



## **Pelatihan Pemasaran Digital dan Inovasi Produk Sulam Guna Meningkatkan Perekonomian Pengrajin Sulam Koto Gadang Sumatera Barat**

**Siska Mitria Nova<sup>1</sup>, Ranelis<sup>2</sup>, Rahmad Washinton<sup>3</sup>, Chairul Haq<sup>4</sup>, Cinta Pusvita<sup>5</sup>, Latifa Husni<sup>6</sup>, Ermi Rosmita<sup>7</sup>**

ISI Padangpanjang Jl. Bahder Johan, Sumatera Barat, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>

E-mail : [siskamitrianova45@gmail.com](mailto:siskamitrianova45@gmail.com)

### **Abstrak**

Kendala yang di hadapi oleh pengrajin dan UMKM di Koto Gadang antara lain terbatasnya inovasi produk dan pelaku UMKM belum memanfaatkan secara optimal platform digital untuk memasarkan produknya. Tujuan Kegiatan Kemitraan masyarakat ini adalah untuk meningkatkan daya saing dan kapasitas UMKM Sulam Koto Gadang melalui pelatihan pemasaran digital dan inovasi produk yang dihasilkan. Pada pengabdian ini proses sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi dan pemahaman tentang peningkatan kuantitas dan kualitas produk kerajinan sulam melalui pengembangan desain produk yang akan dihasilkan serta pengembangan pemasaran. Pelatihan dilakukan dengan cara demonstrasi, yaitu cara membuat desain yang kreatif dan inovatif harus dilakukan serta memberikan pelatihan bagaimana cara pemasaran secara online dengan memanfaatkan digital platform online. Dari hasil PKM dihasilkan berbagai produk sulaman dengan beberapa pengembangan motif yang dan produk yang dihasilkan semakin beraneka-ragam. Selain itu, dari hasil PKM ini pengrajin mulai memanfaatkan digital marketing sebagai saran promosi dan penjualan produk sulaman koto gadang melalui pemanfaatan sosial media seperti Facebook, Instagram, dll. Kesimpulan dari PKM ini adalah meningkatnya inovasi produk sulam koto gadang sehingga produk lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen serta pengrajin dapat memahami peran penting penggunaan digital marketing untuk menjual produk sulam Koto Gadang.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital;Inovasi Produk;Sulam Koto Gadang

### **Abstract**

*Obstacles faced by craftsmen and MSMEs in Koto Gadang include limited product innovation and MSME actors have not optimally utilized digital platforms to market their products. The purpose of this Community Partnership Activity is to increase the competitiveness and capacity of Koto Gadang Embroidery MSMEs through digital marketing training and product innovation. In this community service, the socialization process is carried out by providing information and understanding about increasing the quantity and quality of embroidery craft products through the development of product designs to be produced and marketing development. The training is carried out by means of demonstrations, demonstrations is how to create creative and innovative of designs must be done and providing training on how to market online by utilizing online digital platforms. From the results of the PKM, to increase various embroidery products are produced with several motif developments and the resulting products are increasingly diverse. In addition, from the results of this PKM, craftsmen have begun to utilize digital marketing as a means of promotion and sales of Koto Gadang embroidery products use social media such as Facebook, Instagram, etc. The conclusion of this PKM is the increase in innovation of Koto Gadang embroidery products so that products are more attractive and in accordance with consumer tastes and craftsmen can understand the important role of using digital marketing to sell Koto Gadang embroidery products.*

**Keywords:** Digital Marketing; Product Innovation; Koto Gadang Embroidery

Copyright (c) 2025 Siska Mitria Nova, Ranelis, Rahmad Washinton, Chairul Haq, Cinta Pusvita, Latifa Husni, Ermi Rosmita

✉ Corresponding author

Address : Isi Padangpanjang

Email : [siskamitrianova45@gmail.com](mailto:siskamitrianova45@gmail.com)

DOI : 10.31004/abdidas.v6i4.1186

ISSN 2721- 9224 (Media Cetak)

ISSN 2721- 9216 (Media Online)

## PENDAHULUAN

Koto Gadang adalah Salah satu Nagari di Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Nagari ini terletak di dataran antara Gunung Singgalang dan Ngarai Sianok, di ketinggian 920 hingga 950 M dari permukaan laut, dengan suhu rata-rata malam 30–16 derajat Celcius. Nagari Koto Gadang mencakup 640 ha dan berbatasan dengan Nagari Sianok VI Suku di sebelah utara, Nagari Koto Tuo di sebelah selatan, Guguak Tabek Sarajo di sebelah timur, dan Nagari Koto Panjang di sebelah barat. (Ranelis, R., Washinton, R., Malik, K., & Trisnawati 2019).

