



ANALISIS INOVASI MELALUI KEMAJUAN TEKNOLOGI PADA PRODUKSI DAN PEMASARAN BATIK DI KECAMATAN DANAU TELUK KOTA JAMBI

Sulaiman

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: sulaimansjibi@gmail.com

Titin Agustin Nengsih

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: nengsih@uinjambi.ac.id

Agusriandi

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: agusriandi@uinjambi.ac.id

Corresponding author : sulaimansjibi@gmail.com

Abstract: *Technological advances have had a great impact on the development of production and product marketing innovation. The purpose of this study is to analyze how much technological advances have had an impact on product production and marketing innovation in 4 batik entrepreneurs, Danau Teluk District, Jambi City. The research method used is descriptive research with a qualitative approach. Data was collected through observations and interviews with batik producers, batik traders and visitors to the batik market in Danau Teluk District of Jambi City. The results showed that technological advances have had a major impact on the innovation of production and marketing of the products of 4 batik entrepreneurs in Danau Teluk District, Jambi City. Production innovation through the use of technological advances opens up new opportunities for batik makers to quickly create various motifs, designs and be more efficient and effective. Meanwhile, marketing innovations through the use of the internet and social media have allowed batik entrepreneurs to reach a wider market, making it easier for consumers to shop online. Technological innovation has had a positive impact, but efforts are still needed to develop innovation through technological advances in the production and marketing of products of 4 batik entrepreneurs in Lake Teluk District, Jambi City, the development of innovation through technological advances in the production and marketing of batik products constrained by the strength of capital, human resources and knowledge of technological advances.*

Keywords : *Innovation Through Technological Advancement, Product Marketing, Jambi Batik*

Abstrak. Kemajuan teknologi telah berdampak besar pada pengembangan produksi dan inovasi pemasaran produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar kemajuan teknologi telah berdampak pada inovasi produksi dan pemasaran produk di 4 pengusaha batik Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan produsen batik, pedagang batik dan pengunjung pasar batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemajuan teknologi telah berdampak besar terhadap inovasi produksi dan pemasaran produk 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Inovasi produksi melalui penggunaan kemajuan teknologi membuka peluang baru bagi pembuat batik untuk dengan cepat menciptakan berbagai motif, desain serta lebih efisien dan efektif. Sementara itu, inovasi pemasaran melalui penggunaan internet dan media sosial telah memungkinkan pengusaha batik menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja online. Inovasi teknologi telah

Received July 16, 2023; Revised July 24, 2023; Accepted August 04, 2023

*Corresponding author, e-mail address

memberikan dampak positif, namun masih diperlukan upaya untuk mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi, pengembangan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk batik terkendala kekuatan modal, SDM dan pengetahuan tentang kemajuan teknologi.

Kata Kunci : *Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi, Pemasaran Produk, Batik Jambi*

LATAR BELAKANG

Kota Jambi memiliki potensi untuk tumbuh di era industri batik saat ini dan memiliki warisan budaya yang khas dan unik. Dengan memanfaatkan pertumbuhan ekonomi yang pro rakyat, seperti yang terlihat dari semakin pentingnya UMKM. Sektor batik di Kota Jambi akan berkembang dengan cepat, serta membawa keuntungan yang akan bermanfaat bagi seluruh masyarakat.¹

Pengusaha perlu berinovasi batik Jambi dengan membuat versi baru dan lebih baik dari produk yang sudah ada. Akibatnya, setiap pengusaha harus dapat menemukan celah atau celah di mana mereka dapat menemukan klien saat ini atau calon klien baru. Sehingga pemilik usaha yang menciptakan batik Jambi terus datang dengan ide-ide baru dan cara-cara untuk meningkatkan teknik pemasaran produk mereka, meningkatkan pendapatan dari penjualan barang-barang batik Jambi.

Industri kerajinan tangan dan batik didesak oleh Kementerian Perindustrian untuk memanfaatkan teknologi agar dapat mendorong output dan kualitas secara lebih efektif. Hal ini sejalan dengan implementasi inisiatif prioritas dalam peta jalan *Creating Indonesia 4.0*. Para pelaku bisnis ini terus-menerus memunculkan ide-ide baru berkat metode produksi yang inovatif, efektif, dan efisien, yang akan meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka.² Pemilik bisnis batik menggunakan penjualan online sebagai bagian dari rencana pemasaran mereka selain penjualan langsung untuk membuat produk mereka dikenal khalayak yang lebih luas. Mereka juga mengikuti pelatihan wirausaha UMKM. Inovasi produk berbasis teknologi dapat meningkatkan penjualan dan membawa nilai bagi perusahaan. Karena rendahnya tingkat produksi produk di Kota Jambi, tidak semua pelaku usaha batik dapat memanfaatkan kemajuan teknologi terkini di industrinya. Hal ini berdampak pada daya beli konsumen.

Untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha batik di Kota Jambi, diperlukan inovasi teknologi baik dalam produksi maupun penjualan produk. Oleh karena itu, inovasi teknologi dalam bisnis sangat penting karena berdampak pada pendapatan pelaku bisnis. Kota Jambi khususnya di Kecamatan Danau Teluk yang menjadi jantung para pengusaha batik merupakan dua Kecamatan yang menjadi pusat pengusaha batik di Kota Jambi. Karena didukung oleh pengetahuan dan kemampuan yang sudah sangat lama diwariskan dari satu generasi ke generasi lainnya. Setiap pemilik usaha kerajinan batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi dapat menciptakan peluang untuk melakukan inovasi melalui kemajuan teknologi dengan dorongan para pengusaha batik yang membuat penemuan baru dari produksi batik Jambi mereka. Melestarikan standar kualitas batik Jambi yang tinggi sambil melakukan perbaikan.³

Tabel 1.1

Data Pengusaha Batik Jambi di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi

No	Nama Pengusaha Batik Jambi	Lokasi Pengusaha Batik Jambi
----	----------------------------	------------------------------

¹Siti Heidi Karmela, *Batik dan Tenun : Cerminan Budaya Melayu Bagian Dari Perekonomian dan Industri Kreatif di Kota Jambi*. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi. (Vol.15 No.4 Tahun 2015)

² Republik Indonesia, Kementerian Perindustrian: *Tentang Industri Batik dan Kerajinan Perlu Dipoles Teknologi Modern*.

³ Olifvia Putri Adeliyani, “Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik di Kota Jambi”, (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023), hlm.2.

*Analisis Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi Pada Produksi Dan Pemasaran Batik Di
Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi*

1	Batik Jambi Ariny	Pasir Panjang
2	Batik Jambi Hj. Nurmah	Pasir Panjang
3	Rumah Tampuk Manggis	Olak Kemang
4	Batik Jambi Azmiah	Olak Kemang
5	Batik Jambi Rezeki	Ulu Gedong
6	Batik Jambi Zhorif	Ulu Gedong
7	Batik Jambi Mawaddah	Tanjung Raden

(Sumber: Observasi dan Wawancara Pengusaha Batik Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi)

Dari tabel di atas ada pemilik usaha batik di hampir setiap desa di Kabupaten Danau Teluk Kota Jambi. Karena didukung oleh pengetahuan dan kemampuan yang telah diwariskan selama berabad-abad. Sebuah sentra produksi baru untuk kerajinan yang terbentuk di daerah Kota Jambi setelah pertama kali muncul sebagai produk budaya yang dibuat oleh pengrajin di daerah Danau Teluk, menandai dimulainya babak baru dalam industrialisasi batik. Setiap pemilik usaha kerajinan batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi dapat memberikan peluang untuk mengembangkan sebuah inovasi dengan dorongan para pengusaha batik yang mengembangkan sebuah inovasi baru dari sebuah produk batik Jambi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran untuk meningkatkan pendapatan.

Table 1.2

Data Pendapatan Tertinggi Bersih Perbulan Sebelum dan Sesudah Adanya Inovasi melalui kemajuan teknologi

No	Nama Usaha Batik	Pendapatan Sebelum	Pendapatan Sesudah	Persentase Peningkatan Pendapatan
1	Rumah Batik Azmiah	Rp.75.000.000	Rp.297.000.000	74,8%
2	Rumah Batik Tampuk Manggis	Rp.35.000.000	Rp.43.000.000	18,7%
3	Rumah Batik Zhorif	Rp.6.000.000	Rp.9.500.000	37%
4	Rumah Batik Ariny	Rp.20.000.000	Rp.24.500.000	18,4%

(Sumber: Wawancara Penusaha Batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi)

Tabel di atas menunjukkan bahwa inovasi teknologi dapat berkontribusi pada pendapatan melalui produksi dan pemasaran barang-barang berbahan batik Jambi. Akibatnya, inovasi merupakan salah satu penemuan terbaru dari perspektif kreativitas manusia sebagai sumber daya ekonomi yang dapat memperluas perekonomian melalui operasi bisnis dan menghasilkan pendapatan dari produk-produk inovatif, sehingga

inovasi produk dari batik Jambi harus terus dilakukan oleh semua pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk.

