

Pelatihan dan Pemanfaatan Website Sebagai E-commerce pada UKM Batik Poesaka Djagad di Kota Malang

Training and Utilization of Website as E-commerce for Poesaka Djagad Batik SMEs in Malang City

¹Chauliah Fatma Putri, ²Aviv Yuniar Rahman

¹Program Studi Teknik Industri – Fakultas Teknik – Universitas Widyagama Malang

²Program Studi Teknik Informatika – Fakultas Teknik – Universitas Widyagama Malang

Korespondensi: C.F. Putri, chauliah@widyagama.ac.id

Naskah Diterima: 21 Desember 2022. Disetujui: 24 Mei 2024. Disetujui Publikasi: 19 Juli 2024

Abstract. Poesaka Djagad Batik UKM, located in Balarjosari, Blimbing District, Malang City, is a Batik UKM that has unique written batik products, which have characteristics with Koi motifs and typical Malang motifs such as Malang masks and with 3-dimensional coloring so that they become special works. However, this SME still carries out its marketing process traditionally, and there have yet to be any marketing efforts other than work exhibitions in Malang and outside Malang. Hence, the market reach still needs to grow. More effective and digital-based marketing methods are needed to expand sales, namely through online-based marketing media. To realize these efforts, the community service team provides e-commerce application assistance through websites and website training. The methods used in realizing this program are participatory, training, and mentoring. The results of this service activity, especially with the training and assistance of website-based e-commerce, SMEs can improve their ability to serve consumers indefinitely, get new consumers with a broader area coverage, and improve the quality of service to consumers.

Keywords: *Batik, e-commerce, training, website.*

Abstrak. UKM Batik Tulis Poesaka Djagad yang terletak di Balarjosari, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, merupakan UKM Batik yang memiliki produk batik tulis yang unik yaitu memiliki ciri khas dengan motif Koi dan motif khas Malang seperti topeng Malang, dan dengan pewarnaan 3 dimensi sehingga menjadi karya-karya yang istimewa. Namun demikian UKM ini masih melakukan proses pemasarannya secara tradisional dan belum ada upaya pemasaran selain pameran karya di Malang dan di luar Malang, sehingga jangkauan pasarnya masih relatif terbatas. Dalam upaya memperluas penjualan tersebut diperlukan metode pemasaran yang lebih efektif dan berbasis digital yaitu melalui media pemasaran berbasis online. Untuk mewujudkan upaya tersebut, tim pengabdian masyarakat memberikan bantuan aplikasi e-commerce berupa website dan pelatihan website. Metode yang digunakan dalam mewujudkan program ini adalah partisipatif, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian ini, khususnya dengan adanya pelatihan dan pendampingan e-commerce berbasis website, UKM dapat meningkatkan kemampuan untuk melayani konsumen tanpa batas waktu, mendapatkan konsumen baru dengan jangkauan wilayah yang lebih luas, dan dapat meningkatkan mutu layanan kepada konsumen.

Kata Kunci: *Batik, e-commerce, pelatihan, website.*

Pendahuluan

Batik merupakan warisan budaya yang merupakan hasil karya bangsa Indonesia yang telah ditetapkan oleh UNESCO pada tahun 2009. Semakin bertambahnya waktu, batik semakin berkembang di Indonesia dengan masing – masing daerah memiliki corak batik dengan ciri khas tersendiri. Demikian pula dengan UKM Batik Tulis Poesaka Djagad, yang memproduksi batik dengan corak Koi dan pewarnaan 3D sebagai ciri khasnya. UKM Batik Poesaka Djagad terletak kurang-lebih 6 km dari Universitas Widyagama Malang, tepatnya di Perumahan Karanglo Indah Q 9/10, Kelurahan Balarjosari, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur.

Dalam manajemen pemasarannya, UKM Batik Tulis Poesaka Djagad ini masih tradisional, yaitu mengandalkan konsumen yang mendatangi galeri, ataupun pesanan. Selain itu, UKM batik ini mengandalkan pameran yang diadakan oleh pemerintah dan *event* yang sedang berlangsung. Karena hanya mengandalkan cara pemasaran yang demikian dan tidak memiliki cara pemasaran lainnya, menyebabkan kurangnya eksistensi UKM batik tulis Poesaka Djagad Kota Malang ini. Kurangnya eksistensi ini, menyebabkan tingkat penjualan yang rendah.