Koto Gadang merupakan salah satu daerah yang dikenal dengan daerah kerajinan sulam dan bordir. Sulam dan bordir Koto Gadang merupakan salah satu kearifan lokal di Koto Gadang yang dikerjakan oleh Perempuan Koto Gadang. Menyulam adalah salah satu kerajinan dalam menghias kain, yang melibatkan pemanfaatan benang dan jarum jahit yang dilakukan secara manual oleh tangan pengrajin tanpa bantuan mesin. Pekerjaan menyulam merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh sebagian besar perempuan dari Koto Gadang, yang dilakukan setelah menyelesaikan pekerjaan rumah tangga. Kerajinan sulaman dibuat untuk tujuan memenuhi perlengkapan adat seperti pakaian adat, selendang wanita, baju kurung, dll (Washington R, Ranelis R, Nova SM 2023). Sulaman benang emas menggunakan tusuk balut untuk menempelkan benang emas atau perak pada kain tenunan polos untuk membuat pola yang berbeda (Ranelis, R., Washinton, R., Malik, K., & Trisnawati 2019).

Menyulam merupakan kerajinan yang dilakukan oleh pengrajin tanpa bantuan mesin, pengerjaan tanpa bantuan mesin lebih sering disebut pengerjaan menggunakan tangan. Membordir adalah menghias permukaan kain menjadi lebih indah menggunakan mesin jahit (Ranelis R 2018).

Fungsi kerajinan sulaman dan bordir di Koto Gadang masih terbatas pada perlengkapan upacara adat Minangkabau seperti pelaminan, baju pengantin, baju kurung, kampieh siriah, dan carano untuk tempat meletakkan sirih dalam upacara perkawinan. Pakaian adat Koto Gadang sekarang sangat populer dan digunakan sebagai gaun pengantin (Ranelis R 2018).

Kerajinan sulam Koto Gadang memberikan peluang bisnis dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat sehingga banyak UKM/UMKM yang memproduksi sulam dan bordir. Sebagian besar pelaku UMKM di Koto Gadang adalah pengrajin tradisional, terutama perempuan, yang mengandalkan metode konvensional dalam proses produksi dan pemasaran. UMKM Dennyzar merupakan salah satu UMKM yang dianggap sebagai bagian dari Dekranasda Kabupaten Agam di Koto Gadang. UMKM Sulam Koto Gadang merupakan bisnis mikro, menengah, dan kecil yang bergerak di bidang sulaman tradisional Minangkabau. Produk-produk UMKM ini mencerminkan warisan lokal yang telah diwariskan secara turun-temurun, dan memiliki nilai jual yang dapat menjadi strategi bersaing di pasar global.

Produk sulam Koto Gadang umumnya dijual secara langsung melalui galeri, pasar tradisional, atau melalui sistem pesanan dari pelanggan lokal. Saat sekarang ini meskipun kualitas produk sulam Koto Gadang sangat baik, terdapat beberapa kendala signifikan dalam pengembangan usaha yang dihadapi oleh pengrajin sulam Koto Gadang.

Kendala yang di hadapi oleh pengrajin dan UMKM di Koto Gadang antara lain Terbatasnya inovasi produk: Desain produk cenderung tradisional dan kurang mengikuti tren pasar moderen, sehingga menyulitkan penetrasi ke pasar yang lebih luaskurangnya pemahaman dan keterampilan pemasaran digital: Pelaku UMKM belum memanfaatkan secara optimal *platform* digital untuk memasarkan produknya. Pelaku bisnis sekarang harus mampu menggunakan media digital untuk memasarkan produk mereka. Kemampuan untuk menggunakan e-business dapat menjadi penentu dalam hal kreativitas, prospek pekerjaan, pendapatan, dan daya saing. (Wirayanti 2024).