Dapat disimpulkan pada pendapatan setiap pengusaha batik berbeda-beda. Namun, Azmiah menghasilkan uang paling banyak di pusat rumah batik karena dia berdiri sejak 1980 pada generasi awal hingga saat ini generasi ke 3 dipercayai oleh pejabat-pejabat tinggi kota jambi akan produknya bekerja dengan merek asing, menghasilkan pendapatan yang jauh lebih besar daripada pengusaha batik lainnya.⁴ Oleh karena itu, setiap pemilik bisnis batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi harus meningkatkan penjualan produk baru mereka untuk menghasilkan pendapatan yang konsisten dengan tujuan penjualan mereka.

Table 1.3

Data Pelaku Usaha Batik di Kecamatan Danau Teluk dan Inovasi yang telah dilakukan pada produksi dan pemasaran

No	Nama Usaha Batik	Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi Yang Telah Dilakukan Pada Produksi	Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi Yang Telah Dilakukan Pada Pemasaran
1	Rumah Batik Azmiah	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan Teknik batik tulis digital untuk motif pada hijab. - Menggunakan inovasi teknologi canting cap. - Menggunakan kompor listrik , tabung gas. - Bak pewarna 	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu pemasaran secara online, yaitu Facebook,Instagram,Website - Mengikuti seminar nasional dan internasional. - Mengikuti event/festival batik nasional dan internasional.
2	Rumah Batik Tampuk Manggis	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan inovasi teknologi canting listrik dan cap. - Menggunakan kompor listrik , tabung gas. - Bak pewarna 	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu pemasaran secara online, yaitu Instagram,facebook. - Mengikuti event / pameran batik nasional.
3	Rumah Batik Zhorif	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan inovasi teknologi canting cap. - Menggunakan kompor tabung gas. - Bak pewarna 	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu pemasaran hanya di store, tidak terlalu aktif Instagram, facebook (tidak maksimal dalam menggunakan media online)
4	Rumah Batik Ariny	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan inovasi teknologi canting listrik dan 	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu pemasaran secara online,

⁴ Azmiah, wawancara pemilik batik Azmiah, 28 Juni 2023

	cap.	yaitu
	- Menggunakan kompor listrik , tabung gas.	- Mengikuti event / pameran batik nasional.
	- Bak Pewarna	

(Sumber: Observasi dan Wawancara Pengusaha Batik Azmiah dan Tampuk Manggis)

Menurut temuan penelitian, setiap pengusaha batik menggunakan inovasi yang dibawa oleh kemajuan teknologi dalam penciptaan dan pemasaran produk mereka, dan ini dapat dilihat dalam segala hal mulai dari alat produksi yang mereka gunakan hingga metode pemasaran produk yang mereka gunakan. Hadirnya inovasi melalui kemajuan teknologi dalam penciptaan dan pemasaran berbagai produk batik Jambi yang dimiliki oleh masing-masing pengusaha batik di Kabupaten Danau Teluk dapat meningkatkan dan menciptakan peluang untuk mengembangkan produk yang ada menjadi produk baru untuk pengusaha batik yang lebih baik, dan mengingat bahwa inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk berkaitan erat, maka target kepuasan konsumen akan menjadi tujuan peningkatan oleh karena itu, Setiap pemilik bisnis batik perlu terus menghasilkan ide-ide baru melalui kemajuan teknologi di bidang manufaktur dan pemasaran yang akan membantu atau membantu upaya untuk meningkatkan dan mempertahankan posisi produk mereka di pasar sasaran mereka. Instrumen yang paling penting untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen dalam keputusan pembelian adalah inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk, yang memungkinkan suatu produk untuk mengambil posisi tertentu dan melakukan tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Widia dengan judul analisis strategi inovasi berkelanjutan pada UMKM di Kota Jambi. Penelitian dilatar belakangi oleh pendapatan UMKM di Kecamatan Danau Teluk dan Pelayangan Kota Jambi. Penelitian yang dilakukan dengan penelitian kualitatif dengan hasil penelitian, yaitu didapatkan bahwa industri UMKM menuntut pelaku-pelaku UMKM untuk melakukan inovasi berkelanjutan, munculnya persaingan dalam dunia UMKM ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas tentang tingkat kepentingan inovasi berkelanjutan, dan perbedaannya adalah objek penelitian dan fokus penelitian.⁵

KAJIAN TEORITIS

a. Definisi Inovasi

Inovasi dapat didefinisikan sebagai pengenalan ide, produk, layanan, proses, atau praktik baru yang membawa nilai tambah dan membawa perubahan signifikan dalam suatu organisasi, masyarakat, atau industri. Inovasi melibatkan penerapan kreativitas, penelitian, pengembangan, dan implementasi yang berhasil dari ide-ide baru untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan.⁶

Menurut Amabile inovasi merupakan gagasan, produk, atau penemuan baru tercakup dalam konsep inovasi yang luas. Keberhasilan penggunaan ide-ide asli seorang pengusaha dapat dipandang sebagai inovasi. Oleh karena itu, ketika berhadapan dengan bisnis dan klien saingan, pemilik bisnis diharapkan untuk datang dengan konsep segar.⁷

b. Inovasi Dalam Pandangan Islam

⁵ Widia, "analisis strategi inovasi berkelanjutan pada UMKM di Kota Jambi", (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023), hlm.57

⁶ Chesbrough, H. W. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

⁷ Amabile, Teresa M. "Assesing The Work Environment For Creatiry". *Academy of Management Journal*, (1996), Hlm.1154-1184.

Inovasi produksi dianggap sebagai isu penting dalam ekonomi Islam. Imam Ghazali sangat prihatin dengan masalah produksi yang sangat besar yang dibutuhkan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. Menurut Imam Ghazali, ia terlibat dalam banyak kegiatan ekonomi, seperti doa pribadi. Di sisi lain, kewajiban sosial ekonomi mengharuskan produsen menyediakan barang yang memenuhi permintaan.

Inovasi juga merupakan bagian dari mental seorang pebisnis yaitu inovatif. Seorang pebisnis memiliki tuntutan untuk mampu menjadi sosok yang inovatif dalam melahirkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Mental inovatif tersebut pada akhirnya akan dimunculkan pada karya-karya inovasi sebagai hasil dari produk bisnis atau layanan jasa untuk konsumen. Adapun dalil yang berkaitan dengan inovasi ini terdapat dalam Q.S. Al-Ra'd : 11 :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”. (Q.S. Al-Ra'd : 11).⁸

c. Indikator Inovasi

Inovasi produk sebaiknya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan produk) sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya. Berikut beberapa indikator dari inovasi, yaitu:

- a) Jumlah inovasi produk yaitu mengukur jumlah produk baru yang dikembangkan oleh usaha batik dapat menjadi indikator inovasi. Jumlah produk baru yang diperkenalkan ke pasar dapat menunjukkan tingkat kreativitas dan upaya dalam menghasilkan inovasi dalam desain, motif, atau teknik pembuatan batik.
- b) Tingkat adopsi teknologi yaitu mengukur sejauh mana teknologi baru diadopsi dalam proses produksi batik dapat menjadi indikator inovasi. Tingkat penggunaan mesin-mesin modern, perangkat lunak desain, atau peralatan lainnya dapat mencerminkan tingkat kemajuan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi
- c) Keterlibatan dalam riset dan pengembangan yaitu mengukur tingkat keterlibatan dalam kegiatan riset dan pengembangan dapat menjadi indikator inovasi. Mengeksplorasi teknik pencelupan baru, menciptakan pola dan motif unik, atau mengembangkan teknologi baru yang relevan dengan industri batik dapat menunjukkan adanya inovasi yang diterapkan dalam usaha batik.
- d) Peningkatan efisiensi dan kualitas yaitu mengukur peningkatan efisiensi dan kualitas dalam proses produksi batik dapat menjadi indikator inovasi. Melalui adopsi teknologi yang tepat, pengusaha batik dapat mencapai peningkatan efisiensi operasional dan meningkatkan kualitas produk mereka, yang merupakan tanda inovasi dalam usaha batik.
- e) Respon pasar dan keberhasilan bisnis yaitu mengukur respon pasar terhadap produk batik dan keberhasilan bisnis secara keseluruhan dapat menjadi indikator inovasi. Jika produk baru berhasil mendapatkan respon positif dari

