

Pemberdayaan UMKM Batik Muara Takus Kabupaten Kampar Melalui Inovasi Teknologi Produksi dan Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal

Fatayat^{1*}, Tisha Melia², Rahmad Kurniawan³, Elfizar⁴, Haris Tri Saputra⁵, Finanta Okmayura⁶, Boy Sandy Dwi Nugraha H.⁷, Khairni Sukmawati⁸, Lina Purwanti⁹, Chairun Nas¹⁰

¹⁻¹⁰Jurusan Ilmu Komputer, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

*Email korespondensi: fatayat@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:

Batik Muara Takus;
Pemberdayaan UMKM;
Teknologi Produksi;
Digital Marketing;
Kearifan Lokal.

Batik Muara Takus merupakan salah satu komoditas ekonomi kreatif unggulan berbasis warisan budaya lokal yang berkembang di Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Walaupun memiliki keunikan motif bernilai historis dan estetika tinggi yang terinspirasi dari situs cagar budaya Candi Muara Takus dan ornamen Melayu, mitra pengrajin (K.U.B Maju Jaya Bersama) dihadapkan pada kendala mendasar pada rantai hulu hingga hilir, meliputi teknik produksi manual yang lambat, keterbatasan alat, tidak adanya standarisasi mutu (SOP), pencatatan keuangan yang belum tertib, serta jangkauan pemasaran yang terbatas pada pasar lokal. Kegiatan Pengabdian Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi, memperbaiki tata kelola keuangan usaha, serta memperluas penetrasi pasar melalui difusi teknologi tepat guna dan digital marketing berbasis kearifan lokal. Metode pelaksanaan mengadopsi pendekatan partisipatif yang terbagi dalam lima tahapan terstruktur selama 8 bulan: persiapan dan Focus Group Discussion (FGD), pelatihan teknis dan manajerial, penerapan teknologi tepat guna (kompor batik listrik, cetakan cap komplementer, platform digital), pendampingan intensif dan evaluasi berbasis indikator terukur, serta penjaminan keberlanjutan usaha mandiri. Hasil kegiatan membuktikan peningkatan kapasitas produksi mitra lebih dari 30% per bulan, penurunan tingkat cacat pewarnaan di bawah 5%, terpisahnya keuangan usaha dan rumah tangga dengan formulasi Harga Pokok Penjualan (HPP) yang presisi, serta aktifnya saluran pemasaran daring pada media sosial dan lokapasar nasional. Program ini berhasil mewujudkan transformasi UMKM batik yang adaptif, berdaya saing tinggi, dan mandiri secara berkelanjutan.

Abstract

Key Word:

Batik Muara Takus;
MSME Empowerment;
Production Technology;
Digital Marketing; Local
Wisdom; Business
Management

Batik Muara Takus is a high-potential creative economic enterprise rooted in local cultural heritage in Bangkinang, Kampar Regency, Riau Province. Despite carrying distinct historical motifs inspired by the Candi Muara Takus temple and classical Malay ornaments, the business faces severe challenges along its upstream and downstream supply chains, including conventional manual production, lack of quality standardization, unsegregated financial recording, and restricted offline marketing. This community empowerment program aimed to overcome these limitations by transferring appropriate production technologies, standardizing manufacturing processes, restructuring business management, and expanding market reach through digital marketing and branding. The participatory action method was conducted over eight months through five core phases: program preparation and Focus Group Discussions (FGD), multi-aspect technical training, appropriate technology adoption, intensive mentoring and evaluation, and post-program sustainability structuring. The results demonstrated an increase in production capacity exceeding 30% per month, standard operating procedure (SOP) compliance across all manufacturing lines, significant reduction in production defect rates, establishment of systematic cost of goods sold (COGS/HPP) calculation, and active multi-channel digital storefronts (Shopee, Instagram, and TikTok). This comprehensive intervention successfully established a resilient, self-sustaining business model for local artisans while actively preserving Riau's cultural identity.

