

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

Kotagede, yang terletak di Yogyakarta, dikenal sebagai pusat kerajinan perak yang memiliki sejarah panjang dan kaya. Sejak zaman Kesultanan Mataram Islam pada abad ke-16, Kotagede telah menjadi rumah bagi para pengrajin perak yang menghasilkan karya seni bernilai tinggi. Keahlian para pengrajin ini diwariskan dari generasi ke generasi, menjadikan produk-produk perak Kotagede memiliki kualitas yang diakui, baik di pasar nasional maupun internasional[1].

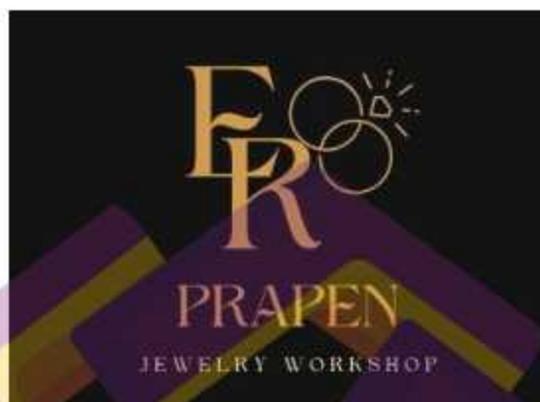
Program pengabdian kepada masyarakat yang di bimbing langsung oleh “Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom” dengan judul “PM-UPUD Peningkatan Digitalisasi dan Manajemen Pemasaran Produk Unggulan Daerah Kerajinan Perak Kotagede Yogyakarta” yang didanai oleh Kemendikbudristek bertujuan untuk mengembangkan produk agar dikenal di kancah global. Pada Program ini penulis berperan sebagai Videographer pembuatan Iklan dan Video Profile Mitra, dari mulai pembuatan konsep sampai menjadi sebuah video yang utuh.

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terdapat 2 UMKM pelaku industri kerajinan perak di kotagede yaitu ER-Prapen Jewelry Workshop dan Haseena Jewelry. ER prapen berfokus pada peningkatan kesadaran keselamatan kerja pada produksi pembuatan kerajinan perak dan Haseena Jewelry berfokus pada peningkatan *brand awareness* di media sosial seperti Tiktok, Facebook, Instagram dan di marketplace shopee.

Para pelaku industri kerajinan perak di kotagede sangat dikenal di ruang lingkup daerah tersebut akan tetapi para pelaku industri perak di kotagede masih memiliki kendala dalam melakukan pemasaran melalui media digital[2]. Dari pengamatan penulis kendala yang dihadapi oleh para pelaku industri ini adalah kurangnya sumberdaya manusia yang dapat melakukan pemasaran di media digital seperti media sosial dan E-commers.

ER-Prapen Jewelry adalah sebuah UMKM yang bergerak di bidang pembuatan Kerajinan perak dan emas Seperti Cincin dan sejenisnya. Beralamat di Purbayan, Kec. Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55173.

ER Prapen didirikan Sejak tahun--- dan memiliki mitra untuk pemasarannya yang sudah memiliki eksistensi di media sosial dengan follower instagram sebanyak 240.000+ follower. Pada gambar 1 menunjukkan logo ER-Prapen Jewelry



Gambar 1.1 Logo ER-prapen Jewelry

Haseena Jewelry adalah sebuah toko yang menjual keperluan cincin nikah dengan berbagai bahan seperti ; perak, emas, emas putih, platina, dan paladium. Haseena Jewelry didirikan pada tahun 2021 dan sudah memperkerjakan para pengrajin yang ada di kota gede dalam memproduksi kerajinan perak. Haseena Jewelry beralamat di 5CG3+MH4, Purbayan, Kec. Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada gambar 2 menunjukkan logo Haseena Jewelry



Gambar 1.2 Logo Haseena Jewelry

Dengan adanya program pengabdian kepada pelaku industri pengrajin perak di kotagede ini diharapkan bisa meningkatkan penjualan dan bisa dikenal luas di

pasar digital. Digitalisasi memungkinkan produk kerajinan perak Kotagede untuk dijangkau oleh pelanggan nasional bahkan sampai pasar internasional. Ini bisa menjadi solusi yang sangat baik bagi Pengrajin kota gede untuk menjangkau pasar yang lebih luas, yang sebelumnya sulit dicapai melalui sistem pemasaran tradisional. Dengan pemasaran digital, bisa meminimalisir biaya oprasional tanpa pengolahan toko fisik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana visualisasi digital dapat meningkatkan daya tarik produk unggulan daerah Kotagede Yogyakarta?
- b. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengembangan visualisasi digital untuk produk unggulan daerah Kotagede?
- c. Strategi apa yang dapat diimplementasikan untuk mengoptimalkan visualisasi digital agar produk unggulan daerah Kotagede mampu bersaing di pasar digital?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah, maka batasan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus pada pengembangan visualisasi digital untuk produk unggulan daerah Kotagede Yogyakarta, khususnya produk kerajinan perak.
- b. Analisis mencakup penggunaan teknik visual digital seperti fotografi, videografi, desain grafis, dan platform digital untuk pemasaran.
- c. Analisis hanya dilakukan terhadap pengrajin perak di Kotagede yang sudah atau berencana memasarkan produk mereka secara digital.
- d. Penelitian ini tidak membahas aspek non-visual seperti kualitas material, teknik produksi, dan strategi distribusi produk.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Merumuskan strategi efektif untuk pengembangan visualisasi digital yang mendukung eksistensi dan daya saing produk unggulan daerah Kotagede di pasar digital.
- b. Menganalisis kendala yang dihadapi oleh pengrajin perak Kotagede dalam meningkatkan visual produk mereka.
- c. Menganalisis peran visualisasi digital dalam meningkatkan daya tarik produk unggulan daerah Kotagede Yogyakarta.