⁸ Aisyah, “Inovasi Dalam Perspektif Hadis: Inovasi Manfaat Wirausaha,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.8 No.1 tahun 2017: 90.

konsumen dan berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis, hal ini dapat menunjukkan bahwa inovasi telah berhasil diterapkan dalam usaha batik.⁹

1. Teknologi

a. **Definisi Teknologi**

Teknologi berasal dari kata *technologia* (bahasa Yunani) *techno* artinya keahlian dan *logia* artinya pengetahuan. Teknologi adalah sumber daya penting dan merupakan sub sistem dari organisasi. Dengan demikian, teknologi memiliki implikasi kritis terhadap daya saing dan keuntungan jangka panjang. Untuk tetap bertahan dan unggul dalam persaingan pasar, perusahaan perlu memberikan perhatian dan mampu memperoleh keunggulan dari peluang teknologis untuk mendukung strategi bisnis serta meningkatkan operasi dan layanannya. Keberhasilan organisasi atau perusahaan sebagian ditentukan oleh daya tanggap dan adaptasi terhadap inovasi teknologi.¹⁰

b. **Teknologi Dalam Pandangan Islam**

Dalam pandangan Islam, teknologi dilihat sebagai alat yang dapat dimanfaatkan untuk kemajuan dan kesejahteraan umat manusia. Islam mengajarkan bahwa manusia diberikan akal dan kecerdasan untuk menggali potensi dan kemampuan yang dimilikinya, termasuk dalam bidang teknologi. Beberapa prinsip dan pandangan dalam Islam terkait dengan teknologi adalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Sumber Daya

Islam mengajarkan agar manusia memanfaatkan sumber daya yang ada di alam secara bijaksana dan berkelanjutan. Teknologi dapat menjadi sarana untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam demi kesejahteraan manusia, asalkan tidak melampaui batas dan tidak merusak lingkungan.

2. Kemanfaatan dan Kemaslahatan

Teknologi dalam Islam dipandang sebagai alat untuk memberikan manfaat dan kemaslahatan kepada manusia. Teknologi yang dapat meningkatkan kehidupan manusia, mempermudah pekerjaan, dan meningkatkan efisiensi dipandang positif, selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam dan etika yang dianut.

3. Etika dan Tanggung Jawab

Dalam pengembangan dan penggunaan teknologi, Islam menekankan pentingnya menjaga etika dan tanggung jawab. Teknologi tidak boleh digunakan untuk tujuan yang merugikan atau merugikan orang lain. Hal ini termasuk dalam menjaga privasi, menghindari penyalahgunaan teknologi, dan menghormati nilai-nilai moral dan agama.

4. Pemberdayaan dan Kemajuan

Islam mendorong pemberdayaan umat manusia dan kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk teknologi. Melalui pengetahuan, inovasi, dan pengembangan teknologi, umat Muslim diharapkan dapat berkontribusi dalam memajukan masyarakat dan memenuhi kebutuhan manusia secara lebih efektif.

5. Ilmu Pengetahuan dan Penelitian

Islam mendorong umat Muslim untuk mencari ilmu pengetahuan dan melakukan penelitian. Penemuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, termasuk dalam bidang teknologi, dianggap sebagai upaya untuk memperluas pemahaman dan meningkatkan kualitas kehidupan.¹¹

c. **Indikator Teknologi**

⁹ Damanpour, F. (1991), "Organizational Innovation: A Meta-analysis of Effects of Determinants and Moderators", *Academy of Management Journal*, Vol. 34, No. 3, pp. 555-590.

¹⁰ Osmad Muthaher, "Model Pengembangan Inovasi Teknologi Dan Kelembagaan Kemitraan Rantai Pasok Guna Meningkatkan Daya Saing UKM", *Jurnal EKOBIS*, Vol. 15, No. 1, Januari 2014, Hlm. 62- 73.

¹¹ M.A. Razi, "Islamic Ethical Principles and the Challenges of Technology," *American Journal of Islamic Social Sciences*, Vol. 28, No. 2, pp. 63-78, 2011.

Menurut Sabihaini indikator teknologi informasi adalah faktor sosial, perasaan, kesesuaian tugas, konsekuensi jangka panjang, kondisi yang memfasilitasi.¹²

- a) Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang beranggapan bahwa ada orang lain yang mendukung dirinya untuk menggunakan teknologi informasi.
- b) Perasaan ialah sebuah faktor yang berhubungan dengan perasaan yang dirasakan oleh individu atas pekerjaan yang dijalankan, apakah dalam menjalankannya merasa senang, tidak puas, suka cita, nyaman jika didukung dengan teknologi informasi.
- c) Kesesuaian tugas yaitu faktor yang menunjukkan sebuah hubungan antara pemanfaatan teknologi informasi dengan kebutuhan tugas yang diemban. Faktor ini berguna untuk mengukur apakah individu percaya bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja individu apabila peralatan teknologi informasi sesuai dengan yang dibutuhkan dengan tugasnya.
- d) Konsekuensi jangka panjang, hasil yang diperoleh untuk manfaat di masa mendatang. Dapat diukur melalui output yang dihasilkan apakah mempunyai manfaat jangka Panjang.
- e) Kondisi yang memfasilitasi, faktor objektifitas yang ada di lingkungan kerja yang memudahkan dan membantu pemakai dalam melakukan pekerjaan.

3. Produksi

a. Definisi Produksi

Produksi adalah proses mengubah input menjadi output yang berguna, seperti barang atau jasa, melalui penggunaan sumber daya dan faktor produksi. Produksi merupakan kegiatan ekonomi yang penting dan merupakan salah satu elemen utama dalam kegiatan bisnis. Dalam halaman ini, kita akan menjelaskan pengertian produksi secara detail, faktor-faktor produksi yang terlibat, dan berbagai teori dan konsep yang berkaitan dengan produksi.¹³

Faktor-Faktor Produksi: Ada beberapa faktor produksi yang terlibat dalam proses produksi. Faktor-faktor ini termasuk:

- a) Tenaga Kerja
Merujuk pada upaya yang dilakukan oleh manusia dalam proses produksi. Tenaga kerja mencakup keterampilan, pengetahuan, dan kreativitas individu yang digunakan dalam menghasilkan barang atau jasa.
- b) Modal
Merupakan aset fisik atau finansial yang digunakan dalam produksi, seperti mesin, peralatan, gedung, kendaraan, atau modal finansial yang digunakan untuk mengakuisisi aset-aset tersebut.
- c) Bahan Baku
Merupakan bahan mentah atau bahan setengah jadi yang digunakan dalam proses produksi. Bahan baku adalah komponen dasar yang digunakan untuk menghasilkan produk akhir.
- d) Teknologi
Merujuk pada pengetahuan, metode, dan proses yang digunakan dalam produksi. Teknologi dapat mencakup perkembangan dalam penelitian dan

¹² Mhd.Nuruddin Zein "Pengaruh Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Telkomsel Cabang Medan (Studi kasus Pada Karyawan PT.Telkomsel Cabang Medan)", (Skripsi, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2019), Hlm. 10.

¹³ Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2018). *Operations Management: Processes and Supply Chains*. Pearson.

pengembangan, penggunaan mesin dan peralatan canggih, atau penerapan sistem dan prosedur yang efisien.

e) Manajemen

Melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan dalam mengelola sumber daya produksi. Manajemen efektif berperan penting dalam mencapai efisiensi dan produktivitas yang tinggi dalam produksi.

b. Produksi Dalam Pandangan Islam

Islam menganjurkan umatnya untuk berusaha, bekerja, serta mengikuti sunatullah.¹⁴ Seluruh kegiatan ekonomi masyarakat pada akhirnya ditujukan untuk kemakmuran masyarakat.¹⁵ Dalam konteks perintah memproduksi suatu barang misalnya harus diyakini mengandung nilai maslahat. Hal ini dapat diamati pada Q.S. Hud: 37.