Tujuan Kegiatan Kemitraan masyarakat ini adalah untuk meningkatkan daya saing dan kapasitas UMKM Sulam Koto Gadang melalui pelatihan pemasaran digital dan inovasi produk yang dihasilkan. Peningkatan Kualitas Produk melalui peningkatan daya tarik produk sulam dan bordir sehingga produk UMKM dapat berdaya saing serta pengoptimalkan strategi pemasaran dengan menggunakan platform digital yang bertujuan untuk memperluas pangsa pasar.

Seiring perkembangan ekonomi global dan semakin ketatnya persaingan di berbagai industri,

pemasaran telah menjadi komponen vital dalam strategi bisnis (Nathadiharja, Sri Sukartono 2024). Pelatihan Pemasaran Digital dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam pemasaran produk dengan teknologi digital yang dilakukan dengan cara memberikan pelatihan/ workshop penggunaan media sosial dengan cara membuat foto/video produk. Pemasaran adalah bagaimana cara memasarkan produk supaya dapat dikenal oleh masyarakat luas. Baik pemasaran secara langsung (Direct Marketing) ataupun online (Nova, Kahanna, and Hayani 2022). Perkembangan teknologi digital juga sangat dimanfaatkan oleh bisnis besar hingga kecil untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan serta memperkenalkan produk atau jasa pada konsumen. Dengan teknologi digital, para pelaku bisnis dapat mencari peluang dengan strategi bisnis mereka untuk menjual, yang dilakukan melalui pemasaran. (Az-Zahra dan Sukmalengkawati, 2022).

Inovasi dan diversifikasi Produk bertujuan untuk mendorong terciptanya produk yang lebih variatif, sesuai tren pasar moderen namun tetap berbasis budaya lokal. Dilakukan dengan cara memberikan pelatihan desain kreatif sulam Koto Gadang untuk menyelaraskan motif tradisional dengan selera moderen. Pengembangan produk seperti tas, dompet, aksesoris.

## **METODE**

Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah:

### a. Sosialisasi

Pada pengabdian ini proses sosialisasi

dilakukan dengan memberikan informasi dan pemahaman tentang peningkatan kuantitas dan kualitas produk kerajinan sulam melalui pengembangan desain produk yang akan dihasilkan serta pengembangan pemasaran. Dengan adanya pengembangan desain produk, maka akan meningkatkan keaneka-ragaman produk yang dihasilkan sehingga nilai jual produk kerajinan sulaman di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam dapat meningkat. Memberikan pelatihan kepada para pengrajin sulam tentang teknik desain yang lebih modern dan sesuai dengan tren pasar, dengan tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional. Hal ini bertujuan agar produk sulam lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen.

Selain itu, sosialisasi yang dilakukan dengan memberikan edukasi tentang pemasaran produk melalui platform digital pada e-commerce, media sosial, dan website. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur produk sulam dan membantu UMKM mencapai pasar yang lebih luas. berkaitan dengan strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh UMKM Dennyzar untuk memperluas pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan permintaan pasar terhadap sulam Koto Gadang.

Sosialisasi pemasaran digital merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk memberikan pemahaman dan informasi pentingnya peran pemanfaatan pemasaran digital untuk menjangkau segmen pasar secara global yang awalnya fokus pemasaran dari UMKM adalah penjualan offline, dengan

adanya sosialisasi ini dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan keuntungan dari penggunaan pemasaran digital untuk menjual produk sulam ke pasar yang lebih luas dan berdaya saing.

1. Memberikan pemahaman dan penjelasan kepada pengrajin, tentang desain kreatif dan inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dari kerajinan sulaman yang dihasilkan oleh pengrajin di UMKM Dennyzar Koto Gadang dengan ciri khas daerah.
2. Memberi penjelasan tentang peralatan yang dibutuhkan untuk pelatihan, seperti perangkat desain, mesin jahit, dan alat lain yang diperlukan untuk membuat produk yang lebih berkualitas yang diminati oleh pasar atau pelanggan. Desain produk dikembangkan dengan berbagai inovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar.
3. Memberikan penjelasan yang berkaitan dengan pemasaran digital yang dapat digunakan sebagai strategi bersaing UMKM sehingga dapat memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan permintaan pasar. Konsumen saat ini memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan teknologi dan digitalisasi, banyak bisnis mulai meninggalkan model pemasaran konvensional dan beralih ke pemasaran moderen yang memanfaatkan teknologi. Sehingga, digital marketing menjadi salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pengusaha untuk berinteraksi dengan

konsumen. (Febriyantoro and Arisandi 2018).

b. Pelatihan

Pelatihan dilakukan dengan cara demonstrasi, yaitu demonstrasi tentang cara membuat desain yang kreatif dan inovatif harus dilakukan.

