

Pemasaran Digital Batik Bujang Berlandaskan Perspektif Islam

Digital Marketing of Bujang Batik Business Based on Islamic Perspective

Hamzah^{a*}, Putri Nurani^b, Anggi Hanafiah^c, Wulan Syaulia Safitri^d,
Astri Ayu Purwati^e, Muhammad Luthfi Hamzah^f
Universitas Islam Riau Riau^{a,b,c,d}
Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia^e
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau^f
^ahamzah@fis.uir.ac.id

Disubmit : 30 September 2023, Diterima : 10 Oktober 2023, Dipublikasi : 25 Oktober 2023

Abstract

The Riau Provincial Government in the Medium-Term Regional Development Plan (RPJMD) of Riau Province for 2019-2024 and the Provincial Industrial Development Plan (RPIP) of Riau for 2018-2038 in the field of textile and various industries, targets Batik Riau as one of the flagship products that is a government program to be developed. Therefore, this program requires efforts to improve batik business management targeted at Bujang Batik, Pekanbaru. Some problems encountered in this business are: Limited human resource management capabilities, and suboptimal marketing management. Therefore, in this activity production planning and training were carried out, Islamic-based HRM training, and website design for the business. This training and socialization activity has successfully provided new knowledge and skills to participants on how to apply Islamic principles in digital marketing. Participants gained a better understanding of business ethics in Islam, including honesty in transactions, not exploiting consumers, and protecting consumer rights.

Keywords: Batik Riau, community service, Production, Marketing

Abstrak

Pemerintah Provinsi Riau dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Riau tahun 2019-2024 dan Rencana Pembangunan Industri Provinsi (RPIP) Riau Tahun 2018-2038 bidang Industri tekstil dan aneka industri, menyasarkan Batik Riau sebagai salah satu produk unggulan yang menjadi program pemerintah untuk dikembangkan. Untuk itu, pada program ini perlu upaya peningkatan manajemen usaha batik yang didasarkan pada Batik Bujang, Pekanbaru. Adapun beberapa permasalahan yang ditemui pada usaha ini yakni : Kemampuan manajemen pengelolaan SDM terbatas dan Manajemen pemasaran yang masih belum optimal. Untuk itu, dalam kegiatan ini dilakukan pembuatan dan pelatihan perencanaan produksi, pelatihan manajemen SDM berbasis islam, dan perancangan website usaha. Kegiatan pelatihan dan sosialisasi ini telah berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada peserta tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam pemasaran digital. Peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang etika bisnis dalam Islam, termasuk kejujuran dalam bertransaksi, tidak mengeksploitasi konsumen, dan menjaga hak-hak konsumen.

Kata Kunci: Batik Riau, pengabdian Masyarakat, Produksi, Pemasaran

1. Pendahuluan

Batik Riau adalah jenis batik yang berasal dari provinsi Riau di Indonesia. Batik ini mencerminkan budaya dan tradisi masyarakat Melayu di Riau, dan memiliki ciri khas dalam desain dan motifnya (Fonda 2022). Motif Batik Riau biasanya terinspirasi oleh

alam dan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. Beberapa motif populer meliputi flora, fauna, dan elemen-elemen lain dari alam seperti sungai, gunung, atau laut. Selain itu, ada juga motif yang menggambarkan kegiatan sehari-hari seperti memancing atau menenun (Syahputri 2021; Karyono 2023).

Warna yang digunakan dalam Batik Riau biasanya cerah dan berani, mencerminkan semangat hidup orang Melayu. Warna-warna ini seringkali berasal dari bahan-bahan alami seperti tumbuhan atau mineral (Widiasti et al., 2017; Fakhrunaldo 2022). Batik Riau juga dikenal dengan teknik pembuatannya yang unik. Teknik tersebut disebut "batik tulis", dimana pola dibuat dengan menggunakan canting (sejenis alat penulis) untuk mengaplikasikan lilin pada kain sebelum proses pewarnaan. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah daerah telah berusaha untuk mempromosikan Batik Riau sebagai bagian dari upaya untuk melestarikan warisan budaya lokal dan mendukung industri batik local (Nugraha 2014). Namun demikian, tantangan tetap ada dalam hal produksi massal dan persaingan dengan jenis batik lainnya dari berbagai daerah di Indonesia.