وَاصْنَعِ الْفُلْكَ بِأَعْيُنِنَا وَوَحْيِنَا وَلَا تُخَاطِبْنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا إِنَّهُمْ مُخْرَفُونَ

“Dan buatlah bahtera itu dengan pengawasan dan petunjuk wahyu Kami, dan janganlah kamu bicarakan dengan aku tentang orang-orang yang zalim itu; Sesungguhnya mereka itu akan ditenggelamkan”.(Q.S. Hud: 37).¹⁶

Ayat di atas menginterpretasikan bahwa pada zaman nabi Nuh a.s, Allah telah memerintahkan beliau untuk membuat bahtera/kapal yang akan dipergunakan oleh nabi Nuh beserta ummatnya yang beriman untuk berlayar.¹⁷ Membuat bahtera, termasuk dalam kategori produksi. Oleh karena melewati proses produksi, yakni input-proses-output. Proses ini berlangsung dengan pengelolaan sumber daya alam (kayu) yang pada awalnya masih berupa papan/balok, namun setelah diolah dan digabungkan, kemudian terbentuklah bahtera yang memberi manfaat atau nilai tambah.¹⁸

Al-Ghazali menganggap bahwa produksi merupakan elemen penting dalam beribadah. Secara khusus ia memandang bahwa memproduksi barang-barang kebutuhan dasar sebagai suatu kewajiban sosial. Ini berarti jika telah ada orang yang berkecimpung di dunia usaha yang memproduksi barang-barang dengan jumlah yang mencukupi kebutuhan masyarakat, maka kewajiban seluruh masyarakat telah terpenuhi. Namun jika tidak ada seorangpun yang melibatkan diri dalam kegiatan tersebut atau jika jumlah yang diproduksi tidak mencukupi kebutuhan masyarakat, semua orang akan dimintai pertanggung jawabannya di akhirat. Al-Ghazali menegaskan bahwa aktifitas ekonomi harus dilakukan secara efisien karena merupakan bagian dari pemenuhan tugas keagamaan seseorang.¹⁹

c. Indikator Produksi

Ada empat indikator produksi, antara lain sebagai berikut:

a) Jumlah Produksi (JP)

Jumlah total barang yang dihasilkan selama periode waktu tertentu.

b) Tingkat Pertumbuhan Produksi (TPP)

Persentase perubahan jumlah produksi dari satu periode ke periode berikutnya.

c) Efisiensi Produksi (EP)

Tingkat penggunaan sumber daya (tenaga kerja, modal, bahan baku) dalam menghasilkan output yang diinginkan.

d) Produktivitas Tenaga Kerja (PTK)

Output per jam kerja yang dihasilkan oleh tenaga kerja dalam proses produksi.

¹⁴ Afzalurrahman, “Muhammad Sebagai Seorang Pedagang” (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997). Hlm.222.

¹⁵ Mohamad Ikrom, “Pemikiran Ekonomi Al Ghazali”, Al-Iqtishadi, Vol 2, No. 1, (Oktober 2015), Hlm.51.

¹⁶ Departmen Agama RI, al-Qur’an, Q.S Huud: 37

¹⁷ Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jilid IV, (Jakarta, Gema Insani, 2015), Hlm.553.

¹⁸ Mujetaba Mustafa, “Konsep Produksi dan Konsumsi dalam Al-Qur’an”, Al-Amwal, Vol.1, No. 2 (September 2016)

¹⁹ Al-Ghazali, *Ihya’ Ulumuddin*, terj. Ibnu Ibrahim ba’adillah, (Jakarta: Republika, 2011), Hlm.123.

- e) Tingkat Pemanfaatan Kapasitas (TPK)
Rasio antara kapasitas produksi yang digunakan dengan kapasitas produksi total yang tersedia.²⁰

4. Pemasaran

a. **Definisi Pemasaran**

Pemasaran sangat penting untuk bisnis karena, ketika sebuah perusahaan mengembangkan produk, jelas membutuhkan cara untuk mengkomunikasikan produk tersebut. Salah satu strategi yang digunakan bisnis untuk menjual barang yang mereka hasilkan adalah pemasaran. Tujuan pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen, menjanjikan nilai yang unggul, menetapkan harga yang menarik, mudah mendistribusikan produk, mempromosikannya secara efektif, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan menjunjung tinggi prinsip kepuasan pelanggan.²¹

b. **Pemasaran Dalam Pandangan Islam**

Dalam hal ini, Tamamudin menyukai kata "pemasaran syariah". Ia mendefinisikan pemasaran syariah sebagai kegiatan bisnis yang menciptakan nilai bagi orang lain, memungkinkan siapa saja yang terlibat di dalamnya untuk mengembangkan dan memanfaatkannya sesuai dengan tata cara yang diatur dalam prinsip-prinsip akad muamalah. Pemasaran adalah teknik untuk menentukan dan menangani kebutuhan sosial dan individu.²²

c. **Indikator Pemasaran**

Indikator pemasaran adalah metrik atau ukuran yang digunakan untuk mengukur kinerja dan keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan. Indikator ini membantu memantau dan mengevaluasi efektivitas upaya pemasaran serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.²³

Berikut ini adalah beberapa contoh indikator pemasaran yang umum digunakan. Menurut Kotler dan Armstorg indicator pemasaran yaitu:

- a) Pangsa Pasar
Persentase pasar yang dikuasai oleh perusahaan atau merek tertentu dalam industri atau segmen pasar tertentu.
- b) Pertumbuhan Penjualan
Tingkat pertumbuhan persentase pendapatan atau volume penjualan dari periode ke periode, yang menunjukkan keberhasilan dalam menghasilkan peningkatan penjualan.
- c) Loyalitas Pelanggan
Tingkat retensi pelanggan atau tingkat pengulangan pembelian dari pelanggan yang sudah ada, menunjukkan sejauh mana pelanggan tetap setia terhadap perusahaan atau merek.
- d) Kepuasan Pelanggan
Pengukuran kepuasan pelanggan melalui survei, umpan balik, atau indikator lainnya untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.
- e) Kesadaran Merek
Tingkat pengenalan dan pengetahuan konsumen terhadap merek perusahaan, yang dapat diukur melalui survei kesadaran merek atau pengukuran lainnya.
- f) Konversi Penjualan

²⁰ Fita Nurotul Faizah, "Teori Produksi Dalam Studi Ekonomi Islam Modern (Studi Kasus Pemikiran Muhammad Baqir Al-Sadr dan Muhammad Abdul Mannan)", (Tesis, UIN WALI SONGO Semarang, 2018), Hlm.47.

²¹ Budi Rahayu Tanama, "*Manajemen Pemasaran*", (Denpasar, November 2017), Hlm.1.

²² Muhammad Anwar Fathoni, "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol.9 No.1, 2018, Hlm.142.

²³ Buchari Alma, "*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*", (Bandung, Alfabeta 2014).

Rasio antara jumlah prospek atau pelanggan yang melakukan pembelian (konversi) dibandingkan dengan jumlah total prospek atau pelanggan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran.

- g) **Tingkat Retensi Pelanggan**
Persentase pelanggan yang tetap berlangganan atau melakukan pembelian ulang dalam jangka waktu tertentu, menunjukkan keberhasilan dalam mempertahankan pelanggan yang ada.
- h) **Tingkat Interaksi Sosial Media**
Jumlah like, komentar, dan share yang diterima posting atau konten perusahaan di platform media sosial, yang dapat mencerminkan keterlibatan konsumen dan keberhasilan upaya pemasaran digital.²⁴

5. Pemasaran

a. Definisi Batik

Kata "MBatik" dalam bahasa Jawa, yang berarti menjahit, adalah tempat kata "batik" berasal. Akibatnya, seni batik adalah nilai ciptaan manusia yang menumbuhkan rasa senang atau keindahan baik secara fisik maupun mental. Istilah "batik" sendiri mengacu pada metode pembuatan pola yang melibatkan pembengkokan atau stamping kain, kemudian menerapkan pewarna pola malam di atasnya untuk mencegah pewarna menembus kain.²⁵

Batik bangsa Indonesia dianggap sebagai bagian dari warisan budaya dunia. Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO (Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa) menyatakan batik sebagai warisan budaya takbenda. Di era globalisasi, batik telah mengambil peran identitas nasional Indonesia. Istilah "mba" dan "titik" dari bahasa Jawa, yang menandakan titik-titik tulisan, adalah asal mula batik.²⁶

Kerajinan batik adalah produk sampingan dari seni istana, ketika tujuan batik sebagai barang komersial yang dapat diperdagangkan pada masa pemerintahan raja harus dibuat untuk keluarga kerajaan dan kerabat mereka untuk kebaikan kerajaan. Selain itu, batik Jambi diproduksi di seluruh kerajaan Melayu selama bertahun-tahun oleh anggota keluarga dan keluarga kerajaan untuk mengemas peralatan pusaka. Saat ini, masyarakat setempat, khususnya masyarakat Jambi, memproduksi batik.²⁷

b. Batik Dalam Pandangan Islam

Pandangan Islam terhadap batik dapat bervariasi, dan tidak ada pandangan tunggal yang dipegang oleh seluruh umat Islam. Namun, dalam Islam, terdapat beberapa prinsip umum yang relevan dalam menilai atau memahami penggunaan batik.