Copyright © 2026 Fatayat

This work is licensed under a **Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)**

PENDAHULUAN

Batik Muara Takus di Kabupaten Kampar merupakan salah satu entitas ekonomi kreatif berbasis budaya lokal yang sangat potensial di Provinsi Riau [1]. Ciri khas utama dari batik ini terletak pada perancangan motif yang mengakar kuat pada nilai-nilai historis, estetika, dan filosofi luhur warisan budaya nasional Candi Muara Takus, dipadukan dengan ragam ornamen Melayu, flora, serta pola geometris khas Riau [2]. Keunikan identitas visual ini memberikan diferensiasi dan nilai jual yang sangat kuat di pasar fesyen, cinderamata daerah, dan kriya tekstil nasional, seiring dengan akselerasi sektor pariwisata daerah yang strategis di kawasan perlintasan Sumatera [3].

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi lapangan, survei mendalam, dan diskusi terfokus bersama mitra pengrajin (K.U.B Maju Jaya Bersama) di Bangkinang Kota, teridentifikasi berbagai problematika multidimensi yang melingkupi sektor hulu hingga hilir rantai pasok usaha:

a. Permasalahan Aspek Produksi (Hulu): Proses pembuatan batik sepenuhnya masih mengandalkan teknik manual tradisional dengan peralatan yang sangat terbatas dan kurang ergonomis. Pengerjaan selebar kain batik tulis halus membutuhkan waktu sekitar 5 hingga 7 hari, sehingga volume produksi bulanan mitra sangat rendah, yakni hanya berkisar 20–40 lembar kain per bulan. Selain itu, belum diterapkannya Standar Operasional Prosedur (SOP) dan kontrol mutu yang baku mengakibatkan variasi ketebalan lilin malam dan ketidakkonsistenan degradasi warna antarproduk. Pengrajin juga sangat bergantung pada pasokan bahan baku (kain mori primissima/sutra, lilin malam, dan zat pewarna sintetis) yang didatangkan dari luar daerah dengan harga fluktuatif yang menaikkan beban biaya produksi.

b. Permasalahan Aspek Manajemen Usaha: Tata kelola manajerial mitra masih bersifat konvensional dan belum terdokumentasi. Pengrajin tidak memiliki sistem pencatatan pembukuan keuangan harian, di mana keuangan kas operasional usaha masih bercampur baur dengan kas rumah tangga pengrajin. Kondisi ini membuat mitra kesulitan dalam menghitung biaya penyusutan alat, biaya tenaga kerja langsung, dan formulasi Harga Pokok Penjualan (HPP), yang berdampak pada penentuan harga jual yang kerap tidak mencerminkan margin profitabilitas sebenarnya.

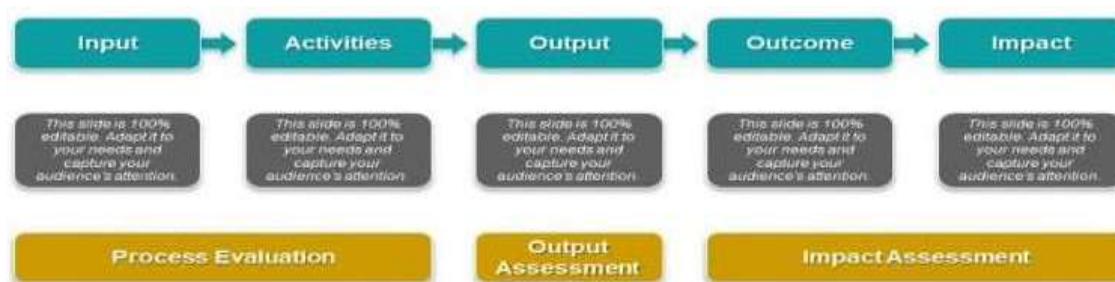
c. Permasalahan Aspek Pemasaran dan Branding (Hilir): Saluran distribusi dan penjualan batik masih bersifat pasif dengan mengandalkan metode konvensional (penjualan langsung di galeri kerja, promosi dari mulut ke mulut, dan pameran lokal berkala). Produk belum memiliki identitas merek terdaftar (branding), desain kemasan eksklusif, maupun katalog produk digital yang profesional. Pemanfaatan platform teknologi informasi digital, seperti media sosial interaktif dan ekosistem marketplace nasional, belum tersentuh secara optimal, sehingga pangsa pasar Batik Muara Takus belum mampu menembus konsumen di luar wilayah Kampar dan Pekanbaru.

