

Revitalizing Heritage: Digital Transformation for Tenun Medali Mas Kediri's Market Penetration

Ana Komari, Angga Rizka Lidiawan*, Septyva Ony Argyta
Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kediri
e-mail: * anggarizkalidiawan@unik-kediri.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi Tenun Medali Mas Kediri melalui penerapan transformasi digital guna meningkatkan penetrasi pasar. Tenun Medali Mas, sebagai produk kerajinan tradisional yang kaya akan nilai budaya, menghadapi tantangan dalam hal pemasaran yang masih bergantung pada metode konvensional. Untuk itu, program ini memperkenalkan pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan penggunaan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui pelatihan yang melibatkan para pengrajin, peserta diberi pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing. Hasilnya, para pengrajin mulai mengaplikasikan pemasaran digital, yang berdampak pada peningkatan penjualan dan akses pasar yang lebih luas. Program ini juga mengarah pada diversifikasi produk dan peningkatan inovasi desain, sehingga Tenun Medali Mas dapat bersaing di pasar lokal maupun global. Diharapkan, transformasi digital ini tidak hanya memperkenalkan produk ke pasar baru tetapi juga meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat Kota Kediri melalui peningkatan kualitas dan efisiensi usaha berbasis teknologi.

Kata kunci—UMKM, Tenun Medali Mas, Transformasi Digital, Penetrasi Pasar

Abstract

The Community service program aims to optimize the potential of Tenun Medali Mas Kediri through digital transformation to enhance market penetration. As a traditional craft product rich in cultural value, Tenun Medali Mas faces challenges in marketing, which still relies on conventional methods. Therefore, this program introduces digital marketing, social media management, and the use of e-commerce platforms to reach a broader market. Through training involving artisans, participants are provided with knowledge and skills to leverage technology to improve product quality and competitiveness. As a result, artisans have started implementing digital marketing, leading to increased sales and wider market access. The program also encourages product diversification and enhances design innovation, enabling Tenun Medali Mas to compete in both local and global markets. It is hoped that this digital transformation will not only introduce the product to new markets but also improve the economic income of Kota Kediri community through the enhancement of product quality and business efficiency based on technology.

Keywords—SMEs, Tenun Medali Mas, Digital Transformation, Market Penetration

1. PENDAHULUAN

Tenun Medali Mas Kediri merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai seni dan sejarah tinggi. Namun, produk ini menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan daya saing di pasar global. Pemasaran yang masih mengandalkan metode konvensional menghambat kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun internasional. Hal ini sejalan dengan temuan Pratiwi et al. (2024) yang menyebutkan bahwa produk kerajinan tradisional masih terbatas pada pasar lokal karena kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran.

Dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi yang pesat, terutama dalam sektor e-commerce dan media sosial, penting untuk memanfaatkan transformasi digital dalam memasarkan produk-produk lokal seperti Tenun Medali Mas. Digital marketing dapat memberikan akses pasar yang lebih luas, memungkinkan produk ini tidak hanya dikenal di dalam negeri tetapi juga di luar negeri (Raharjo, 2024). Pemanfaatan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Bukalapak, serta penggunaan media sosial, menjadi kunci penting dalam memperluas penetrasi pasar produk kerajinan (Nurfadila, 2024).

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan digital literasi kepada pengrajin Tenun Medali Mas di Kediri. Pelatihan ini akan mencakup pemahaman mengenai penggunaan media sosial, platform e-commerce, serta cara-cara digitalisasi produk agar lebih menarik bagi konsumen global. Melalui transformasi digital ini, diharapkan Tenun Medali Mas dapat memperluas penetrasi pasarnya, meningkatkan pendapatan ekonomi pengrajin, dan mengangkat produk tradisional Indonesia ke pasar yang lebih luas.

2. METODE

Program pengabdian masyarakat "Revitalizing Heritage: Digital Transformation for Tenun Medali Mas Kediri's Market Penetration" akan dilaksanakan melalui serangkaian pelatihan intensif dan pendampingan langsung kepada pengrajin Tenun Medali Mas Kediri. Pertama, dilakukan pemetaan kondisi awal untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman pengrajin terkait teknologi dan pemasaran digital. Selanjutnya, pelatihan digital marketing diberikan yang mencakup penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) dan platform e-commerce (Tokopedia, Bukalapak) untuk

meningkatkan akses pasar produk. Pelatihan juga meliputi pembuatan akun bisnis, pengelolaan konten pemasaran, dan teknik fotografi produk agar lebih menarik di pasar digital. Setelah pelatihan, pengrajin akan mendapatkan pendampingan selama tiga bulan untuk memastikan mereka dapat mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara efektif. Selain itu, akan dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk menilai perkembangan penjualan dan memberikan umpan balik guna penyempurnaan strategi. Dengan metode ini, diharapkan Tenun Medali Mas Kediri dapat memperluas penetrasi pasar secara signifikan, baik secara lokal maupun internasional, melalui pemanfaatan teknologi digital yang lebih efisien.

3. HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Revitalizing Heritage: Digital Transformation for Tenun Medali Mas Kediri's Market Penetration" dimulai dengan pemetaan kondisi awal untuk memahami tingkat literasi digital para pengrajin Tenun Medali Mas Kediri. Pemetaan ini dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku UMKM di desa untuk mengetahui pemahaman mereka mengenai pemasaran digital dan penggunaan media sosial serta platform e-commerce.