- a) **Kesopanan dan Penutupan**
Islam mendorong umatnya untuk berpakaian dengan sopan dan menutup aurat. Dalam konteks batik, ini berarti memilih batik yang tidak terlalu transparan dan memberikan cakupan yang memadai pada tubuh. Model dan gaya batik juga harus mengikuti prinsip kesopanan Islam.
- b) **Kesenjangan dan Kemewahan**
Islam menekankan kesederhanaan dan menghindari kesombongan atau perbuatan yang mencolok untuk mempertahankan kesetaraan sosial dan menghindari kemewahan yang berlebihan. Dalam hal ini, pemilihan batik yang sederhana dan tidak berlebihan dapat sesuai dengan prinsip-prinsip ini.

²⁴ Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2016). *Strategic Marketing*. McGraw-Hill Education.

²⁵ Didik Riyanto, *PROSES BATIK* Batik tulis –Batik cap-Batik printing, (Solo : CV,Aneka 1993).

²⁶ Fony Sanjaya dan Listyo Yuwanto, "Budaya Berbusana Batik Pada Generasi Muda", *Jurnal Mediapsi*, Vol.5 No.2, 2018, Hlm.88-96.

²⁷ Olifvia Putri Adeliyani, "Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik di Kota Jambi", (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023), Hlm.24.

- c) Keunikan Budaya
Islam menghormati keberagaman budaya dan mendorong pengembangan seni dan budaya yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Batik merupakan seni dan budaya tradisional Indonesia yang kaya, dan dalam konteks Indonesia, batik menjadi bagian dari identitas budaya yang beragam dan dihormati.
- d) Penggunaan untuk Acara Keagamaan
Batik sering digunakan dalam acara-acara keagamaan di Indonesia, termasuk pernikahan, acara religius, dan perayaan Idul Fitri. Dalam hal ini, pemilihan batik yang sopan dan sesuai dengan tradisi lokal dapat dianjurkan dalam rangka merayakan dan menghormati momen keagamaan.

c. Indikator Batik

Berikut adalah beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur perkembangan dan keberhasilan dalam industri batik:

- a) Volume Produksi
Indikator ini mengukur jumlah batik yang diproduksi dalam suatu periode waktu tertentu. Hal ini dapat mencerminkan tingkat kegiatan produksi dalam industri batik.
- b) Nilai Ekspor: Indikator ini mengukur nilai batik yang diekspor ke pasar luar negeri. Tingkat ekspor batik dapat memberikan gambaran tentang permintaan dan daya saing batik Indonesia di pasar internasional.
- c) Peningkatan Kualitas
Indikator ini mencakup peningkatan dalam kualitas desain, motif, teknik pencelupan, dan bahan yang digunakan dalam produksi batik. Peningkatan kualitas dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk batik.
- d) Penetrasi Pasar
Indikator ini mengukur penetrasi batik dalam pasar lokal maupun internasional. Hal ini dapat dilihat dari jumlah toko atau toko online yang menjual batik, jumlah pelanggan, dan peningkatan kesadaran dan minat konsumen terhadap batik.
- e) Inovasi Produk
Indikator ini mengukur tingkat inovasi dalam desain, motif, teknik pencelupan, dan penggunaan bahan dalam produksi batik. Inovasi produk dapat memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan daya tarik batik di pasar.
- f) Keberlanjutan
Indikator ini mencakup penggunaan bahan baku ramah lingkungan, penggunaan pewarna alami, praktik produksi yang berkelanjutan, dan upaya untuk melestarikan nilai-nilai budaya dalam industri batik. Keberlanjutan menjadi semakin penting dalam industri yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.
- g) Pendapatan dan Keuntungan
Indikator ini mengukur pendapatan dan keuntungan yang dihasilkan oleh pelaku usaha batik. Peningkatan pendapatan dan keuntungan dapat mencerminkan pertumbuhan dan keberhasilan industri batik.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam melaksanakan penyelidikan ini. Mewawancarai pemilik usaha dan staf berbagai pengusaha batik di Danau Teluk Kota Jambi merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti informasi mendalam dan memberikan data deskriptif. Dalam penelitian ini, kami meneliti bagaimana inovasi produk di industri batik dilakukan oleh pemilik usaha batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Apa yang telah

dipelajari sebelumnya, termasuk dalam Al-Qur'an, buku, jurnal, tesis, dan dari informan yang menyediakan sumber sejarah lisan.²⁸

Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi dalam pelaksanaan penelitian ini penulis melakukan penelitian di pengusaha-pengusaha batik di Kota Jambi, yang meliputi:

- Kecamatan Danau Teluk, didalam Kecamatan terdapat 5 kelurahan. Namun di Kecamatan ini peneliti akan memfokuskan untuk meleiti di 4 kelurahan pada pengusaha batik.
- Alasan peneliti mengambil objek penelitian di pengusaha batik ini karena ingin mengetahui sejauh mana para pengusaha batik yang ada di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi dalam melakukan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produknya pada usaha batikJambi

Jenis dan Sumber Data

a) Data Primer

Dalam penelitian ini, 4 pemilik usaha batik memberikan informasi melalui wawancara. Agar peneliti dapat mendokumentasikan informasi yang diperoleh langsung dari informan.

b) Data Sekunder

Data sekunder terdiri dari data yang sudah ada yang dapat dibaca, diperiksa, dianalisis, dan dipahami oleh para ahli materi pelajaran. Informasi ini hampir pasti berasal dari primer yang sebelumnya didistribusikan oleh seorang penulis.²⁹

Teknik Pengumpulan Data

Para peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, yang dikenal sebagai teknik pengumpulan data. Berikut ini adalah metode pengumpulan data yang digunakan peneliti seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengembangan Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi Pada Pduksi dan Pemasaran

1) Batik Jambi Azmiah

Di Desa Olak Kemang, sentra industri Rumah Batik Azmiah pertama kali didirikan pada tahun 1980. Pada saat itu, Ibu Asmah, yang merupakan orang tua dari Ibu Azmiah, memegang kepemilikan perusahaan secara langsung. Setelah beberapa tahun, Ibu Azmiah terus menjalankan perusahaan sebagai pemiliknya, dan setelah Ibu Azmiah meninggal, putrinya Dhita Khairun Nisa mengambil alih. Menurut hasil percakapan peneliti dengan Ibu Dhita, dia mengatakan :

“Rumah Batik Azmiah, khususnya saya sebagai pengusaha dan pemilik RBA, sangat ingin mengembangkan inovasi baru melalui kemajuan teknologi dalam produksi dan pemasaran batik Jambi. Kami juga ingin membuat inovasi baru melalui teknologi dalam produksi dan pemasaran jika kami bisa, karena tidak semua produk inovatif melalui kemajuan teknologi dapat diterapkan dalam bisnis kami, seperti canting listrik, yang kami yakini tidak efektif Akibatnya, pendekatan yang kami gunakan untuk mendorong inovasi melalui kemajuan teknologi baru dalam produksi dan pemasaran di masa depan memerlukan penambahan sentuhan digital pada produksi dan media sosial ynag tepat guna dalam hal pemasaran, warna, dan produk jadi serta terus meningkatkan dan mengembangkan produk batik di RBA, melalui website atau transformasi digital sehingga dunia luar dapat melihat mereka masyarakat lebih mengenal produk apa saja yang ada di RBA. Selama ini kami menggunakan media email untuk

²⁸ Lexy J Moeleong, “*Metodelogi Pn eleitian Kualitatif*”, (Vol. 2. Remaja. Bandung 2002). Hlm.9.

²⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2006), Hlm.209.

menjual produk kami ke luar negeri, itupun dalam bentuk desain bukan bahan jadi dan agar proses pembuatannya menghasilkan inovasi baru maka akan lebih sesuai dengan apa yang diinginkan, saya selaku pemilik Sentra Rumah Batik Azmiah juga harus bekerjasama dengan pengrajin batik dan sentra penjahit luar”.³⁰

Table 4.2
Data Alat Produksi dan Jangkauan Pemasaran

Alat-Alat Produksi RBA	Jangkauan Pemasaran RBA
Kompor Listrik, Wajaan	Asia
Kuali	Singapura
Baskom	Russia
Pensil	Paris
Kuas	Seoul
Kertas	Italy
Bandul	Polan
Tablet	Qatar

(Sumber : Wawancara Pemilik Rumah Batik Azmiah)

Meskipun Rumah Batik Azmiah memiliki banyak alat produksi karena kemajuan teknologi dalam produknya dan jangkauan pasar yang luas, namun masih ada tantangan yang dihadapi oleh pengusaha Rumah Batik Azmiah, yaitu kurangnya sumber daya manusia dari pengrajin batik serta sumber daya manusia dalam memproduksi barang jadi. Rumah Batik Azmiah telah mendapatkan kebijakan dari pemerintah berupa fasilitas pelatihan pengembangan ide-ide baru, dan kegiatan tersebut secara langsung didanai dari dana pemerintah sehingga dapat lebih mendukung para pengusaha Rumah Batik Azmiah dalam melakukan sebuah inovasi melalui kemajuan teknologi dalam produksi dan pemasaran daripada yang mereka miliki di masa lalu.

2) Batik Tampuk Manggis

Ibu Kiptiah mendirikan Batik Jambi Tampuk Manggis pada tahun 1995; Dia adalah pemilik perusahaan ini. Ketika ditanya tentang inovasi yang dibuat dan kualitas batik Jambi, Ibu Tampuk Manggis Kiptiah, pemilik Batik Jambi, mengatakan dalam sebuah wawancara yang dilakukan peneliti dengannya: "Dalam wawancara tersebut, peneliti juga mendapatkan informasi tentang apa perkembangan inovasi yang dilakukan sehingga mereka tetap memiliki kualitas produk yang baik untuk menarik perhatian konsumen." Pemilik kuil Jambi Tampuk Manggis, Kiptiah, mengatakan:

*“Sebagai pengusaha batik, memang merasa inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk batik saya masih tertinggal kalo di ukur dengan zaman sekarang yang dimana teknologi sudah sangat canggih. Seperti alat produksi mesin digital, alat pengering otomatis, dan juga saya kurang cakap dalam berjualan online untuk menentukan media yang tepat untuk digunakan sebagai media promosi berbayar, saya masih kekurangan sumber daya untuk memproduksi barang jadi dan literasi teknologi untuk menggunakannya dan juga modal, tetapi tentu saja bisnis ini ingin mengembangkan produk baru di masa depan dengan mempertimbangkan pangsa pasar, mengamati sifat-sifat konsumen, dan mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan tren terbaru sehingga inovasi produk yang dihasilkan dalam batik Jambi saya akan meningkat dalam penjualan dan tentunya jika kita adalah pengusaha. Selain pengrajin menciptakan inovasi segar, kami terus menjunjung tinggi kaliber tinggi produk”.*³¹

Setiap pengusaha batik memiliki kendala tenaga kerja saat mengembangkan suatu produk, tetapi ini terutama berlaku untuk perusahaan Batik Jambi Tampuk Manggis, yang ingin berinovasi tetapi dibatasi oleh sumber daya manusia.

³⁰ Dhita Khairun Nisa, “Wawancara Pemilik Rumah Batik Azmiah”, Direct, Juni 27, 2023.

³¹ Kiptiah, “Wawancara Pengusaha Batik Jambi Tampuk Manggis”, Direct, Juni 28, 2023.

Table 4.3

Data Alat Produksi, Inovasi Produk dan Jangkauan Pemasaran

Alat dan Bahan Produksi Tampuk Manggis	Jangkauan Pemasaran
Kompor listrik, Wajaan	Jambi
Kuali	Muaro Jambi
Canting Listrik	Batanghari
Baskom	Merangin
Pensil	Sarolangun
Kuas	Riau
Kertas	Bungo
Bandul	Jakarta
	Bandung
	Tebo
	Event-Event (Pameran)

(Sumber : Wawancara Pengusaha Batik Kaptiah)

3) Batik Jambi Zhorif

Di Desa Ulu Gedong, Batik Zhorif Jambi telah beroperasi sejak tahun 1992. Ibu Atiah adalah pemilik perusahaan. Namun, anak-anaknya menjalankan perusahaan Batik Jambi Zhorif. Berdasarkan temuan informan, ditentukan bahwa:

*“Meskipun masih ada kekurangan dana untuk menerapkan inovasi teknologi dalam produksi dan pemasaran produk baru dalam batik zhorif ini, tindakan saya sebagai pemilik bisnis tidak diragukan lagi terus menginspirasi dan membimbing para pengrajin yang bekerja di batik zhorif itu, baik dari segi inovasi pemasaran produk maupun kualitas bahan yang digunakan. Para pengrajin batik zhorif akan terus bereksperimen dengan pewarnaan, mencoba warna-warna baru dengan bahan alami dan sintetis, dan menambahkan produk jadi sambil mengikuti evolusi tren yang menarik selera dan keinginan konsumen dan pemasaran secara strategis saat kami mengembangkan inovasi kami. Untuk memastikan bahwa pekerjaan yang dilakukan pada batik zhorif ini akan meningkatkan pendapatan dari produk akhir daripada menyebabkan kekurangan dana untuk produksi produk”.*³²

Table 4.4

Data Alat-alat Produksi dan Jangkauan Pemasaran

Alat dan Bahan Produksi Tampuk Manggis	Jangkauan Pemasaran
Kompor listrik, Wajaan	Jambi
Kuali	Merangin
Canting Listrik	Sarolangun
Baskom	Tebo
Pensil	Bungo
Kuas	Muaro Jambi
Kertas	
Bandul	

(Sumber : Wawancara Pemilik Batik Jambi Zhorif)

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang didapat oleh peneliti bahwa Batik Jambi Zhorif masih minim modal, sehingga kedepannya perlu dikembangkan inovasi yang lebih banyak lagi sehingga pendapatan yang dicapai sesuai dengan target penjualan.

4) Batik Jambi Ariny

³² Atiah, “Wawancara Pengusaha Batik Jambi Zhorif”, Direct, Juni 28, 2023.

Perusahaan Batik Ariny Jambi didirikan pada tahun 1998 oleh Bapak Taufiq, yang menjabat sebagai pemiliknya, dengan bantuan dari saudaranya Ariny, salah satu anak Bapak Taufiq, yang akan meneruskan manajemen perusahaan batik Jambi. berdasarkan diskusi dengan saudari Ariny yang dilakukan peneliti, mengatakan:

*“Selain memberikan kesempatan kepada ide-ide dari luar untuk memberikan arahan tentang produk apa yang baik untuk diproduksi seiring dengan perkembangan zaman saat ini dengan tetap menjaga peningkatan kualitas produk, kami berinovasi dengan harapan konsumen juga akan memberikan arahan. Kami masih kurang inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk yang efektif dan efisien. Selain itu, ada banyak prospek jika seorang desainer ingin mengajak kami berkolaborasi dalam proyek batik karena Batik Ariny Jambi sekarang membutuhkan banyak tenaga kerja untuk menciptakan model baru produk jadi, serta pengetahuan tentang teknologi”.*³³

Adapun pada Batik Jambi Ariny terdapat alat produksi dan jangkauan pemasaran, yaitu sebagai berikut :

Table 4.5
Data Alat Produksi dan Jangkauan Pemasaran

Alat dan Produksi	Jangkauan Pemasaran
Kompor,Wajaan	Asia
Kuali	Singapura
Canting	Tingkat Nasional
Baskom	Tingkat Internasional
Pensil	(dibawa oleh prantara untuk di pasarkan)
Kuas	
Kertas	
Bandul	

(Sumber : Wawancara Pemilik Batik Jambi Ariny)

Peneliti mengetahui informasi tentang produksi Sentra Batik Ariny Jambi dari temuan wawancara. Informasi di atas menunjukkan bahwa pemasaran dan instrumen yang digunakan telah maju ke tingkat global. Namun, karena ada lebih sedikit sumber daya yang tersedia untuk mengembangkan produk akhir, Batik Ariny masih akan menghadapi tantangan.

2. Kendala Dalam Melakukan Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi Pada Produksi Dan Pemasaran

Berikut ini adalah pernyataan yang di ungkap oleh 4 pengusaha batik jambi di Kecamatan Danau Teluk Bapak.