Berangkat dari urgensi penyelesaian persoalan tersebut, tim pengabdian dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Riau menginisiasi program Pengabdian Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM). Program ini bertujuan mentransformasi sistem usaha mitra melalui difusi inovasi teknologi tepat guna pada proses pembatikan, penyusunan standarisasi mutu produksi, penataan akuntansi usaha mandiri, serta pembentukan ekosistem pemasaran digital modern berbasis kearifan lokal. Pelaksanaan program ini secara langsung berkontribusi terhadap pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), yaitu SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur), dan SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab) [4], serta mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi dan Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) [5,6].

METODE

Program pengabdian ini dilaksanakan di sentra usaha pengrajin Batik Muara Takus (K.U.B Maju Jaya Bersama) yang berlokasi di Jalan Prof. M. Yamin, SH. No. 992, Kelurahan Langgini, Bangkinang Kota, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau (berjarak ±65 km dari kampus Universitas Riau di Pekanbaru) dengan kurun waktu pelaksanaan selama 8 bulan.

Metode pelaksanaan yang diterapkan mengusung pendekatan partisipatif (Participatory Action Approach), di mana seluruh anggota kelompok pengrajin dilibatkan secara aktif mulai dari tahap diagnostik masalah, lokakarya pelatihan, simulasi praktik langsung di bengkel produksi, pendampingan intensif, hingga evaluasi berkala. Kerangka alur difusi IPTEKS yang diimplementasikan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Alur IPETKS

Tahapan rinci implementasi solusi program kemitraan masyarakat ini meliputi:

- a. Tahap Persiapan dan Focus Group Discussion (FGD): Melakukan perizinan, sosialisasi program, penandatanganan kesepakatan kerjasama (MoU), serta pelaksanaan FGD bersama pengurus dan perajin mitra untuk menetapkan jadwal pelaksanaan, materi pelatihan prioritas, serta pembagian peran tim.
- b. Tahap Pelatihan Teknis dan Manajerial: Dilaksanakan melalui serangkaian workshop tatap muka yang mencakup tiga domain keilmuan: (a) Pelatihan efisiensi teknik membatik, perbaikan teknik pencantingan, kestabilan pemanasan lilin malam, dan kontrol mutu pewarnaan; (b) Pelatihan manajemen pembukuan kas UMKM, pemisahan kas pribadi-usaha, serta formulasi kalkulasi HPP; (c) Pelatihan digital marketing, fotografi produk, penulisan konten promosi, dan optimalisasi marketplace.
- c. Tahap Penerapan Teknologi Tepat Guna: Mengintroduksi peralatan kompor batik listrik otomatis yang menjaga suhu leleh lilin malam secara stabil, penyediaan canting cap tembaga bermotif Candi Muara Takus untuk produksi semi-tulis massal, perancangan identitas visual (logo merek dan label kain), penyusunan katalog digital beresolusi tinggi, serta pembuatan toko daring di marketplace (Shopee dan Tokopedia) dan media sosial (Instagram dan TikTok).
- e. Tahap Pendampingan Intensif dan Evaluasi: Pendampingan berkelanjutan dilakukan secara berkala pada proses produksi mandiri mitra guna memastikan implementasi SOP pembatikan dan administrasi kas harian berjalan konsisten. Pengukuran indikator ketercapaian dilakukan melalui observasi lapangan, uji kelayakan produk, dan telaah laporan keuangan.
- f. Tahap Penjaminan Keberlanjutan Program (Sustainability): Penyusunan buku panduan SOP produksi dan tata kelola pemasaran digital, penguatan jejaring kemitraan dengan dinas terkait, serta perintisan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas motif khas yang telah dikembangkan.

Tabel 1. Rangkaian kegiatan dan deskripsi tahapan program kemitraan masyarakat:

Tahapan	Fokus Kegiatan	Deskripsi Rincian Pelaksanaan
Tahap I	Persiapan Program & FGD	Penguatan kerjasama (MoU), observasi lapangan, serta Focus Group Discussion (FGD) bersama mitra untuk penentuan waktu, tempat, dan teknis pelatihan.
Tahap II	Pelatihan Teknis & Manajemen	Pelatihan peningkatan efisiensi proses produksi batik tulis, pengenalan standar mutu/quality control, pembukuan kas UMKM, dan pelatihan digital marketing.
Tahap III	Penerapan Teknologi Tepat Guna	Implementasi peralatan pendukung produksi ergonomis (kompor listrik & canting cap), pembuatan akun media sosial, toko online, dan katalog digital.
Tahap IV	Pendampingan & Evaluasi	Pendampingan intensif proses produksi terstandar, monitoring pembukuan keuangan mandiri, dan evaluasi berkala capaian indikator target kinerja.
Tahap V	Keberlanjutan Program	Penguatan kemandirian mitra, penyusunan buku panduan SOP produksi dan pemasaran, serta monitoring pasca-kegiatan bersama dinas terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Batik Muara Takus telah terlaksana dengan sukses dan memberikan capaian signifikan pada tiga pilar utama pemberdayaan, yaitu efisiensi teknologi produksi, penataan manajemen usaha, dan penetrasi pemasaran digital.