Mitra kegiatan ini adalah Bujang Batik. Usaha ini berjalan sejak tahun 2019 dan mendapatkan izin di Tahun 2020 dengan Nomor Izin Usaha 04/1471.100/01/I/2020. Sebelumnya Bujang Batik bernama Batik Alibaba, namun pada tahun 2021 berubah nama menjadi Bujang Batik atas saran dari Deskranasda Prov. Riau agar namanya lebih melekat dengan budaya Melayu. Pemilik usaha ini adalah Bapak Muhammad Amin dan Lokasi usaha beralamat di Jalan Pinang Merah Gg. Bersama No 18b, Pekanbaru.



Gambar 1. Lokasi Usaha Batik Bujang

Beberapa masalah yang ada pada bisnis mitra diantaranya :

1. Pengelolaan tenaga kerja yang tidak efisien: Manajemen usaha batik bujang yang kurang baik seringkali menghadapi tantangan dalam mengelola tenaga kerja mereka. Jumlah SDM masih usaha ini masih terbatas dan biasanya dibantu oleh karyawan magang/pelajar. Batik Bujang juga kesulitan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan yang berkualitas, tidak memberikan pelatihan yang cukup kepada karyawan, atau kurang dalam memberikan motivasi dan penghargaan kepada tim kerja.
2. Kurangnya pemasaran dan promosi: Manajemen usaha batik bujang mengalami kesulitan dalam menjangkau target pasar mereka. Batik Bujang tidak memiliki strategi pemasaran yang efektif, kurang memanfaatkan media sosial atau platform digital, atau tidak memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan.

2. Metode

Pelatihan dan Pendampingan : Pelatihan (training) adalah “sebuah proses sistematis untuk mengubah perilaku kerja seorang/sekelompok pegawai dalam usaha meningkatkan kinerja organisasi (Purwati et al., 2021), serta Pendampingan merupakan interaksi dinamis antara kelompok untuk secara bersama-sama menghadapi beragam tantangan seperti, merancang program perbaikan kehidupan ekonomi, mobilisasi sumberdaya setempat, memecahkan masalah sosial, menciptakan atau membuka akses bagi pemenuhan kebutuhan, menjalin kerja sama dengan pihak lain yang sesuai dengan konteks pemberdayaan masyarakat (Purwati et al., 2021). Dalam kegiatan ini tim melakukan pelatihan pengembangan usaha yang terdiri dari **pelatihan manajemen pengelolaan berdasarkan prinsip Islam dan pelatihan penggunaan media social untuk pemasaran digital**.

3. Hasil Dan Pembahasan

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 3 September 2023 di Lokasi Usaha Batik Bujang, Pelatihan dimulai dengan sesi oleh seorang ahli ekonomi syariah (Dr. Hamzah, M.Ag) yang memberikan pengantar tentang etika bisnis dalam Islam. Dia menjelaskan tentang konsep-konsep dasar seperti kejujuran dalam bertransaksi, tidak mengeksploitasi konsumen, serta menjaga hak-hak konsumen. Sesi berikutnya difokuskan pada strategi pemasaran digital. Seorang praktisi pemasaran digital berpengalaman membagikan pengetahuannya tentang SEO (Search Engine Optimization), penggunaan media sosial untuk promosi, dan email marketing. Peserta diajarkan bagaimana menerapkan strategi-strategi ini secara efektif tanpa melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islami.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Etika Bisnis Islam dan Pemasaran Digital

Kegiatan dengan tema "Pemasaran Digital Batik Bujang Berlandaskan Perspektif Islam" telah berhasil dilaksanakan dan berikut ini adalah beberapa hasil yang dicapai:

1. Peningkatan Pengetahuan: Peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam pemasaran digital. Hal ini mencakup etika bisnis dalam Islam, seperti kejujuran dalam bertransaksi, tidak mengeksploitasi konsumen, dan menjaga hak-hak konsumen.
2. Strategi Pemasaran Digital: Peserta telah diajarkan tentang berbagai strategi pemasaran digital seperti SEO (Search Engine Optimization), penggunaan media sosial untuk promosi, dan email marketing. Seluruh strategi ini diarahkan untuk memasarkan Batik Bujang secara efektif tanpa melanggar prinsip-prinsip Islam.