Pelatihan pengembangan desain motif dan produk dengan cara demonstrasi langsung kepada pengrajin. Melakukan pelatihan dalam membuat gambar kerja dan pola produk sulaman. Terakhir membuat produk sulam sesuai dengan desain yang telah dirancang. Memberikan pemahaman dan penjelasan kepada pengrajin tentang manajemen pemasaran digital, memberikan pelatihan bagaimana cara pemasaran secara online dengan memanfaatkan digital platform online dan memberikan pemahaman terhadap desain inovatif dan kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sulaman yang dibuat oleh pengrajin dengan ciri khas lokal.

Salah satu industri yang memiliki prospek yang baik pada masa mendatang adalah industri sulaman, terutama dalam hal membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Usaha ini tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga pengrajin, tetapi juga dapat menyerap tenaga kerja baru dan mengurangi pengangguran, khususnya bagi wanita.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerajinan sulaman yang dibuat oleh pengrajin di Koto Gadang menggunakan alat tradisional yang terbuat dari kayu yang berbentuk segi empat yang disebut pamedangan. Pengembangan inovasi produk melalui desain produk dan motif produk memungkinkan pengrajin sulaman Koto Gadang untuk dapat meningkatkan nilai produk tersebut sehingga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen dan dapat bersaing di pasar global.

Pengabdian ini bersinergi dengan upaya untuk melestarikan kerajinan rumah tangga, terutama bagi wanita di Provinsi Sumatera Barat, khususnya Koto Gadang, pembangunan industri sulaman adalah prioritas utama. Tujuan pembangunan industri ini adalah untuk mengembangkan industri kreatif, meningkatkan nilai tambah, dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja, dengan harapan meningkatkan pendapatan masyarakat. (Yasnidawati 2011).

### a. Sosialisasi

Melakukan sosialisasi kepada pengrajin dengan cara memberikan penjelasan tentang desain kreatif dan inovatif. Salah satu kegiatan yang dilaksanakan sebagai bagian dari program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat adalah pemberian pelatihan tentang cara membuat desain dan produk yang kreatif dan inovatif. Produk-produk tersebut meliputi tas, hiasan dinding, selendang, dll.



**Gambar 1. Pengembangan Desain dan Motif Sulam pada Pengrajin UMKM Dennyzar**

Pada sosialisasi pengembangan desain dan motif sulam pada pengrajin UMKM Dennyzar bertujuan untuk memberikan informasi pada pengrajin pentingnya melakukan inovasi seperti pengembangan motif dan desain agar produk yang dihasilkan beraneka ragam dan sesuai dengan selera pasar sehingga produk yang dihasilkan dapat dijual ke pasar secara global.



**Gambar 2. Sosialisasi Peran Penting Inovasi Sulam pada Pengrajin UMKM Dennyzar**

Selain sosialisasi pengembangan desain dan motif sulam, pengrajin di UMKM Dennyzar akan diberikan informasi dan petunjuk mengenai

pemasaran digital (Digital Marketing), yang mencakup proses penjualan produk secara online. Digital marketing mendorong para pelaku UMKM untuk terus mengembangkan bisnis mereka agar tidak tertinggal dan mampu memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal barang yang dibuat oleh UMKM tersebut. (Amalia, dkk, 2024).

Sosialisasi kepada pengrajin tentang peningkatan kualitas produk kerajinan sulaman benang emas melalui pengembangan produk dan pengembangan pemasaran produk kerajinan sulam dan bordir. Karena dengan dilakukan pengembangan desain produk yang berkualitas bisa meningkatkan nilai jual dari produk kerajinan sulaman benang emas dan bordir yang dihasilkan di Koto Gadang. Proses sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi kepada pengrajin tentang peningkatan kuantitas dan kualitas produk kerajinan sulaman melalui pengembangan proses produksi dan pengembangan pemasaran produk sulaman.