a. Peningkatan Efisiensi, Standarisasi Mutu, dan Kapasitas Produksi

Pada tahapan produksi, pelatihan difokuskan pada standarisasi perlakuan awal kain mori (pencucian dan pelepasan kanji/ketelan), perancangan pola motif secara presisi, serta penguasaan teknik pencantingan yang seragam. Introduksi kompor batik listrik dengan pengatur suhu otomatis memberikan dampak positif signifikan terhadap kualitas lelehan lilin malam yang stabil, menghilangkan risiko malam terlalu cair yang sering menyebabkan tembus/bocor pada pola motif. Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) pada seluruh rangkaian proses (pola → pencantingan → pewarnaan → pelorotan → finishing) berhasil menurunkan angka kecacatan produk hingga di bawah 5%.

Selain mempertahankan keaslian batik tulis murni, tim pengabdian mendampingi mitra menerapkan teknik kombinasi (batik cap-tulis) menggunakan canting cap tembaga bermotif Candi Muara Takus dan ornamen khas Kampar. Integrasi metode ini memangkas waktu kerja dari 5–7 hari menjadi 1–2 hari per lembar kain cap-kombinasi, sehingga kapasitas produksi mitra melonjak lebih meningkatkan Produksi dan Pemanfaatan Teknologi Produksi. Sebelum pelaksanaan kegiatan, kapasitas produksi mitra berada pada kisaran 20–40 lembar batik per bulan. Setelah dilakukan pelatihan, pendampingan, dan penerapan peralatan produksi, kapasitas produksi meningkat menjadi sekitar 55–65 lembar per bulan. Untuk memperoleh persentase peningkatan yang lebih terukur, perhitungan dilakukan berdasarkan nilai rata-rata produksi sebelum dan sesudah kegiatan. Rata-rata produksi sebelum kegiatan adalah 30 lembar/bulan, yang diperoleh dari $((20+40)/2)$, sedangkan rata-rata produksi setelah kegiatan adalah 60 lembar/bulan, yang diperoleh dari $((55+65)/2)$.

b. Pembenahan Tata Kelola Manajemen Usaha dan Penentuan HPP

Sebelum program intervensi, mitra mengabaikan pencatatan biaya produksi secara rinci, sehingga penetapan harga jual sering kali bersifat perkiraan semata. Tim pengabdian memberikan pendampingan penyusunan format pembukuan kas sederhana berbasis spreadsheet digital dan buku kas fisik harian. Mitra dilatih secara intensif untuk memisahkan pengeluaran kas rumah tangga dengan kas operasional batik.

Melalui formulasi penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) yang sistematis—dengan mengalkulasi komponen biaya bahan baku (kain, lilin malam, pewarna, waterglass), biaya tenaga kerja langsung pengrajin, biaya energi listrik, serta penyusutan alat-mitra kini memiliki dasar kuantitatif yang kuat dalam menentukan harga jual kain batik tulis maupun cap. Hal ini memastikan setiap produk yang terjual memberikan margin keuntungan bersih usaha sebesar 25%–35%, sehingga menjamin arus kas modal kerja yang sehat.

Berdasarkan perhitungan tersebut, kapasitas produksi mitra mengalami peningkatan sebesar 100% dibandingkan dengan kondisi sebelum kegiatan. Penggunaan nilai rata-rata sebagai baseline dilakukan agar perbandingan menggambarkan kondisi produksi secara lebih representatif dan tidak hanya menggunakan nilai produksi terendah atau tertinggi.