Penjualan produk yang rendah dan masih dilakukan secara tradisional ini mengakibatkan tidak dapat berkembangnya usaha, sehingga perlu memberikan motivasi bagi mitra untuk melaksanakan pemasaran yang lebih efektif. Solusi yang ditawarkan adalah pembuatan *website* sebagai media *e-commerce*, yaitu transaksi jual – beli secara online menggunakan internet, berupa *website* dan pelatihan pemanfaatan *website* tersebut guna meningkatkan penjualan produk batik tulis UKM Poesaka Djagad.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pembuatan aplikasi *e-commerce* yang berupa *website* sebagai media promosi dan penjualan UKM batik tulis Poesaka Djagad, memberikan keterampilan mitra mengenai cara penggunaan dan perawatan *website* tersebut untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian *e-commerce* akan menghubungkan antara pelaku usaha dengan konsumen, dengan bantuan penggunaan internet dan media termasuk *website* untuk penjualan produk serta melayani konsumen agar lebih efektif dan efisien.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan di tempat mitra yaitu di UKM Batik Tulis Poesaka Djagad yang berlokasi di Balarjosari Kota Malang. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 4 Minggu dimulai dari 21 November 2022 dan diakhiri pada 16 Desember 2022. Pada minggu pertama diawali dengan penjelasan mengenai manfaat *website* sebagai media *e-commerce*. Pada minggu kedua mulai dilaksanakan pembuatan desain, akun, dan konten *website*. Selanjutnya pada minggu ketiga dilaksanakan pelatihan pengoperasian *website* kepada mitra. Pada minggu keempat dilaksanakan pendampingan dan pembinaan mitra atas *website* yang sudah diberikan, dan diakhiri dengan pemantauan dan evaluasi dari seluruh rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir.

Khalayak Sasaran. Peserta dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini diikuti oleh 1 orang pemilik dan 6 orang tenaga kerja yang sebagian merupakan ibu-ibu yang tinggal di sekitar lokasi UKM mitra. Peserta utama adalah pemilik dan admin *website* dari UKM batik tulis Poesaka Djagad, dengan target dapat terlatih mengoperasikan *website*. Sedangkan peserta lain dapat turut memahami dan dapat turut memberikan pendapat dan masukan terhadap *website* yang dirancang dan dipergunakan nantinya.

Metode Pengabdian. Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode partisipatif, pelatihan dan pendampingan di lokasi UKM mitra. Metode pelatihan yang langsung melibatkan pada pemilik atau karyawan ini dapat meningkatkan

motivasi bagi mitra tersebut untuk melaksanakan pemasaran (Evasar dkk., 2019). Selanjutnya dengan metode pendampingan ini diharapkan hasil akan lebih efektif, karena dapat meningkatkan keterampilan dan kapasitas mereka dalam mengembangkan usaha (Harini dkk., 2023). Untuk metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini diuraikan dalam tabel seperti berikut.

Tabel 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

No	Tahapan Kegiatan	Langkah Penyelesaian
1	Persiapan dan perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> • Penjelasan mengenai manfaat <i>e-commerce</i> • Pembahasan konsep <i>e-commerce</i> yang akan didesain
2	Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan akun <i>e-commerce</i>. • Membuat desain <i>website</i> secara keseluruhan termasuk konten pada <i>website</i> dengan melibatkan pihak UKM (partisipatif).
3	Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan pengoperasian <i>website</i>.
4	Pendampingan	<ul style="list-style-type: none"> • Pendampingan penggunaan <i>website</i>.
5	Pemantauan dan Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi penggunaan <i>website</i>.

Indikator Keberhasilan. Indikator keberhasilan pengabdian ini didasarkan pada tingkat kepentingan peserta:

1. Peserta yang merupakan pemilik UKM batik tulis Poesaka Djagad ini bersama 1 orang admin *website* di akhir pendampingan menunjukkan mencapai target 100% dapat mengoperasikan *website*, mengupdate, dan melakukan pemeliharaan *website* secara keseluruhan.
2. Peserta yang merupakan tenaga kerja yaitu ibu-ibu yang tinggal di sekitar lokasi UKM mitra menjadi terampil 100% menggunakan menu dalam *website* dan dapat memberikan masukan dari berbagai hal dalam *website*.

