



Penerapan Manajemen Strategi Digital Marketing Untuk Memperluas Pemasaran Usaha Bordir Yanti Di Pasir Talang Solok Selatan

Rizky Kurniawan Suryadi^{1*}, Dehito Surya Holiq², Diva Nadia³, Nurhaliza⁴, Rifa Maulah Husni⁵, Mandra Adrika Putra⁶

^{1,2,3,5,6}Manajemen, Widyaswara Indonesia

⁴Akuntansi, Widyaswara Indonesia

^{1*}Rizkysurya97@gmail.com, ³divanadia875@gmail.com, ⁴nurhalizaah0302@gmail.com, ⁵rifamaula25@gmail.com,

⁶mandraadrikaputra@gmail.com

Abstrak

Bordir adalah teknik menghias kain menggunakan jarum dan benang untuk membentuk pola atau motif tertentu dan juga merupakan usaha kerajinan yang berorientasi pada produk dan jasa yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan meningkatkan pangsa pasar. Untuk memanfaatkan potensi pasar yang ada pada saat ini, strategi pemasaran yang efektif dan efisien sangat diperlukan. Digital marketing, sebagai media pemasaran modern, menawarkan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan internet dan media sosial. Namun, pelaku usaha bordir oleh Yanti bordir di Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan, masih mengandalkan metode pemasaran tradisional. Oleh karena itu, sosialisasi dan pembinaan mengenai digital marketing diperlukan untuk membantu pelaku usaha dalam memperluas pangsa pasar mereka dan meningkatkan pendapatan, demi kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi pentingnya digital marketing bagi pelaku usaha bordir dan memberikan rekomendasi untuk penerapannya guna mendukung perkembangan usahanya.

Kata Kunci: Digital Marketing, Strategi Pemasaran, Bordir

PENDAHULUAN

Sumatera Barat memiliki Industri Kecil dan Menengah Kerajinan yang tersebar di berbagai daerah, salah satunya di daerah Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan. Usaha kerajinan bordir selalu berorientasi pada produk dan jasa yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan meningkatkan pasar.

Kerajinan bordir merupakan hal yang berkaitan dengan buatan tangan dengan benang yang dihasilkan melalui kerajinan tangan. Menurut (MARLINA et al., 2015) mengatakan bahwa "Kerajinan merupakan suatu kegiatan membuat barang atau benda yang membutuhkan unsur-unsur, fungsi, mempertimbangkan nilai estesisnya dan juga memperhitungkan bentuk benda yang indah dipandang atau menyenangkan". Dari kerajinan ini menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai contohnya bordir. Seperti teknik menghias kain lainnya, bordir merupakan teknik menjahit yang memiliki nilai seni yang tinggi.

Menurut (Syahrul, 1999) Seni bordir merupakan salah satu kerajinan ragam hias (untuk aksesoris berbagai busana) yang menitikberatkan pada keindahan dan komposisi warna benang pada media berbagai kain, dengan mesin jahit bordir atau mesin jahit bordir computer. Pada saat ini bordir telah berkembang mulai dari motif, bentuk dan teknik pembuatan. Salah satu bordir yang banyak digunakan saat ini adalah bordir aplikasi tiga dimensi. Bordir aplikasi tiga dimensi adalah pembuatan bordir dengan hiasan lekapan kain atau perca lain yang bersusun diatas bahan dasar sehingga membentuk relief atau timbul atau menonjol (Sofariah & Maelih, 2022). Bentuk aplikasi bordir tiga dimensi dapat dipengaruhi oleh motif hias bordiran itu sendiri. Motif adalah susunan dari beberapa garis, bentuk, warna dan figur atau bentuk stilasi alam yang mengandung nilai keindahan yang berasal dari ide atau imajinasi (Suhersono, 2011). Tampilan bordir berupa komposisi susunan benang pada kain yang membentuk suatu pola hias yang dikerjakan dengan tangan atau mesin jahit (Wachid et al., 1997). Motif yang digunakan dalam kegiatan kali ini merupakan stilasi alam berupa motif floral. Motif floral merupakan motif yang berhiaskan bunga-bunga atau tumbuhan. Motif tersebut dirangkai sehingga menjadi suatu pola hias.

Secara umum, Keterampilan membordir ini oleh pelaku usaha di dapat secara turun temurun dari orang tua terdahulu, pengrajin border menjadikan kegiatan ini selain untuk pekerjaan sampingan sambil mengurus rumah tangga, tetapi juga sebagai mata pencaharian yang bisa menghasilkan pendapatan bagi keluarga (wawancara dengan pemilik usaha kerajinan bordir Ibu Yanti).