Selain peningkatan kapasitas produksi, kegiatan juga memperkenalkan dan menerapkan peralatan berupa kompor listrik dan canting cap yang disesuaikan dengan kebutuhan produksi mitra. Kompor listrik digunakan untuk membantu proses pelelehan dan pemanasan malam/lilin batik secara lebih praktis dan terkontrol. Sebelum penerapan alat tersebut, proses pemanasan masih dilakukan dengan metode konvensional yang membutuhkan pengawasan lebih intensif dan berpotensi menyebabkan ketidakstabilan panas. Melalui pelatihan penggunaan kompor listrik, mitra diberikan pemahaman mengenai pengoperasian alat, pengaturan pemanasan, serta prosedur keselamatan kerja selama proses produksi. Sementara itu, canting cap digunakan untuk mempercepat proses penerapan motif batik yang memiliki pola berulang. Penggunaan canting cap membantu menghasilkan motif yang lebih seragam serta mengurangi waktu dan tenaga dibandingkan dengan proses pencantingan secara manual. Teknologi ini dipilih karena sesuai dengan kebutuhan mitra dalam meningkatkan efisiensi produksi tanpa menghilangkan karakteristik dan identitas motif khas Batik Muara Takus.

Pelatihan penggunaan kedua peralatan tersebut diberikan kepada anggota UMKM yang terlibat langsung dalam proses produksi batik. Pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi

penggunaan alat, praktik langsung oleh peserta, dan pendampingan selama proses produksi. Dengan metode tersebut, mitra tidak hanya menerima peralatan, tetapi juga memperoleh keterampilan untuk mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi secara mandiri.

Keberhasilan penerapan teknologi dievaluasi berdasarkan beberapa indikator, yaitu kemampuan mitra dalam mengoperasikan kompor listrik dan canting cap, kemampuan menghasilkan motif batik secara lebih konsisten, peningkatan efisiensi proses produksi, serta peningkatan jumlah produk yang dihasilkan setiap bulan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan peralatan dan pendampingan produksi memberikan kontribusi terhadap peningkatan kapasitas produksi mitra dari rata-rata 30 lembar menjadi rata-rata 60 lembar per bulan. Dengan demikian, teknologi yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai bantuan peralatan, tetapi menjadi bagian dari upaya peningkatan keterampilan, efisiensi, dan kapasitas produksi UMKM Batik Muara Takus secara berkelanjutan.

c. Transformasi Branding Produk dan Pemasaran Digital Modern

Pada sektor pemasaran, tim pengabdian bersama mahasiswa merombak identitas visual produk mitra melalui pembuatan logo resmi yang mengangkat siluet Candi Muara Takus, penyediaan kemasan paper bag eksklusif ramah lingkungan, serta penerbitan katalog produk digital beresolusi tinggi yang memuat narasi filosofi setiap motif batik.

Pelatihan digital marketing mencakup pengoperasian akun bisnis media sosial (Instagram @batikmuaratakus dan TikTok) serta pembukaan etalase toko resmi di marketplace terkemuka (Shopee). Pengrajin dibekali keterampilan praktis dalam pengambilan foto produk fesyen menggunakan pencahayaan alami, teknik penulisan deskripsi persuasif (copywriting), dan tata cara pelayanan pelanggan daring. Pemanfaatan saluran digital ini berhasil memperluas pangsa pasar Batik Muara Takus, menarik pesanan dari berbagai kabupaten/kota di Provinsi Riau, bahkan menjangkau konsumen di luar Sumatera.

Tabel 2. Evaluasi indikator ketercapaian target luaran program pengabdian

No	Aspek Evaluasi	Kondisi Sebelum Program	Capaian Setelah Pendampingan	Status Capaian
1	Kapasitas Produksi	20–40 lembar/bulan, waktu pengerjaan 5–7 hari	Peningkatan kapasitas >30% (55–65 lembar/bulan), pengerjaan lebih efisien	Tercapai
2	Mutu Produk	Kualitas warna bervariasi, tanpa standarisasi proses	SOP produksi dan kontrol mutu diterapkan konsisten pada seluruh tahapan	Tercapai
3	Manajemen Usaha	Keuangan tercampur, tidak ada buku kas operasional	Pencatatan kas rutin mandiri & dokumen HPP terstruktur sebagai dasar harga jual	Tercapai
4	Akses Pemasaran	Konvensional pasif (penjualan langsung & pameran lokal)	Terhubung ke platform digital & marketplace aktif (Shopee, Instagram, TikTok)	Tercapai
5	Branding & Kemasan	Kemasan polos tanpa identitas merek resmi	Logo resmi, label kain, kemasan eksklusif, & katalog digital tersedia	Tercapai