Metode Evaluasi. Metode evaluasi untuk peserta dari kegiatan pelatihan dan pendampingan sebagai pemilik dan tenaga kerja admin *website* dilakukan secara praktek sesudah pelatihan, oleh karena pemilik dan calon admin *website* sejak awal kegiatan belum pernah mengelola *website*. Sedangkan untuk seluruh tenaga kerja diberikan pertanyaan melalui kuesioner dengan pertanyaan tertutup sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

A. Persiapan dan Perencanaan

Pelaksanaan kegiatan tahap ini dilaksanakan pada minggu pertama pelatihan. Pada tahap ini diberikan penjelasan mengenai manfaat *website* dan *e-commerce* kepada mitra yaitu bapak Henry selaku pemilik UKM batik tulis Poesaka Djagad beserta seluruh ibu. Pada pertemuan tersebut, ditentukan juga desain *website* dan isi konten yang akan ditambahkan pada *website*. Konten yang ditambahkan pada *website* berupa profil pemilik batik, sejarah batik tulis Poesaka Djagad, motif batik, *contact person* dan *social media*.

B. Pelaksanaan

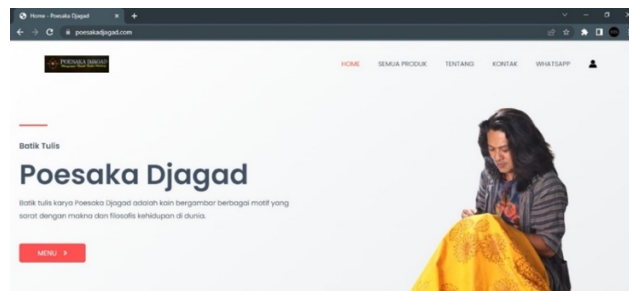
Selanjutnya, dilakukan tahapan pelaksanaan yaitu pembuatan akun *website*, lalu mendesain sistem secara keseluruhan termasuk untuk *e-commerce*. Desain dibuat mulai dari perancangan database, form, dan alur aplikasi yang akan digunakan. Desain yang dihasilkan dilanjutkan dengan pembelian domain dan



Gambar 1. Kegiatan persiapan dan perencanaan tentang Website

hosting pembuatan *website e-commerce* dengan alamat poesakadjagad.com. Desain website didesain dan dipergunakan oleh mitra dapat bermanfaat untuk memperkenalkan profil pemilik dan usaha, lokasi, dan untuk mempromosikan produknya agar lebih bersaing dan berkembang (Putri & Hunaini, 2020). *E-commerce* dapat terjadi antara pelaku bisnis dengan konsumen, mencakup penggunaan internet dan *World Wide Web (www)* untuk penjualan produk dan pelayanan untuk konsumen (Maryama, 2013).

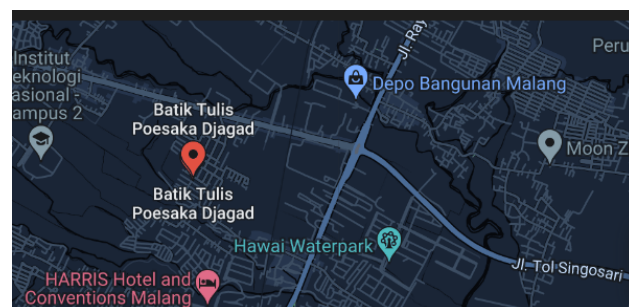
Adapun tampilan *website* poesakadjagad.com adalah sebagai berikut.



Gambar 2. Tampilan home pada website

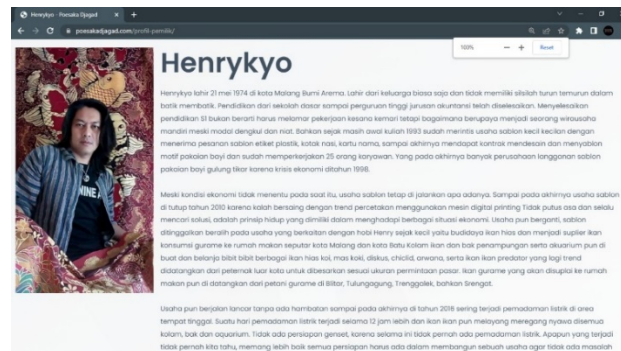


Gambar 3. UKM batik tulis Poesaka Djagad



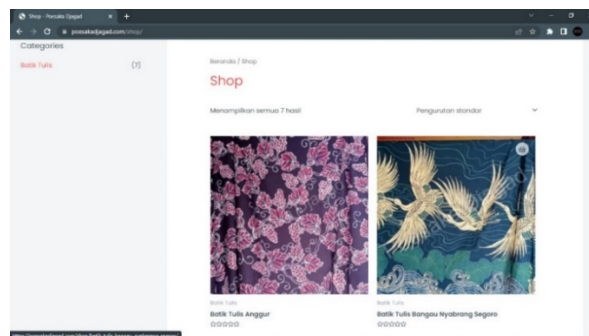
Gambar 4. Lokasi UKM batik tulis Poesaka Djagad Malang

Profil pemilik UKM batik Tulis Poesaka Djagad ditampilkan pada *website* sebagai berikut.



