. Melaksanakan Evaluasi Kegiatan

Berikut ini informasi penting terkait pelaksanaan evaluasi dan pembuatan laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada UMKM industri tekstil:

- Evaluasi Kegiatan PKM pada UMKM AHA Textile, evaluasi PKM dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta untuk memperoleh umpan balik mengenai manfaat kegiatan, pencapaian tujuan, dan keberhasilan pelatihan atau pendampingan yang diberikan.
- Aspek evaluasi meliputi peningkatan pengetahuan, keterampilan produksi, kualitas produk, serta dampak pada proses kerja dan nilai ekonomi produk UMKM.
- Evaluasi juga dapat mempertimbangkan respon peserta, efektivitas metode pelatihan, dan kendala yang dihadapi selama pelaksanaan PKM seperti keterbatasan alat atau sumber daya.

5. Pembuatan laporan berupa Catatan harian , laporan kemajuan dan laporan akhir

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

- Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berupa produk *company profile* cetak maupun *company profile* berbasis video yang ditayangkan pada link media sosial AHA Textile Garment (<https://www.youtube.com/watch?v=jC6yYQ7S6Bs>) . Adapun muatan materi *company profile* ini dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 3. Youtube Company Profile video interaktif AHAtextile

Company Profile AHA Textile Garment berisi informasi mengenai :

1. Visi : Pelaksanaan bisnis yang berkomitmen untuk memberikan produk yang unggul berkomitmen selalu berupaya memperbaiki kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan
 2. Bentuk komitmen bisnis AHAtextile, berupaya untuk melaksanakan bisnis sesuai dengan peraturan pemerintah yang mengatur mengenai bisnis tekstil
 3. Menampilkan Profile UKM AHAtextile merupakan salah satu Perusahaan industri barang jadi tekstil untuk keperluan sehari sehari
 4. Menyampaikan informasi data pemilik usaha beserta sejarah berdirinya usaha dan menyampaikan Visi, Misi dan Tujuan industri textile rumahan ini.
 5. Misi : Menyampaikan Strategi Persaingan bisnis dan Aspek Manajemen Industri Textile Rumahan AHAtextile
 6. Penawaran kerjasama dengan mitra untuk kolaborasi usaha di bidang industri textile rumahan
 7. Informasi kontak admin beserta identitas alamat usaha dan media sosial (*Youtube, Instagram, Tiktok , Website dan WhatsApp*)
2. Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa produk katalog cetak maupun *e-catalog* berbasis video yang ditayangkan pada link media sosial AHA Textile Garment. Adapun muatan materi katalog menampilkan produk-produk AHA Textile garment beserta spesifikasi produk dan ukuran.

Sehingga memudahkan konsumen dan mitra untuk membeli sesuai kebutuhannya (Amanda & Avianti, 2024).



Gambar 4. Katalog AHA Textile Garment

3. Produk *company profile* dan katalog berupa video interaktif ditampilkan pada laman Website



Gambar 5. Halaman Website AHATextile

Pada website <https://ahatextilebdg.com/> menampilkan Menu *Home* ; *Tentang kami*; *Produk Kami*; *Produksi*; *FAQ*; dan *Kontak Kami*. Adapun informasi yang berkaitan dengan *company profile* dan katalog produk ditampilkan pada *link* Media Sosial yang tertera pada ujung kanan layar (*Instagram,Tiktok,Youtube*) hal ini merupakan bentuk aplikasi video interaktif yang menyampaikan posisi kegiatan Manajemen AHATextile beserta produk unggulan yang dimiliki, Adapun penawaran kerjasama dicantumkan sebagai bentuk keterbukaan Manajemen untuk bersinergi menjalin kerjasama dan mengembangkan usahanya. Proses terstruktur yang melibatkan tahapan inovasi dengan menggunakan aplikasi digital yaitu mendefinisikan, merancang, mengembangkan, dan menyebarkan, kebaruan teknologi pada UMKM ini memungkinkan pelanggan untuk mengidentifikasi produk dengan lebih rinci dan memvisualisasikan bagaimana produk tersebut terlihat saat digunakan (Triyanto et al., 2025).

4. Hasil Evaluasi Kegiatan PKM

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa penyusunan akun Media Sosial untuk menampilkan citra usaha dan produk yang dimiliki dan menjadi sarana komunikasi dengan jangkauan luas dengan memanfaatkan teknologi (Harnani et al., 2021).