**Gambar 3. Sosialisasi Pemasaran Digital pada Pengrajin UMKM Dennyzar**

Bisnis memainkan peran krusial dalam ekonomi dengan menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi (Aditi, Bunga, dkk 2024). Untuk mengoptimalkan bisnis sangat dipengaruhi oleh pemasaran yang digunakan untuk menjual produk yang dimiliki oleh UMKM.

Pengusaha atau pelaku bisnis yang menggunakan strategi pemasaran digital dapat menganalisis dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh secara langsung dari pelanggan. (Wati, Andy Prasetyo 2020). Pada sosialisasi ini memberikan pemahaman terkait dengan peluang dari kemajuan teknologi dan akses internet yang semakin luas, bisnis tidak dapat lagi bergantung pada metode pemasaran tradisional. Digital marketing menjadi salah satu komponen utama dari strategi pemasaran era modern. (Haryanto, Rudy n.d.).

Digital marketing tidak hanya meningkatkan jumlah penjualan. Digital marketing adalah metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan keberhasilan bisnis dengan menggunakan nama merek perusahaan. Salah satu manfaat digital marketing adalah sebagai cara untuk mempromosikan dan mengembangkan citra produk perusahaan. Selain itu, ada potensi yang cukup besar untuk meningkatkan profitabilitas melalui digital marketing UMKM (Khairunisa dan Misidawati, 2024).

Pada PKM ini, beberapa pengembangan motif yang dilakukan seperti motif bunga yang akan digunakan untuk pembuatan tas.



**Gambar 4. Motif Bunga 1**

Motif bunga digunakan untuk berbagai produk sulam seperti tas wanita, hiasan dinding, dll. Motif bunga identik dengan estetika yang menggambarkan tentang keindahan.

Produk kerajinan yang memiliki fungsi hias yang mengutamakan keindahannya, penerapan elemen estetika sangat penting pada produk kerajinan (Yuliarma dan Norita 2023). Pada Sulaman Koto Gadang nilai estetika yang ada pada produk merupakan nilai jual yang ditawarkan pada konsumen. Adanya kecenderungan konsumen yang menyukai produk yang estetik merupakan salah satu alasan yang menjadi motivasi bagi pengrajin untuk terus melakukan inovasi produk sulam.



**Gambar 5. Proses Sulam Motif Bunga**

Selain penggunaan motif bunga untuk pembuatan tas, hiasan dinding dengan motif bunga juga merupakan pengembangan motif dan desain sulam pada PKM



**Gambar 6. Hiasan Dinding 1**

#### **b. Pelatihan**

1. Mempersiapkan alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan desain dan produk.

Alat utama yang digunakan dalam pembuatan kerajinan sulaman di Koto Gadang secara umum adalah pamedangan. Pamedangan yang berfungsi untuk merentangkan kain sewaktu menyulam motif.

Penerapan motif merupakan salah satu bentuk inovasi pada sulam (Safitri, Nurlaeli 2022). Peralatan yang lain adalah gunting, Bahan utama yang digunakan dalam kerajinan sulaman adalah kain, satin, dan benang.



**Gambar 7. Pamedangan Alat untuk sulaman**

2. Pembuatan desain dan pemindahan motif produk sulam ke kain dasar



**Gambar 8. Pemindahan Motif Ke Kertas Pola**

3. Proses pembuatan sulaman sesuai motif



**Gambar 9. Menyulam sesuai dengan bentuk motif yang dirancang**

4. Produk Sulam Koto Gadang



**Gambar 10. Tas 1**



**Gambar 11. Tas 2**



**Gambar 14. Selendang 2**



**Gambar 12. Tas 3**



**Gambar 15. Selendang 3**



**Gambar 13. Selendang 1**

Pada sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital UMKM Dennyzar menunjukkan respon positif dan antusias dalam pelatihan pemasaran digital dikarenakan UMKM Dennyzar saat ini hanya memanfaatkan penjualan offline sehingga penjualan masih sedikit karna jangkauan pasar masih lokal. Dari hasil sosialisasi dan pelatihan UMKM Dennyzar berkomitmen untuk memanfaatkan pemasaran digital untuk menjual sulam koto gadang. Pada Pemasaran digital berkaitan dengan pemanfaatan sosial media

dengan pertimbangan aplikasi yang mudah digunakan, pangsa pasar yang luas, dan biaya operasional tergolong murah. Pemasaran digital sangat bergantung pada sosial media.