1) Rumah Batik Azmiah

“Ibu Dhita Khairun mengungkapkan bahwa modal, SDM, serta pengetahuan tentang kemajuan teknologi menjadi kendala dalam melakukan pengembangan inovasi melalui kemajuan teknologi, kurangnya modal membuat inovasi teknologi kami belum berkembang sempurna, kurangnya SDM membuat inovasi produksi kami menjadi tidak berkembang, kurangnya pengetahuan tentang teknologi membuat inovasi melalui kemajuan teknologi kami tertinggal. Akan tetapi yang paling kami takuti adalah SDM yang tidak pernah bertambah malah berkurang seiring berjalannya waktu, ini menjadi ancaman bagi semua pengusaha batik Jambi. Pemerintah juga memberikan sumbangsinya terhadap pengusaha batik Jambi yaitu memberi bantuan alat produksi seperti kompor listrik, mengadakan seminar nasional, memberikan modal untuk pelatihan pengrajin yang lebih muda, tetapi tidak semua bantuan dari pemerintah tersebut tepat sasaran, seperti kompor listrik yang diberikan cepat rusak, dan juga pelatihan untuk mengajak anak muda menjadi pengrajin tidak berhasil”

2) Rumah Batik Tampuk Manggis

³³ Ariny “Wawancara Pengusaha Batik Jambi Ariny”, Direct, Juni 28, 2023

“Ibu Kiptiah selaku pemilik batik jambi tampuk manggis mengatakan bahwa modal, SDM dan pengetahuan menjadi kendala bagi usaha kami untuk mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk batik kami, pemerintah juga memperhatikan para pengrajin batik di Kecamatan Danau Teluk walaupun belum maksimal, akan tetapi itu sangat membantu pengusaha batik Jambi, khususnya saya sebagai pengusaha sangat merasakan apa yang telah pemerintah bantu”

3) Rumah Batik Zhorif

“Ibu Atiah juga mengungkapkan modal, SDM, pengetahuan menjadi faktor kuat untuk mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk batik kami”

4) Rumah Batik Ariny

“Ibu Ariny mengemukakan bahwa modal, SDM, pengetahuan juga menjadi penghambat perkembangan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran usahanya”

Dari wawancara dengan para narasumber kendala yang dihadapi pengusaha batik dalam mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran prdoduk saat ini adalah kurangnya modal , SDM, pengetahuan tentang teknologi itu sendiri. Pengusaha tidak memiliki kemampuan yang cukup untuk mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk dengan baik. Sehingga hal ini menyebabkan laju pengembangan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk menjadi lambat.

Strategi sumber daya manusia pada dasarnya tidak hanya melalui pendidikan dan pengembangan keterampilan, namun ada banyak cara untuk mengembangkannya antara lain; Melalui pelatihan, pelatihan bertujuan untuk mengembangkan individu dalam bentuk peningkatan keterampilan, pengetahuan dan sikap, yang kedua dapat juga melalui pembinaan, pembinaan bertujuan untuk mengatur dan membina manusia sebagai sub sistem organisasi melalui sistem perencanaan dan penilaian.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

a. Pengembangan Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi Dan Pemasaran Produk Lebih Lanjut Pada Usaha Batik di Kota Jambi

Inovasi melalui kemajuan teknologi adalah proses atau upaya untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide, produk, atau layanan baru yang didorong oleh perkembangan teknologi. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, daya saing, dan dampak positif dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk industri, komunikasi, pendidikan, dan lainnya.

Kemajuan teknologi memberikan peluang bagi inovator untuk menciptakan solusi yang lebih baik dan lebih efektif. Berbagai macam teknologi telah menjadi pendorong utama untuk inovasi, seperti kecerdasan buatan menggunakan teknologi AI, inovasi dapat mencakup otomatisasi proses, analisis data yang lebih cerdas, pengenalan pola, dan pengambilan keputusan yang lebih akurat. Memungkinkan berbagai perangkat untuk terhubung dan berkomunikasi satu sama lain, menciptakan peluang untuk menciptakan produk dan layanan yang terhubung dan lebih cerdas.

Indikator penting tentang seberapa cepat masyarakat dan perusahaan menerima dan memasukkan terobosan teknis ke dalam kehidupan sehari-hari adalah penggunaan teknologi digital, seperti tingkat penetrasi internet, e-commerce, dan adopsi teknologi terbaru. Pertumbuhan ekonomi biasanya merupakan hasil dari kemajuan teknologi yang mendorong produktivitas dan efisiensi manufaktur dan proses bisnis. Kuantitas dan variasi barang dan jasa baru yang dibawa ke pasar memberikan indikasi seberapa maju teknologi bisnis atau sektor tertentu.

Inovasi melalui kemajuan teknologi dapat memainkan peran kunci dalam menciptakan pembangunan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dan memecahkan berbagai tantangan global. Penting bagi para inovator dan pemangku

kepentingan untuk terus mendorong kemajuan teknologi dan menggunakan potensinya untuk memberi dampak positif bagi dunia kita.³⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan 4 pengusaha batik jambi di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi didapatkan bahwa pengembangan inovasi melalui kemajuan teknologi berperan penting terhadap produksi dan pemasaran produk untuk menjadikan produksi yang lebih efisien dan efektif serta merangsang konsumen untuk lebih melirik produk batik tersebut dengan demikian dapat meningkatkan pendapatan usaha. Hal tersebut dibuktikan oleh pendapatan masing-masing 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk yang peneliti lakukan. Hal ini selaras dengan teori John Adair mendefinisikan inovasi adalah tindakan berpikir dan melakukan dengan cara baru untuk menambah atau menciptakan nilai untuk kepentingan masyarakat dan ekonomi.³⁵

Pengusaha di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi sudah berusaha semaksimal mungkin dalam mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk batik Jambi, dalam melakukan produksi produk dan pemasaran produk dengan bantuan kemajuan teknologi dengan tujuan mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk batik Jambi.

Produksi dan pemasaran produk sudah berjalan semestinya dengan menggunakan cangking listrik, tabung gas, kompor listrik, batik cap, kemasan yang menarik dll. Dan juga melakukan strategi pemasaran menggunakan media sosial baik berbayar maupun tidak berbayar, website, email, e-commerce seperti shopee dan tokopedia. Namun, pengusaha batik di Kecamatan Danau Tleuk belum mencapai inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produknya dengan sempurna dan tepat guna, seperti dalam hal produksi belum menggunakan digital printing, mesin pengering batik tanpa takut cuaca buruk, desain melalui digital, dan dalam pemasaran tidak mengetahui sosial media yang harus digunakan untuk media promosi berbayar, tidak professional dalam pengambilan gambar produk, mengunci akun jualan produk, bahkan sangat tertinggal dalam memanfaatkan kemajuan teknologi.

Jika dilihat dari prinsip islam 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi bisa dikatakan sejahtera karena mereka masih bisa memenuhi kebutuhan sandang, pangan dan papannya. Dan juga mereka tidak melakukan riba dalam akad transaksinya. Jadi intinya 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk telah melakukan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk walaupun belum optimal, tetapi 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk kota Jambi telah memberikan perannya terhadap pengembangan inovasi

Berdasarkan penelitian sebelumnya, khususnya Olifvia Putri Adeliyani yang mempunyai persamaan penelitian terhadap pentingnya pengembangan inovasi yang dapat meningkatkan produksi dan pemasaran yang lebih efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan pendapatan pada pengusaha tersebut.³⁶

b. Kendala Yang Dihadapi Oleh Pengusaha Batik Dalam Melakukan Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi dan Pemasaran Produk

Berdasarkan wawancara kepada 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk yang peneliti lakukan, terdapat 3 kendala yang paling berpengaruh untuk melakukan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk yaitu:

1. Modal
2. SDM
3. Pengetahuan Terhadap Kemajuan Teknologi

Hal ini didukung dari 3 teori yang menyatakan:

³⁴ Beben Bahren, *Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi proses, Inovasi Marketing dan Inovasi Organisasi untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Jurnal Ekonomi Manajemen, (Vol. 4 No.1. Mei 2018).

³⁵ Faisal Afiff, *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. Jurnal Ekonomi Kreatif, (Vol.1 No.2. April 2022).

³⁶ Olifvia Putri Adeliyani, "Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik di Kota Jambi", (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023).