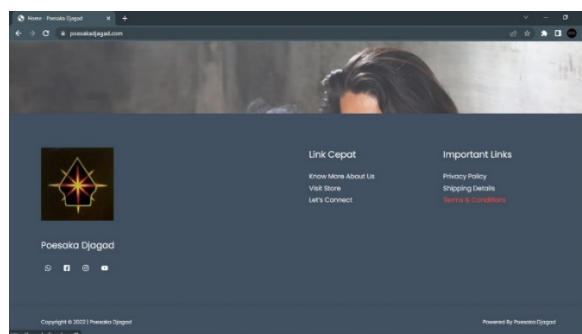
Gambar 5. Tampilan profil pemilik UKM batik tulis Poesaka Djagad

Produk UKM Batik Tulis Poesaka Djagad ditampilkan pada *website* adalah sebagai berikut:



Gambar 6. Tampilan produk yang dipasarkan

Pada tampilan Contact person pada *website* menampilkan pilihan media social sebagai berikut:



Gambar 7. Tampilan contact person

Selanjutnya, testing dan evaluasi terhadap *website* dilakukan untuk menguji fitur-fitur yang ada pada *website*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh fitur dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan mitra.

Beberapa penerapan e-commerce ini menjadi salah satu strategi agar proses penjualan dapat meningkatkan hasil sekaligus memperluas pasar produknya ke luar kota (Wibowo dkk., 2023) dan bahkan ke dunia internasional (Darmawan dkk., 2019). Penjualan lebih luas dan berimplikasi dalam peningkatan pendapatan (Amal dkk., 2020).

C. Pelatihan

Pelatihan disampaikan oleh tim bersama dengan narasumber sebagai ahli dalam mengelola *website* dengan metode praktik langsung dan ceramah. Pelatihan meliputi beberapa materi keterampilan tentang operasional *website*, mengedit, meng-update, dan memelihara *website* termasuk adminitrasi domain diberikan kepada pemilik dan admin *website* UKM batik tulis Poesaka Djagad. Selain menerapkan *website* pada perangkat komputer, juga dilatih untuk dapat mengoperasikan *website* melalui perangkat *handphone*. Dengan demikian SDM dapat menguasai teknologi informasi (Dewi dkk., 2019) dan terampil, sehingga dapat meningkatkan kemampuan pemasaran yang lebih efektif. Selain itu dengan pelatihan ini akan mampu meningkatkan kualitas materi untuk promosi (Adi & Mario, 2022). Dalam pelatihan juga diberikan materi pengetahuan secara umum mengenai *website* bagi seluruh peserta yaitu tenaga kerja UKM mitra.



Gambar 8. Pelatihan mengoperasikan *website* dan materi umum *website*

D. Pendampingan

Tahapan berikutnya adalah pendampingan penggunaan *e-commerce* berbasis *website* kepada mitra. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada pekan ke-4, dimana proses pendampingan dimaksudkan untuk mendampingi dan memastikan mitra khususnya admin *website* dan juga pemilik UKM mitra ini benar-benar terampil dalam mengoperasikan *website* sehari-hari. Dengan pendampingan ini akan dapat disempurnakan keterampilan yang dalam kegiatan tahap pelatihan sebelumnya belum dapat dipraktekkan dengan benar-benar baik. Pendampingan ini dilakukan dalam praktek operasi *website* baik melalui perangkat laptop maupun *gadget/handphone*. Dengan metode pendampingan, pemahaman mitra akan semakin meningkat (Hardiyanti & Akhmadi, 2022). Selain itu, dengan pendampingan untuk penerapan *e-commerce* berbasis *website*, UKM dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk, UMKM yang lebih luas, kreatif dan inovatif, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup (Krisdiawan & Yulyanto, 2020) .