Secara Kuantitatif, Kebermanfaatan dari kegiatan PKM yang diterima oleh AHAtextile ini berkaitan dengan perubahan tatanan manajemen tradisional dengan berfokus pada pembenahan aspek manajemen yang perlu dipahami oleh pelaku usaha dengan memanfaatkan teknologi digital serta media sosial sebagai alat komunikasi dengan jangkauan luas (Rachmad et al., 2023), maka produk inovasi yang dihasilkan melalui Media sosial memperlihatkan nilai yang signifikan (Avianti & Putri, 2024).

Tabel 1. Data *IG Reels* dan *Likes per Post*
Reels Data (IG)

Reels	Views	Likes
Reels 1	134	10
Reels 2	36	9
Reels 3	51	10
Reels 4	24	6
Reels 5	18	5

Likes per Post (IG)

Post	Likes
Post 1	7
Post 2	8
Post 3	7
Post 4	10
Post 5	9
Post 6	10
Post 7	6
Post 8	5

Tabel 2. Data *TikTok Video Views*

Video	Views
Video Video 1	82
Video Video 2	318
Video Video 3	5456
Video Video 4	2838
Video Video 5	413
Video Video 6	4612
Video Video 7	402

Sumber : hasil analisis medsos AHA Textile 2025

Sebelum memiliki akun, tidak ada pengikut atau *following* yang tercatat, namun setelah mulai aktif, akun berhasil mendapatkan 69 *followers* di *TikTok* dan 15 *followers* di *Instagram*, yang totalnya mencapai 84 *followers*. Untuk *following*, total yang tercatat adalah 40, terdiri dari 24 di *TikTok* dan 16 di *Instagram*. Ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan dalam menarik perhatian audiens setelah mulai aktif di kedua *platform*.

Selain itu, akun telah mempublikasikan total 22 konten di kedua *platform*, terdiri dari 8 postingan di *Instagram* dan 7 video di *TikTok*. Meskipun baru, konten yang dibagikan mulai menunjukkan hasil yang positif. Di *Instagram*, konten berhasil mengumpulkan 62 *likes* dengan rata-rata 7,75 *likes* per post, yang menunjukkan interaksi yang baik meskipun jumlah pengikut terbatas. Bahkan, *engagement rate* yang tinggi sebesar 51,67% mengindikasikan bahwa meskipun pengikut masih sedikit, audiens yang ada sangat aktif dalam berinteraksi dengan konten.

Selain *likes*, total *views* yang diperoleh pada video dan *reels* juga menunjukkan daya tarik konten yang tinggi. Di *TikTok*, total *views* pada 7 video mencapai 11.836 *views*, sementara di *Instagram*, 5 *reels* yang

diposting meraih 463 views. Angka ini memperlihatkan bahwa konten yang dibagikan di kedua *platform* memiliki daya tarik yang cukup besar, meski akun masih tergolong baru.

Secara keseluruhan, meskipun akun *Instagram* dan *TikTok* baru dimulai, telah terjadi perkembangan yang signifikan dalam jumlah *followers*, *likes*, dan *views*. *Engagement* yang tinggi serta banyaknya *views* menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan berhasil menarik perhatian *audiens* dan menunjukkan potensi besar untuk pertumbuhan lebih lanjut di kedua *platform*.