1. Modal awal, teori ini menyatakan bahwa pemilik usaha akan menggunakan sumber daya internal (seperti tabungan pribadi) sebagai modal awal sebanyak mungkin sebelum mencari sumber pendanaan eksternal, seperti pinjaman bank atau investor. Prinsip pecking order menyatakan bahwa pemilik akan memilih opsi pendanaan dengan biaya yang lebih rendah atau lebih mudah diakses sebelum mencari opsi yang lebih mahal atau sulit.³⁷

2. Teori kendala sumber daya, teori ini menyatakan bahwa kendala sumber daya, baik itu finansial, manusia, atau fisik, dapat menjadi hambatan dalam menerapkan inovasi melalui kemajuan teknologi. Ketika perusahaan atau individu tidak memiliki akses yang cukup terhadap sumber daya yang diperlukan, mereka mungkin mengalami kesulitan dalam mengadopsi atau mengimplementasikan teknologi baru.³⁸

3. Teori ini berfokus pada kendala pengetahuan dan pembelajaran dalam memanfaatkan kemajuan teknologi untuk inovasi. Kendala pengetahuan dapat terjadi ketika perusahaan tidak memiliki pemahaman yang cukup atau keterampilan yang diperlukan untuk mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi baru ke dalam proses bisnis mereka.³⁹

Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yaitu Widia yang memiliki persamaan kendala utama dalam melakukan inovasi berkelanjutan yaitu modal, SDM, pengetahuan teknologi.⁴⁰

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dari wawancara 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk, kemudian pengamatan langsung dari objek penelitian maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk lebih lanjut pada usaha batik di Kecamatan Danau Teluk harus dilakukan pengembangan karena berdasarkan observasi lapangan dan wawancara kepada 4 pengusaha batik jambi di kecamatan Danau Teluk masih banyak pengusaha batik tersebut belum maksimal mengembangkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk batiknay dan juga belum maksimal memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Tidak semua pelaku usaha batik yang ada di Kecamatan Danau Teluk memiliki strategi pemasaran yang memumpuni. Setiap pelaku usaha batik memiliki kemampuan masing-masing dalam memanfaatkan teknologi.
2. 4 Pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk telah melakukan upaya yang maksimal dengan usahanya dalam inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran produk dengan menggunakan alat-alat produksi yang masih bisa digunakan untuk memproduksi produk, melakukan pemasaran dengan cara yang masih relevan untuk mencari target pasar.
3. Kendala pada 4 pengusaha batik di Kecamatan Danau Teluk berasal dari internal yaitu, modal, SDM dan pengetahuan terhadap kemajuan teknologi untuk meningkatkan inovasi melalui kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran. Akan tetapi kendala yang paling serius adalah SDM, karena jika tidak ada penambahan SDM sangat mengancam daripada usaha batik tersebut.

³⁷ Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 261-283.

³⁸ Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.

³⁹ Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.

⁴⁰ Widia, "analisis strategi inovasi berkelanjutan pada UMKM di Kota Jambi", (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023), hlm.2

DAFTAR REFERENSI

- Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: Departemen RI, 2008).
- Acai, Sudirman., dkk., . “*Studi Kelayakan Bisnis.*”(Bandung, Media Sains Indonesia, 2022). Hlm 68.
- Afzalurrahman, “*Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*”(Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy, 997). Hlm. 222.
- Alam, “*Ekonomi.*”(Jakarta, Esis, 2006). Hlm. 5.
- Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, terj. Ibnu Ibrahim ba'adillah, (Jakarta: Republika, 20), Hlm. 23.
- Alma Buchari, “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”, (Bandung, Alfabeta 204).
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 204), Hlm 40-4.
- Astuti, Miguna, Matondang Nurhafifah, “*Manajemen Pemasaran*” (Yogyakarta, CV Budi Utama, 202), Hlm 25.
- Holisti, *Pandangan Teknologi Menurut Islam*. (Jakarta: Islamedia, 2020). Hlm 2.
- Sartika Hardiyanti Sri., dkk. “*Ekonomi Kreatif.*”, Hlm 64.
- Sarwono, Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2006), Hlm 209.
- Sudarmanto, Eko., dkk.“*Manajemen kreativitas dan inovasi.*” (Jakarta, Yayasan Kita Menulis, 2022). Hlm 4.
- Suharimi, Arikunto *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Ri² neka Cipta, 2005), Hlm.322.
- Tanama Rahayu Budi, “*Manajemen Pemasaran*”, (Denpasar, November 207).
- Adeliani, Putri Olifvia, “Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik di Kota Jambi”, (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023), Hlm.24.
- Afiff, Faisal, *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. Jurnal Ekonomi Kreatif, (Vol.1 No.2. April 2022).
- Aisyah, “Inovasi Dalam Perspektif Hadis: Inovasi Manfaat Wirausaha,”*Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.8 No.1 tahun 2017: 90.
- Alhusain, Sani Achmad, “Kendala dan Upaya Pengembangan Industri Batik di Surakarta Menuju Standarisasi,”*Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol.6, No. 2, (Desember, 2015): 199-213.
- Faizah, Nurotul Fita, “Teori Produksi Dalam Studi Ekonomi Islam Modern (Studi Kasus Pemikiran Muhammad Baqir Al-Sadr dan Muhammad Abdul Mannan)”, (Tesis, UIN WALI SONGO Semarang, 2018), Hlm.47.
- Fathoni, Anwar Muhammad, “Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol.9 No.1, 2018, Hlm.142.
- Ikrom, Mohamad, “*Pemikiran Ekonomi Al Ghazali*”, Al-Iqtishadi, Vol 2, No. 1, (Oktober 2015), Hlm.51.
- Laili, Nur, “Inovasi Berbasis Pengguna: Survei Industri Teknologi Pengolahan Air Bersih di Indonesia”, *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 15 No. 2, 2016: 110-120.
- Meutia, “Pengaruh Tekanan Kompetisi Terhadap Kreativitas Inovasi dan Keunggulan Bersaing Ukm Batik Di Kota Pekalongan”.*Jurnal Manajemen*, Vol. XIX, No. 02 Juni 2015: 280-289.
- Moeleong, J Lexy , “*Metodelogi Pn eleitian Kwaitatif* ”, (Vol. 2. Remaja. Bandung 2002). Hlm.9.
- Mustafa, Mujetaba, “*Konsep Produksi dan Konsumsi dalam Al-Qur'an*”, Al-Amwal, Vol.1, No. 2 (September 2016)
- Osmad, Muthaher,”Model Pengembangan Inovasi Teknologi Dan Kelembagaan Kemitraan Rantai Pasok Guna Meningkatkan Daya Saing UKM”,*Jurnal EKOBIS*, Vol.15, No.1, Januari 2014, Hlm.62- 73.
- Prihadyanti, Dian, *Loc.Cit*, Vol.14, No.1, 2015: 100-121
- Prihadyanti, Dian, ” Pembelajaran Teknologi di Perusahaan Manufaktur Berintensitas Teknologi Tinggi dan Menengah-Tinggi”,*Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.14, No.1, 2015: 100-121

- Prof. Dr. Hj. Nurpilihan Bafdal., Ir, M.Sc, *Pengantar Teknologi Industri Pertanian, (Banda Aceh, 2012).*
- R. Green, R. Agarwal, dan D. Logue, “*Innovation*”, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Vol. 2, No. 12 (2015), Hlm.145-151.
- Sanjaya, Fony dan Listyo Yuwanto, “Budaya Berbusana Batik Pada Generasi Muda”, *Jurnal Mediapsi*, Vol.5 No.2, 2018, Hlm.88-96.
- Sulistiyani, *Penyuluhan Inovasi Produk Pada Usaha Batik Tapak Dara di Kota Semarang. Jurnal Pengabdian Mandiri.* (Vol.1, No.8 Agustus 2022).
- Umar, Sidiq dan Choiri Miftachul, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan..* hlm 103
- Zein, Nuruddin Mhd “Pengaruh Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Telkomsel Cabang Medan (Stuid kasus Pada Karyawan PT.Telkomsel Cabang Medan)”, (Skripsi, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2019), Hlm. 10.
- Faizah, Nurotul Fita, “Teori Produksi Dalam Studi Ekonomi Islam Modern (Studi Kasus Pemikiran Muhammad Baqir Al-Sadr dan Muhammad Abdul Mannan)”, (Tesis, UIN WALI SONGO Semarang, 2018), Hlm.47..
- Olifvia, Putri Adeliyani, “Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik di Kota Jambi”, (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023), Hlm.24.
- Olifvia,Adeliyani Putri, “Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik di Kota Jambi”, (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA, Jambi, 2023), hlm.2.
- Zein, Nuruddin Mhd “Pengaruh Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Telkomsel Cabang Medan (Stuid kasus Pada Karyawan PT.Telkomsel Cabang Medan)”, (Skripsi, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2019), Hlm. 10.