Gambar 9. Pendampingan mengoperasikan *website* dari laptop dan *handphone*

D. Pemantauan dan Evaluasi

Tahap pemantauan dan evaluasi dilaksanakan pada pekan ke-4 dan merupakan tahap akhir dari rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pada tahap ini dilakukan penilaian terhadap hasil *pre-test* dan *post-test* terhadap 7 peserta pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis *website* ini berupa kuesioner tentang pemahaman materi tentang pemasaran berbasis *website* dan berupa uji praktek penggunaan *website* kepada 2 responden: admin *website* dan pemilik UKM mitra. Proses pemantauan dan evaluasi ini dilaksanakan secara intensif hingga akhir pekan ke-4. Namun proses pembinaan akan terus dijalankan secara tidak terstruktur di luar jadwal ini sebagai bentuk pembinaan berkelanjutan dari tim pengabdian kepada masyarakat UKM batik tulis Poesaka Djagad ini.

E. Keberhasilan Kegiatan

Keberhasilan kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan *Website* sebagai *e-commerce* ini dapat diukur melalui hasil uji praktek bagi pemilik dan admin *website*, serta *pre-test* maupun *post-test* untuk materi pelatihan *website* & *e-commerce*. Hasil uji praktek dari pemilik UKM batik tulis Poesaka Djagad ini bersama 1 orang admin *website* di akhir pendampingan menunjukkan pencapaian target 100% sesuai dengan harapan. Pemilik dan admin *website* dalam uji praktek sederhana telah dapat mengoperasikan *website*, meng-*update*, dan melakukan pemeliharaan *website* secara keseluruhan.

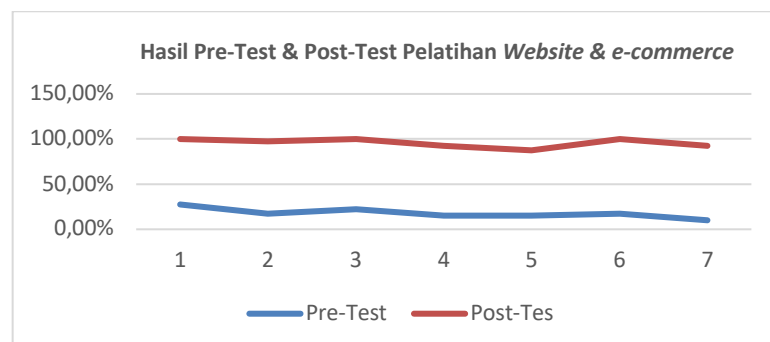
Hasil *pre-test* tentang materi umum *website* dan *e-commerce* dari 7 peserta pelatihan menunjukkan terdapat 1 peserta mendapat nilai tertinggi 27,5 (14,3%), 1 peserta dengan nilai 22,5 (14,3%), 2 peserta mendapat nilai 17,5 (28,6%), 2 peserta mendapat nilai 15 (28,6%), dan 1 peserta mendapat nilai terendah 10 (14,3%). Sedangkan hasil *post-test* dari 7 peserta pelatihan menunjukkan terdapat 3 peserta mendapat nilai tertinggi 100 (42,9%), 1 peserta dengan nilai 97,5 (14,3%), 2 peserta dengan nilai 92,5 (28,6%), 1 peserta dengan nilai terendah 87,5 (14,3%).

Hasil distribusi frekuensi dari *pre-test* dan *post-test* pelatihan *website* dan *e-commerce* dapat ditunjukkan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Peserta Pelatihan

Hasil Tes	Mean	Standar Deviasi	Min	Max	N
<i>Pre-test</i>	17,86	3,473	10,0	27,5	7
<i>Post-test</i>	95,71	2,307	87,5	100,0	7

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS



Gambar 10. Grafik hasil *pre-test* dan *post-test* pelatihan materi *website* dan *e-commerce*

Berdasarkan hasil olah data dengan SPSS pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata peserta sebelum mendapatkan materi *website* memiliki pemahaman