Pelatihan digital marketing dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai penggunaan media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan TikTok) dan platform e-commerce (seperti Tokopedia, Bukalapak). Pelatihan ini mencakup beberapa modul, seperti pembuatan akun bisnis, teknik fotografi produk, penulisan deskripsi produk yang menarik, dan bagaimana mengelola konten pemasaran secara efektif. Selain itu, pengrajin diajarkan untuk mengoptimalkan strategi SEO (Search Engine Optimization) agar produk mereka lebih mudah ditemukan oleh konsumen di dunia maya.



Gambar 1. Inovasi desain

Pendampingan langsung diberikan kepada pengrajin untuk memastikan bahwa mereka dapat menerapkan apa yang telah dipelajari dalam kehidupan sehari-hari. Pendampingan ini berlangsung selama tiga bulan dan meliputi bantuan teknis dalam mengelola akun e-commerce, memperbaiki foto produk, serta strategi promosi digital yang lebih tepat sasaran. Selain itu, pendampingan juga mencakup pengelolaan stok dan pengiriman produk, serta pengembangan strategi untuk meningkatkan engagement di media sosial.



Gambar 2. Implementasi desain

Selain pelatihan dan pendampingan, tim pengabdian juga melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk mengevaluasi keberhasilan program ini. Evaluasi dilakukan dengan melihat perkembangan penjualan online, interaksi konsumen melalui media sosial, serta perubahan dalam cara pengrajin memasarkan produk mereka. Melalui evaluasi ini, tim dapat memberikan umpan balik dan saran perbaikan untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan program dalam jangka panjang.

Hasil Kegiatan

Program ini berhasil memberikan dampak positif bagi pengrajin Tenun Medali Mas Kediri, terutama dalam hal peningkatan keterampilan digital. Sebanyak 80% peserta pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mengenai pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan cara mengelola e-commerce. Mereka kini mampu mengelola akun bisnis mereka dengan lebih profesional dan efektif, yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan secara langsung di pasar lokal.

Selain itu, pendapatan pengrajin mengalami peningkatan sekitar 25% setelah mereka mulai menerapkan pemasaran digital. Penjualan produk Tenun Medali Mas yang awalnya terbatas pada pasar lokal kini mulai berkembang ke pasar yang lebih luas,

termasuk pasar online. Produk yang dipasarkan melalui platform seperti Tokopedia dan Instagram mulai mendapat perhatian dari konsumen di luar Kediri, bahkan beberapa produk telah terjual ke luar daerah dan luar negeri.

Program ini juga berhasil mendorong diversifikasi produk. Sebagai contoh, beberapa pengrajin mulai mengembangkan desain baru untuk produk mereka agar lebih menarik bagi konsumen, dan beberapa mulai membuat produk tambahan seperti aksesoris dan kerajinan berbasis kain tenun. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pelatihan inovasi produk dan pemasaran digital dapat mendorong pengrajin untuk beradaptasi dengan permintaan pasar yang lebih modern.

Di sisi lain, meskipun program ini berhasil mencapai banyak tujuan, tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program adalah kurangnya pemahaman awal pengrajin dalam hal teknologi dan pemasaran digital. Beberapa pengrajin awalnya merasa kesulitan dalam mengoperasikan platform e-commerce dan manage akun bisnis online. Namun, dengan pendampingan yang intensif, mereka dapat mengatasi hambatan ini dan mulai merasakan manfaat dari pemasaran digital. Oleh karena itu, pelatihan yang berkelanjutan dan dukungan teknis yang lebih mendalam akan sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang.

Keberhasilan program ini tidak hanya meningkatkan pendapatan ekonomi pengrajin, tetapi juga membuka peluang pasar global bagi produk Tenun Medali Mas. Program ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat diterapkan di desa-desa lain untuk mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis digital, yang akan membantu mengangkat produk kerajinan tradisional Indonesia ke pasar internasional.

4. CONCLUSION

Pengabdian ini berhasil meningkatkan kompetensi digital pengrajin Tenun Medali Mas Kediri melalui pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan e-commerce. Pengrajin mampu memperluas penetrasi pasar mereka, baik lokal maupun internasional, yang berdampak pada peningkatan pendapatan hingga 25%. Program ini juga mendorong diversifikasi produk dan inovasi desain yang membuat produk lebih menarik bagi pasar global. Meskipun menghadapi tantangan dalam hal literasi teknologi, dengan pendampingan intensif, pengrajin dapat mengatasi hambatan tersebut dan berhasil meningkatkan daya saing produk mereka. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya digitalisasi dalam pemberdayaan ekonomi dan pelestarian kerajinan tradisional, serta membuka peluang bagi

keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang di Desa Peh Wetan.

REFERENCES

- Pratiwi, D. A., Abidah, D., Ilhami, F. H., Husna, F., Farida, N. A. F., Ariyanti, M. P., & Afandi, A. J. (2024). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Pembuatan E-Katalog Di Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 791–796.
- Raharjo, A. P. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Tenun Ikat Medali Mas Kediri Melalui Media Sosial. *Repository UPN "Veteran" Jawa Timur*.
- Nurfadila, M. (2024). Upaya Peningkatan Strategi Pemasaran Digital Marketing Produk Tenun Ikat Desa Bandar Kidul. *Proceeding Universitas Nusantara PGRI Kediri*.