Dalam konteks pemasaran, digital marketing menawarkan metode yang efektif dan efisien untuk memperluas jangkauan pasar. Menurut (Kotler & Armstrong, 2010) pemasaran adalah proses menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk mendapatkan imbalan dari pelanggan. Definisi ini sejalan dengan pandangan ahli

Bernama (Kurtz & David, 2008) yang menyebut pemasaran sebagai fungsi organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengirim nilai kepada pelanggan. Oleh karena itu, digital marketing, yang melibatkan penggunaan platform internet untuk menjangkau konsumen, memberikan manfaat signifikan seperti biaya yang lebih rendah dan kemampuan untuk menyimpan serta memproses informasi secara akurat.

Perkembangan dunia digital yang berlangsung sangat cepat dan pesat di seluruh dunia yang menuntut aktivitas periklanan terjadi tidak secara langsung, tapi memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, baik pemasaran maupun penjualan, hal ini bisa dicapai dengan digital marketing. (Tarigan & Sanjaya, 2013) menjelaskan bahwa digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan berbagai media yang memungkinkan bagi perusahaan. Contohnya, melalui media berupa blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial lain., Digital marketing merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep terkait ide, harga, promosi dan distribusi produk perusahaan.

Digital marketing memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, seperti yang dijelaskan oleh (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Strategi ini mencakup penyebaran informasi yang luas, menciptakan kesadaran, dan meningkatkan pelayanan pelanggan melalui berbagai platform online. Selain itu, digital marketing juga berguna untuk meningkatkan distribusi produk melalui Kerjasama dan mempermudah riset pasar. Dengan memanfaatkan digital marketing, pelaku bisnis bordir dapat menjangkau lebih banyak konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan keunggulan kompetitif dalam pasar yang terus berkembang.

Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat dan tepat. Di dalam revolusi industri 4.0 dan society 5.0, masyarakat memiliki kemampuan penerimaan teknologi digital yang sungguh luar biasa. Hal ini membuat pelaku usaha harus melaksanakan kegiatan pemasaran dan penjualan secara digital sebagai pilihan utama.

Di Era yang serba canggih sekarang sangat dibutuhkan pemasaran usaha secara digital sehingga dapat mengejar target penjualan dengan luas bukan hanya di dalam daerah tetapi juga ke luar daerah Solok Selatan. Persaingan ketat dengan kompetitor, proses negosiasi dengan pelanggan, serta pengelolaan piutang menambah kompleksitas dalam pemasaran. Untuk mengatasi masalah ini, penting untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui strategi digital marketing. Penggunaan internet dan media sosial sebagai platform pemasaran menawarkan potensi besar untuk menjangkau berbagai kalangan dan memperluas pasar secara efektif. Oleh karena itu, masalah kegiatan ini berfokus pada bagaimana memperluas pemasaran dan meningkatkan pendapatan usaha bordir, serta mengubah mindset pemilik usaha untuk memanfaatkan digital marketing dalam pengembangan dan perluasan usaha mereka.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pemilik usaha border di Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan mengenai cara memperluas pemasaran mereka melalui digital marketing. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha bordir dengan memfasilitasi perubahan mindset pemilik usaha dari promosi tradisional menuju penggunaan strategi digital marketing. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mengedukasi para pelaku usaha tentang pentingnya teknologi dalam pemasaran, serta memberikan motivasi dan keterampilan untuk memanfaatkan media digital dalam mempromosikan produk mereka secara lebih efektif.

METODE

Metode kegiatan ini menggunakan metode kegiatan deskriptif kualitatif. Menurut (Mahagiyani & Sugiono, 2024) “kegiatan deskriptif adalah mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan dan dinyatakan”. Selanjutnya menurut (Moleong, n.d.) “Kegiatan kualitatif adalah kegiatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek kegiatannya misalnya perilaku, tindakan, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan sebagai metode ilmiah”.

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan deskriptif kualitatif adalah kegiatan yang memahami suatu objek sesuai dengan kondisi sebagaimana adanya tanpa menipukan kemudian dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Sampel yang digunakan dalam hal ini adalah dengan metode *purposive sampling* yaitu Yanti Bordir yang berlokasi di Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.