Hasil pelaksanaan kegiatan PkM menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra pada aspek produksi, manajemen usaha, pemasaran, dan penguatan identitas Batik Muara Takus. Pada aspek produksi, mitra memperoleh keterampilan dalam menerapkan tahapan produksi yang lebih terstruktur melalui SOP, pendampingan teknik produksi, dan pengendalian kualitas. Kapasitas produksi juga

meningkat dari rata-rata 30 lembar menjadi 60 lembar per bulan atau sebesar 100%. Pada aspek manajemen usaha, mitra telah memperoleh pemahaman mengenai pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, identifikasi biaya produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan penentuan harga jual. Hal ini membantu mitra mengelola usaha secara lebih tertib dan terukur. Pada aspek pemasaran, mitra memperoleh keterampilan dalam melakukan digital marketing, branding, pembuatan konten promosi, penyusunan katalog digital, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Selain itu, kegiatan berhasil memperkuat identitas Batik Muara Takus melalui pengembangan dan promosi 10 motif berbasis kearifan lokal, yaitu Khas Kampar, Candi Muara Takus, Stupa, Balai-Balai, Ikan Patin, Nenas, Rantai Godang, Lembah Bergayut, Bontengh Lapan, dan Pucuk Rebung. Penguatan identitas tersebut tetap mempertahankan karakter budaya lokal sebagai ciri khas produk. Secara keseluruhan, kegiatan PkM menghasilkan peningkatan kapasitas produksi, keterampilan mitra, kemampuan manajemen usaha, kemampuan pemasaran digital, serta penguatan identitas produk lokal. Hasil tersebut menjadi dasar bagi mitra untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Batik Muara Takus Kabupaten Kampar.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Batik Muara Takus Kabupaten Kampar berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pada aspek produksi, penerapan SOP, pendampingan teknik produksi, serta penggunaan peralatan produksi membantu meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi. Kapasitas produksi meningkat dari rata-rata 30 lembar menjadi 60 lembar per bulan atau sebesar 100%. Pada aspek manajemen, mitra telah mampu memahami dan menerapkan pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, identifikasi biaya produksi, serta perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai dasar penentuan harga jual. Pada aspek pemasaran, mitra memperoleh keterampilan dalam branding, pembuatan konten promosi, penyusunan katalog digital, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kegiatan ini juga berhasil memperkuat identitas Batik Muara Takus melalui pengembangan dan pengenalan 10 motif berbasis kearifan lokal, yaitu Khas Kampar, Candi Muara Takus, Stupa, Balai-Balai, Ikan Patin, Nenas, Rantai Godang, Lembah Bergayut, Bontengh Lapan, dan Pucuk Rebung. Dengan demikian, integrasi teknologi produksi, manajemen usaha, digital marketing, dan kearifan lokal dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas, daya saing, dan keberlanjutan UMKM Batik Muara Takus Kabupaten Kampar. Untuk keberlanjutan jangka panjang, direkomendasikan adanya pendampingan kolaboratif lanjutan bersama Dinas Perindustrian, Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Kampar guna memfasilitasi pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas desain motif khas Muara Takus, penguatan kelembagaan koperasi pengrajin, serta pembentukan sentra pasokan bahan baku bersama untuk menjaga stabilitas harga produksi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Riau yang telah mendanai program ini melalui skema DIPA Universitas Riau Tahun Anggaran 2026 (Nomor Kontrak: 786/UN19.5.1.3/AL.04.3/2026). Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar, Kecamatan Bangkinang Kota, serta seluruh pengurus dan anggota kelompok pengrajin K.U.B Maju Jaya Bersama (Batik Muara Takus) atas partisipasi aktif, komitmen, dan kerja sama yang sangat baik selama pelaksanaan program.

DAFTAR REFERENSI

- Cahyani, N., Effendy, M., & Noor, T. B. D. F. S. (2022). Pemanfaatan digital marketing UMKM berbasis kearifan lokal Batik Bogor melalui media sosial. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(2). <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i2.1644>. *Jurnal IBIK*
- Nurchayanti, D., & Affanti, T. B. (2018). Pengembangan desain batik kontemporer berbasis potensi daerah dan kearifan lokal. *Jurnal Sositelknologi*, 17(3). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.3.7>. *Journals ITB*
- Istiqomah, N., Mafruhah, I., Mulyani, N. S., Ismoyowati, D., & Pribadi, K. S. (2019). Pengembangan batik bermotif local wisdom dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Kabupaten Ngawi.

JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat). <https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.3973>. Jurnal Nasional UMP

Sulistiyani, N., & Putri, V. P. (2023). Pemberdayaan masyarakat dan komunitas pembatik tulis berbasis kearifan lokal Kelurahan Dadaprejo Kecamatan Junrejo Kota Batu. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 4(1). <https://doi.org/10.22219/janayu.v4i1.23035>. UJ Journal

Zayyana, S. H., Kurniawati, E., & Ananda, K. S. (2022). Digitalisasi UMKM Batik Malang sebagai optimalisasi pelestarian kearifan lokal di masa pandemi COVID-19. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 11(2). <https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v11i2.1421>. Journal of FIB UHO

Syarifah, T., Pratama, L. S., Andriani, T., Lubis, A. K., Siregar, A., Barus, M. B., & Barus, M. B. (2025). Pendampingan digitalisasi bisnis produk BAJUMPER (Batik Jumptan Perjuangan) berbasis kearifan lokal sebagai upaya pembangunan kemandirian industri kreatif. *Celebes Journal of Community Services*, 4(2). <https://doi.org/10.37531/celeb.v4i2.2877>. Vivat Academia

Sudrajat, A., Sari, H. N., & Misbahuddin, A. R. (2025). Transformasi Batik Sembogem melalui penerapan teknologi tepat guna dan pengembangan motif berbasis folklore. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 9(2). <https://doi.org/10.32486/dikemas.v9i2.963>. PNM Journal

Nanang, N., Dewanto, T. H., & Samboro, M. Y. A. (2026). Pemberdayaan batik tulis UKM Melati Surabaya melalui inovasi produksi, pemanfaatan limbah kain, dan penguatan branding digital. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 9(2). <https://doi.org/10.36456/penamas.vol9.no02.a10881>. Jurnal Unipasby

Mustikarini, A. W., Hamzah, R., Rahmatulloh, A., Mustain, A., Maryanty, Y., & Prayitno. (2026). Pemberdayaan UMKM batik melalui edukasi sertifikasi Batik Mark dan implementasi canting cap untuk peningkatan produktivitas. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 10(3). UMMAT Journals

Sari, D. A., Mahmudi, A. A., Zulfa, M. C., Mahendra, C., Sebastian, R., & Putri, A. Y. (2026). Transformasi digital UMKM Batik Tulis Lasem melalui pemberdayaan kemitraan masyarakat untuk peningkatan daya saing. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 7(2), 1621–1634. <https://doi.org/10.26874/jakw.v7i2.1167>. Jurnal Unjani

Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan digital marketing pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134–152. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>. Mercu Buana University Publications

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2). <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>. E-Journal Politeknik Negeri Banjarmasin

Rahayu, E. M. (2021). Pemanfaatan digital marketing bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah pada masa pandemi COVID-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5248>. UMMAT Journals

Susanto, B., Hadioanto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>. Unimma Journal

Pramawati, I. T., Putri, K. M. D., & Mulyawan, A. (2020). Implementasi digital marketing pada UMKM di Kabupaten Klungkung dalam meningkatkan profit. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2), 263–275. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i2.29305>. Ejournal Undiksha

Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>. UNP Kediri Journal System

Ardiani, W., & Putra, R. (2020). Pelatihan berbasis daring dalam penguatan pemasaran digital UKM Kota Medan. *Jurnal Abdidias*, 1(6), 609–615. <https://doi.org/10.31004/abdidias.v1i6.118>. Abdidias

Indah, L. N., & Ramadani, M. (2022). Strategi pemasaran produk UMKM melalui penerapan digital marketing. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 4(2). <https://doi.org/10.31092/kuat.v4i2.1697>. Jurnal PKN STAN

Islami, N. N., Wahyuni, S., & Tiara, T. (2020). The effect of digital marketing on organizational performance through intellectual capital and perceived quality in micro, small and medium enterprises. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 16(1), 59–70. <https://doi.org/10.33830/jom.v16i1.718.2020>. Jurnal Universitas Terbuka

Tambunan, T. T. H. (2022). Digital transformation in MSEs: A story from Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5(7), 1869–1885. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i7-04>.