dengan nilai 17,86, dengan nilai terendah 10,0 dan tertinggi 27,5. Artinya bahwa pada saat sebelum mendapat materi, peserta masih memiliki pemahaman yang relatif rendah. Perbedaan pemahaman atau ketidakpahaman antar peserta memiliki simpangan yang tidak terlalu jauh berbeda, yang ditunjukkan dari standar deviasi. Sedangkan peserta setelah mendapatkan materi, memiliki pemahaman rata-rata mendapatkan nilai 95,71, dengan nilai terendah 87,5 dan tertinggi 100,0. Dimana bahwa pada saat setelah mendapat materi, peserta memiliki pemahaman yang relatif tinggi. Berdasarkan standar deviasi, menunjukkan bahwa perbedaan pemahaman antar peserta memiliki simpangan yang tidak terlalu jauh berbeda. Sedangkan peningkatan pemahaman dari sebelum dan sesudah pemberian materi mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebesar rata-rata 77,86%.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UKM batik tulis Poesaka Djagad Kota Malang telah berhasil memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan *website* sebagai *e-commerce* kepada pemilik, admin *website*, dan seluruh tenaga kerja yang di UKM mitra. *E-commerce* berbasis *website* telah selesai dikembangkan oleh tim sesuai dengan harapan pemilik UKM mitra. Pemilik dan admin *website* telah memiliki keterampilan untuk mengelola *website* dengan baik melalui proses pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan. Dengan memiliki *website* penjualan, manfaat yang didapatkan oleh UKM Batik Tulis Poesaka Djagad adalah dapat meningkatkan kemampuan UKM untuk melayani konsumen tanpa batas waktu, mendapatkan konsumen baru dengan jangkauan wilayah yang lebih luas, dan dapat meningkatkan mutu layanan kepada konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) yang telah memberikan Hibah untuk melaksanakan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) berbasis Indikator Kinerja Utama (IKU) bagi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Tahun 2022. Terimakasih pula kepada pemilik UKM, tenaga kerja, narasumber, dan peserta yang telah berkenan menyediakan tempat, waktu, dan tenaga sehingga dapat terlaksana kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pelatihan *e-commerce* berupa *website* di UKM Batik Tulis Poesaka Djagad Kota Malang Jawa Timur. Terima kasih pula untuk Pimpinan dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Widyagama Malang yang telah memberikan kesempatan dan arahan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik.

Referensi

- Adi, A. E., & Mario, M. (2022). Video 360 Sebagai Media Promosi Produk Mitra UMKM Kabupaten Bandung. *Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 05(01), 13–19. <https://doi.org/xxx>.
- Amal, C. A., Amalia, A. A., & Andayaningsih, S. (2020). POTOMETRIUM (Pot Tanaman Geometris dan Terarium) serta Pemasaran Digital Bagi Kelompok Penjual Tanaman Hias di Kelurahan Maccini Sombala, Kota Makassar. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 110–118. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Darmawan, I., Andreswari, A., & Puspita, W. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Peningkatan Pemasaran di UMKM Grosir Batik Tasikmalaya. *Charity - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.25124/charity.v1i01.1572>

- Dewi, T. R., Wardani, I., Widiastuti, L., & Solikah, U. N. (2019). Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Dengan Menggunakan Media Elektronik (E-commerce). *WASANA NYATA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 130–134. https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/wasana_nyata
- Evasar, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75–84. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Hardiyanti, S. E., & Akhmadi. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Pelaku Usaha Jamur Tiram di Desa Cibitung Kecamatan Munjul Kabupaten Pandeglang. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 761–770. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>.
- Krisdiawan, R. A., & Yulyanto. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Internet di Bidang E-Commerce dalam Meningkatkan Jangkauan Pemasaran Produk UMKM Desa Pamulihan Kecamatan Subang. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 130–134. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/empowerment/article/view/2341>.
- Maryama, S. (2013). Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 73–79. <http://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/LQ/article/view/132>.
- Putri, C. F., & Hunaini, F. (2020). Penggunaan Alat Canting Cap dan Media Sosial untuk Meningkatkan Produktivitas dan Ciri Khas Usaha Kecil Menengah Batik Sumari. *RESONA*, 4(2), 133–146. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/resona/article/view/584>.
- Wibowo, S., Ika Putri, R., Rohadi, E., & Amalia. (2023). Penerapan Mesin Peniris Minyak dan Pemasaran Online untuk Keripik Belut dan Pare di Desa Ploso. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 18–27. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>.

Penulis:

Chauliah Fatma Putri, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang. E-mail: chauliah@widyagama.ac.id

Aviv Yuniar Rahman, Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang. E-mail: aviv@widyagama.ac.id

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Putri, C. F., & Rahman, A.Y. (2024). Pelatihan dan Pemanfaatan *Website* sebagai *e-commerce* Pada UKM Batik Poesaka Djagad di Kota Malang. *Jurnal Panrita Abdi*, 8(3), 632-640.