Metode pelaksanaan kegiatan ini melibatkan serangkaian langkah sistematis yang dimulai dengan persiapan yang mencakup penyiapan materi, survei lokasi, diikuti oleh tahapan screening untuk memastikan kesiapan pembicara, peralatan, dan kebutuhan acara lainnya. Implementasi kegiatan dilakukan melalui wawancara sekaligus sosialisasi kepada pemilik usaha border yaitu Ibu Yanti Bordir di Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan mengenai penggunaan digital marketing untuk memperluas pemasaran, disertai dengan pembukaan, penyajian materi, dan sesi tanya jawab. Evaluasi dilakukan untuk menilai hasil dan perbaikan yang diperlukan, diakhiri dengan pembuatan laporan yang didokumentasikan dan diserahkan kepada pihak terkait seperti Dosen Pengampu Mata Kuliah Teknologi Informasi Dan Komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan wawancara sekaligus sosialisasi yang dilaksanakan pada tanggal 6 januari 2025 di pasir talang, kecamatan Sungai pagu dengan fokus pada pemanfaatan digital marketing untuk memperluas pemasaran usaha bordir Yanti. Evaluasi melalui wawancara menunjukkan bahwa pelaku usaha, umumnya memiliki minat tinggi dalam digital marketing, meskipun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini. Hasilnya mengindikasikan bahwa pelaku usaha tersebut belum mengoptimalkan digital marketing secara efektif, meskipun sebagian kecil telah mulai menerapkannya.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa ada potensi signifikan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan digital marketing dalam usaha mereka.



Gambar 1. Pengenalan Produk

Output dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman dan ketertarikan pelaku usaha bordir dalam memanfaatkan digital marketing untuk memperluas pemasaran produknya. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha menjadi lebih sadar akan manfaat digital marketing, dan terdapat potensi besar untuk penerapan lebih lanjut dalam usahanya, yang akan mendukung pertumbuhan dan ekspansi pemasaran usaha bordirnya.

Untuk meningkatkan efektivitas digital marketing, disarankan untuk mengimplementasikan strategi SEO yang baik guna meningkatkan peringkat website di hasil pencarian mesin telusur. Selain itu, perluasan penggunaan media sosial dengan konten yang relevan dan engagement yang lebih intensif dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas. Rencana kampanye pemasaran digital lainnya, seperti iklan berbayar dan email marketing, juga harus dipertimbangkan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan mendorong konversi penjualan. Penerapan strategi digital marketing yang lebih komprehensif berpotensi besar dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk bordir. Dengan optimasi SEO dan kampanye pemasaran yang efektif, diharapkan akan ada peningkatan signifikan dalam visibilitas online dan jangkauan pasar. Hal ini dapat berujung pada pertumbuhan penjualan yang lebih cepat dan lebih luas, serta memperkuat posisi pasar pelaku usaha bordir di wilayah tersebut.



Gambar 2. Foto Bersama dengan pelaku usaha

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi ini menunjukkan bahwa minat pelaku usaha terhadap digital marketing meningkat. Pelaku usaha mengungkapkan kebutuhan akan dukungan lebih lanjut dari pihak akademisi dan pemerintah, termasuk penyediaan *platform* seperti *website* khusus untuk UMKM. Dengan demikian, penting untuk terus menyediakan edukasi tentang teknologi digital dan meningkatkan inovasi produk serta dukungan pemerintah untuk memaksimalkan potensi pemasaran dan pengembangan usaha UMKM, khususnya dalam konteks usaha bordir di Kabupaten Solok Selatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan ini. Terima kasih kepada pelaku usaha yang telah terbuka dan mau untuk berpartisipasi dan menunjukkan minat yang tinggi terhadap penerapan digital marketing dalam usaha bordirnya. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada tim dari jurusan Manajemen STIE Widyaswara Indonesia atas dedikasi dan kerja keras dalam menyelenggarakan kegiatan ini. Tidak lupa, kami menghargai dukungan dari pihak akademisi yang telah memberikan fasilitas dan bimbingan. Semoga

hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan mendorong kemajuan bagi pelaku UMKM di Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kurtz, L. E., & David, L. (2008). Pengantar Bisnis Kontemporer. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Mahagiyani, M., & Sugiono, S. (2024). *Buku Ajar Metodologi Kegiatan*.
- MARLINA, I. K. A., Zahri, W., & Idrus, Y. (2015). Studi Tentang Produk USAha Kerajinan Bordir di Kecamatan Kuranji Kota Padang. *Journal of Home Economics and Tourism*, 8(1).
- Moleong, L. (n.d.). J. 2006. Metodologi Kegiatan Kualitatif: Edisi Revisi. *PT. Remaja Rosdakarya. Bandung*.
- Sofariah, N. Y., & Maeliah, M. (2022). Penerapan Aplikasi Bordir pada Busana Pesta. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, 10(1), 1–6.
- Suhersono, H. (2011). *Mengenal lebih dalam bordir lukis: transformasi seni kriya ke seni lukis*. Dian Rakyat.
- Syahrul, E. K. (1999). *Seni bordir: pedoman praktis untuk pemula*. Humaniora Utama Press.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Wachid, A., Indrawati, N., & Yusrizal, K. W. (1997). *Hj. Rosma & nukilan bordir Sumatera Barat*. BIGRAF Publishing.