Platform seperti Facebook, Instagram menawarkan saluran yang kuat untuk membangun komunikasi yang berhubungan dengan konsumen, dan memasarkan barang dagangan. Pemanfaatan digital marketing dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pada PKM ini pelatihan pemanfaatan digital marketing menggunakan sosial media seperti Facebook dan Instagram yang digunakan untuk mempromosikan produk sulam Koto Gadang yang sebelumnya UMKM Dennyzar hanya menggunakan pemasaran offline untuk menjual produk.

Media sosial juga merupakan alat penting dalam pemasaran lokal karena platform seperti Facebook, Instagram memberi UMKM kesempatan untuk berinteraksi dengan audiens lokal, berbagi konten yang berfokus pada kegiatan dan acara lokal, dan membangun hubungan dengan komunitas. Dengan menggunakan iklan tersegmentasi di media sosial, UMKM Dennyzar dapat menargetkan audiens lokal yang lebih spesifik, sehingga memaksimalkan hasil kampanye pemasaran lokal.

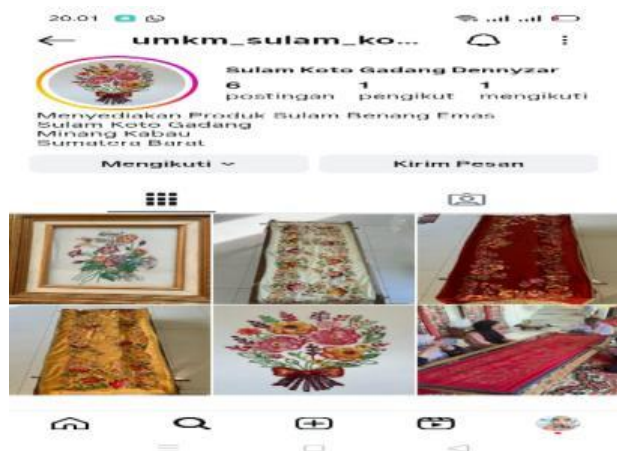
Dengan menggunakan iklan berbayar di Facebook AdsManager, pengiklan dapat meningkatkan relevansi iklan mereka dengan menargetkan audiens berdasarkan demografi, minat, dan perilaku mereka. Kampanye yang berfokus pada keterlibatan pengguna, seperti kuis atau polling, dapat meningkatkan interaksi dan meningkatkan visibilitas merek, sementara konten visual, seperti gambar dan video, efektif untuk menarik perhatian pengguna Facebook.



**Gambar 16. Facebook UMKM Sulam Koto Gadang**

Instagram adalah platform yang berfokus pada visual, sehingga strategi pemasaran yang berfokus pada penggunaan gambar dan video yang menarik seringkali menjadi fokus utama. Instagram Stories, dan fitur lainnya memungkinkan UMKM Dennyzar untuk menampilkan konten yang inovatif dan menarik.

- 454 *Pelatihan Pemasaran Digital dan Inovasi Produk Sulam Guna Meningkatkan Perekonomian Pengrajin Sulam Koto Gadang Sumatera Barat – Siska Mitria Nova, Ranelis, Rahmad Washinton, Chairul Haq, Cinta Pusvita, Latifa Husni, Ermi Rosmita*  
DOI: 10.31004/abdidas.v6i4.1186



**Gambar 17. Instagram Sulam Koto Gadang Dennyzar**

## KESIMPULAN

Kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) yang berjudul Pelatihan Pemasaran Digital dan Inovasi Produk Sulam Koto Gadang Guna Meningkatkan Perekonomian Pengrajin Sulam Koto Gadang Sumatera Barat merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan cara memberikan pelatihan tentang pembuatan desain kreatif dan inovatif yang dihasilkan oleh pengrajin sulaman benang emas dan bordir di Koto Gadang

PKM ini dilakukan untuk meningkatkan inovasi produk melalui kreatifitas pengrajin sulam untuk membuat produk lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen serta memberikan edukasi tentang pemasaran produk melalui platform digital. Dengan dilakukannya kegiatan PKM ini bagi UMKM Dennyzar dapat menambah pengetahuan pengrajin dalam menciptakan produk baru dengan motif Minangkabau sebagai ciri khasnya serta

menumbuhkan kesadaran bagi UMKM Dennyzar dalam pemanfaatan pemasaran digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk sulam Koto Gadang agar dapat meningkatkan penjualan produk dan perluasan pangsa pasar secara global.