3. Kesadaran Merek: Melalui kegiatan pemasaran digital yang dilakukan selama acara, merek Batik Bujang mendapatkan peningkatan visibilitas online yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.
4. Komitmen terhadap Etika Bisnis Islami: Setelah menghadiri kegiatan ini, banyak peserta yang berkomitmen untuk menjalankan bisnis mereka sesuai dengan etika bisnis Islami, tidak hanya dalam pemasaran digital tetapi juga aspek lain dari operasi bisnis mereka.

4. Simpulan

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi dengan tema "Pemasaran Digital Batik Bujang Berlandaskan Perspektif Islam" telah berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada peserta tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam pemasaran digital. Peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang etika bisnis dalam Islam, termasuk kejujuran dalam bertransaksi, tidak mengeksploitasi konsumen, dan menjaga hak-hak konsumen. Peserta juga mendapatkan wawasan tentang berbagai strategi pemasaran digital seperti SEO, penggunaan media sosial untuk promosi, dan email marketing. Pelatihan ini memberikan mereka kesempatan untuk menerapkan pengetahuan baru ini secara praktis melalui proyek-proyek kelompok. Secara keseluruhan, acara ini telah mencapai tujuannya untuk meningkatkan pengetahuan peserta tentang pemasaran digital berbasis nilai-nilai Islami serta mempromosikan Batik Bujang di pasar digital. Diharapkan setelah menghadiri acara ini, para peserta dapat mengimplementasikan apa yang telah mereka pelajari untuk membantu melestarikan warisan budaya lokal melalui promosi efektif produk batik lokal.

5. Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Direktorat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Islam Riau atas pendanaan yang diberikan untuk penelitian ini melalui nomor kontrak 499/KONTRAK/P-PT/DPPM-UIR/06-2023.

6. Daftar Pustaka

- Fakhrunnaldo, F. (2022). *Pengaruh Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Minat Beli Konsumen Batik Tabir Riau Rani Di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Fonda, H. (2020). Klasifikasi Batik Riau Dengan Menggunakan Convolutional Neural Networks (Cnn): Klasifikasi Batik Riau Dengan Menggunakan Convolutional Neural Networks (Cnn). *Jurnal Ilmu Komputer*, 9(1), 7-10.
- Karyono, T. (2023, September). Branding of Riau Batik Pucuk Rebung Motive to Increase the Creativity of Vocational High School Students. In *Fifth International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2022)* (pp. 164-171). Atlantis Press.
- Nugraha, A. T. (2014). Penerapan Perlindungan Hukum Hak Cipta Terhadap Seni Batik Riau di Pekanbaru. *Jurnal Selat*, 1(2), 81-91.
- Purwati, A. A., Irman, M., Rahman, S., Hamzah, M. L., Desnelita, Y., & Hamzah, H. (2021). Pelatihan Digital Marketing bagi UMKM Tenun Songket Melayu Cahaya Kemilau. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 2(1), 52-56.
- Purwati, A. A., Hamzah, M. L., Irman, M., Rahman, S., Desnelita, Y., Sitompul, S. S., & Yusrizal, Y. (2021). Manajemen Pengembangan Produk Unggulan Tenun Songket

- Melayu Riau pada UKM Cahaya Kemilau. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 2(3), 68-79.
- Syahputri, D. R. (2021). Ragam Estetika Batik Riau terhadap Nilai dan Tradisi Budaya Melayu. *Jurnal Pendidikan dan Penciptaan Seni*, 1(1), 27-37.
- Widiasti, D., Hamidi, W., & Jahrizal, J. (2017). *Pengembangan Industri Batik Riau pada Rumah Kreatif Cempaka di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).