V. KESIMPULAN

Kegiatan Penyusunan dan Pengembangan *Company Profile* Industri Kecil Menengah Produk Textile dalam bentuk video interaktif sebagai Media Informasi Peningkatan Citra UMKM ini merupakan program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, Program Pengabdian Kepada Masyarakat Kompetitif Nasional, Tahun Pelaksanaan 2025 yang telah disetujui oleh Kemdiktisaintek. Hasil pelaksanaan kegiatan diselesaikan berupa Produk *Company Profile* dan katalog dengan bentuk cetak dan video ditampilkan di media sosial sebagai alat peningkatan Citra Merk AHAtextile. Tim PKM membangun akun media sosial yang mendapat tanggapan positif. Akun ini memiliki 69 followers di TikTok dan 15 followers di Instagram, total 84 followers. Ada juga 40 followers, 24 di TikTok dan 16 di Instagram. Ini menunjukkan bahwa setelah mulai aktif di kedua platform, audiens menjadi lebih tertarik. Kegiatan PKM ini memberikan dampak positif UMKM berupa kebermanfaatan khususnya untuk mengetahui dan memahami manajemen berbasis teknologi bahkan dapat memberikan informasi usaha secara meluas melalui media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kebutuhan akan pengembangan UMKM menjadi tugas seluruh pihak, dalam hal ini sangat berterimakasih dan mengapresiasi Kemendikisaintek memberikan kesempatan institusi pendidikan hadir dan mendampingi UMKM untuk meningkatkan aspek manajemen, melakukan perubahan manajemen tradisional menuju manajemen berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, S., & Avianti, W. (2024). Digital Payment and Brand Image Influence Consumers' purchasing Decisions in The Food Sector. *Journal of Economic Empowerment Strategy (JEES)*, 7(2), 60–83.
- Arifin, M. S., & Hermanto, B. (2023). Analisis Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Jahit Baju Mbak Nur di Desa Bates Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2615–2624.
- Askari, H., Larasati, D., & Yudo, H. (2024). Pengembangan Material Baru untuk Pengolahan Limbah Industri: Tinjauan Sistematis Literatur. ... *Nusantara Technology and Engineering Review*, 2(2), 84–93.
- Avianti, W., & Putri, A. (2024). Buying Decisions on Online Shopping Platforms Influenced by Interesting Marketing Content and E-WOM. *Journal of Management Research and Studies*, 2(2), 238–249.
- Ekawati, Y. A., & Ikhwana, H. (2024). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Manajemen Komunikasi Efektif bagi Pelaku Usaha Lokal (Studi Kasus UMKM di Medan Amplas). *RESPINARIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 52–56.
- Harnani, N., Amijaya, D. T., & Setiadiwibawa, L. (2021). Digital Literacy Competences in Improving the Problem-Solving Skills in Facing The Industrial Revolution 4.0. *Sosiohumaniora*, 23(2), 290–298.
- Nugroho, M. A., Judijanto, L., Mulawarman, L., & Korten, R. A. (2025). *Ekonomi dan Bisnis: Teori, Peluang dan Tantangan di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rachmad, Y. E., Fatmah, Adrian, Asmara, M. A., Purwanto, H., Thamrin, J. R., Violin, V., Awang, M. Y., Mahmud, S. F., & Wibowo, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT. Sonpedia Publising Indonesia.
- Rachman, R. M., Mas'ud, F., Sasmita, A., Balany, F., Sjachrway, L. O., Aswad, N. H., & Sukrim Ahmad Syarif. (2025). *Sistem Pengelolaan Lingkungan Terpadu di Wilayah Perkotaan*. Arsy Media.
- Safitri, D. A., & Nelfiyanti. (2025). Analisis Resiko Operasional Produksi pada Home Industry Konveksi Dengan Metode Failure Mode Effect Analysis (FMEA). *Prosiding Semnastek*, 1–10.
- Satya, V. E., Suhartono, Hermawan, I., Budiyaniti, E., & Sari, R. (2018). *Pengembangan Industri Tekstil Nasional: Kebijakan Inovasi & Pengelolaan Menuju Peningkatan Daya Saing*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Simpony, B. K., Purnia, D. S., Cahyadi, C., Mujahidillah, V. A., & Fauziah, A. Z. (2025). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat untuk Peningkatan Manajemen Usaha Olahan Limbah Tekstil Berbasis Teknologi Informasi UMKM F Kreasi. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 30–38.
- Triyanto, Kholifah, N., Rosalina, T., As'ad, I., Avianti, W., Nurtanto, M., & Evita, R. (2025). Augmented Reality Smart Batik (AR-SaBa) Application for Helping Batik Marketing. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(12).

- Ulfyah, S. P., & Syafrinadina. (2024). Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Garmen dalam Menciptakan Produk Ramah Lingkungan di Indonesia. *AMNESIA: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2(1), 1–13.
- Wilanda, T. P., & Rustariyuni, S. D. (2019). Analisis Efisiensi dan Skala Ekonomis pada Industri Kerajinan Anyaman Bambu Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(1), 1–14.
- Zuriyah, & Salma, I. R. (2021). Pelatihan Berkualitas Menuju SDM Kerajinan dan Batik yang Profesional dan Berdaya Saing Global. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 3(1).