Kemitraan Masyarakat (PKM) yang berjudul Pelatihan Pemasaran Digital dan Inovasi Produk Sulam Koto Gadang Guna Meningkatkan Perekonomian Pengrajin Sulam Koto Gadang Sumatera Barat merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan cara memberikan pelatihan tentang pembuatan desain kreatif dan inovatif yang dihasilkan oleh pengrajin sulaman di Koto Gadang

Pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan inovasi produk melalui kreatifitas pengrajin sulam untuk membuat produk lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen serta memberikan edukasi tentang pemasaran produk melalui platform digital. Dengan dilakukannya kegiatan PKM ini bagi UMKM Dennyzar dapat menambah pengetahuan pengrajin dalam menciptakan produk baru dengan motif Minangkabau sebagai ciri khasnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, Bunga, Dkk. 2024. *Studi Kelayakan Bisni*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Amalia, Riska, Dll. 2024. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo." *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 2(1).
- Az-Zahra, Penny, and Arti Sukmalengkawati. 2022. "Pengaruh Digital Marketing terhadap

- 455 *Pelatihan Pemasaran Digital dan Inovasi Produk Sulam Guna Meningkatkan Perekonomian Pengrajin Sulam Koto Gadang Sumatera Barat – Siska Mitria Nova, Ranelis, Rahmad Washinton, Chairul Haq, Cinta Pusvita, Latifa Husni, Ermi Rosmita*  
DOI: 10.31004/abdidas.v6i4.1186
- Minat Beli" JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)." *Ilmiah MEA* 6(3): 2008–18.
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1(2): 61–76. doi:10.26533/jmd.v1i2.175.
- Haryanto, Rudy, dkk. "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review."
- Khairunisa, Ajeng Nisa, and Dwi Novaria Misidawati. 2024. "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Indonesia." *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3(1): 184–90.
- Nathadiharja, Sri Sukartono, dkk. 2024. *Strategi Pemasaran*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Nova, Siska Mitria, Mutia Kahanna, and Wirda Hayani. 2022. "Songket Pandai Sikek Pada Pandemi Covid-19." *Jurnal Relisf: Journal Of Craft*. *Vo* 2(1): 31–42. <https://core.ac.uk/download/pdf/555285018.pdf>.
- Ranelis, R., Washinton, R., Malik, K., & Trisnawati, D. 2019. "Peningkatan Kualitas Sulam Koto Gadang Kabupaten Agam Sumatera Barat Melalui Pengembangan Desain Produk Dan Motif Untuk Mendukung Industri Kreatif." *Mudra Jurnal Seni Budaya*. doi:<https://doi.org/10.31091/mudra.v34i3.793>.
- Ranelis R, Kendall.M. 2018. "Pengembangan Desain Dan Motif Produk Sulam Koto Gadang." *Sumatera Barat Ideology*. 3(1).
- Safitri, NUrlaeli, Dkk. 2022. "Penerapan Motif Nusantara Dalam Penciptaan Karya Batik Di CV Tarum Bali Sejahtera." *Hastagina: Jurnal Kriya dan Industri Kreatif* 2(1).
- Washington R, Ranelis R, Nova SM, Alipuddin A. 2023. "Pemberdayaan UMKM Sulaman Benang Emas Melalui Pengembangan Desain Motif & Produk Di Nagari Koto Baru Kecamatan Kubung Kabupaten Solok Sumatera Barat." *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 7(3).
- Wati, Andy Prasetyo, dkk. 2020. *Digital Marketing*. Kab. Malang: PT. Literindo Berkah Karya.
- Wirayanti, Luh Putu Lia Kharisma. 2024. "Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui." *Manajemen: Jurnal Ekonom USI* 6(2).
- Yasnidawati. 2011. "Seni Sulam Minangkabau Dan Inovasinya Untuk Mendukung Pengembangan Industri Kerajinan Rumah Tangga." *Teknologi dan Kejuruan* 34(2): 191–202.
- Yuliarma dan Norita, Refi. 2023. "Pengaruh Jumlah Helai Benang terhadap Nilai Estetika dan Mutu Sulaman Terawang Hardanger pada Sarung Bantal Sofa." *Dimensi* 19(2): 169–84.