

Pengembangan Pasar Lokal Tenun Gadod Majalengka Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Visual Approach

Rika Nugraha¹, Yulyanto², Azhar Natsir Ahdiyat³

^{1,2,3} Universitas Kuningan, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Rika Nugraha

E-mail: rika.nugraha@uniku.ac.id

Abstrak

Pasar lokal tenun Gadod masih belum berkembang secara optimal, oleh karena itu pengembangan pasar lokal tenun Gadod Majalengka perlu dilakukan dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat. Pengembangan pasar lokal membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, membuka peluang kerja dan meningkatkan pendapatan. Dengan adanya pengembangan pasar lokal, diharapkan tercipta lingkungan ekonomi yang berkelanjutan, membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui visual approach, luaran yang ditargetkan: Meningkatkan visualisasi dan promosi produk tenun Gadod melalui media sosial, website, dan material promosi visual lainnya, sehingga produk tenun Gadod lebih dikenal dan diminati oleh konsumen. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat difokuskan pada urgensi pengembangan pasar lokal tenun Gadod Majalengka berupa peningkatan kualitas desain dan visualisasi produk tenun Gadod, sehingga dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun internasional mengingat kain tenun Gadod menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat setempat. Tujuan dari pengembangan pasar lokal tenun Gadod Majalengka adalah meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses produksi dan promosi produk tenun Gadod melalui media sosial dan platform visual lainnya, memperluas jangkauan pemasaran produk tenun Gadod melalui platform e-commerce dan media visual serta berbasis akses digital.

Kata kunci - Pengembangan pasar lokal, Peningkatan Ekonomi, Tenun Gadod Majalengka, visual approach

Abstract

The local Gadod weaving market is still not developing optimally, therefore the development of the Majalengka Gadod weaving local market needs to be carried out in an effort to improve the community's economy. The development of local markets helps improve the welfare of local communities, opens up job opportunities and increases income. With the development of local markets, it is hoped that a sustainable economic environment will be created, helping to improve community welfare. Through a visual approach, the targeted output is: Improving the visualization and promotion of Gadod woven products through social media, websites and other visual promotional materials, so that Gadod woven products are better known and in demand by consumers. Community Service Activities are focused on the urgency of developing the local Gadod woven market Majalengka in the form of improving the quality of design and visualization of Gadod woven products, so that they can attract consumer interest and increase the competitiveness of products in local and international markets considering that Gadod woven cloth is part of the cultural identity of the local community. The aim of developing the local Majalengka Gadod woven market is to increase community involvement in the process of producing and promoting Gadod woven products through social media and other visual platforms, expanding the marketing reach of Gadod woven products through e-commerce platforms and visual media and based on digital

Keywords - Local Market Development, economic improvement, Tenun Gadod Majalengka, Visual Approach

PENDAHULUAN

Potensi Tenun Gadod sebagai produk unggulan daerah merupakan kerajinan khas Majalengka yang sudah dikenal sejak lama. Produk ini memiliki keunikan dalam desain dan bahan yang digunakan. Potensi tenun Gadod sebagai produk unggulan daerah dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing daerah dan memberikan nilai tambah pada produk lokal. Desa Nunuk terletak di kabupaten Majalengka menuju Selatan, kecamatan Maja, Jawa Barat. Nunuk Baru adalah salah satu desa wisata berbasis budaya yang berada di Selatan Kota Majalengka. Jaraknya sekitar 10 kilometer dari pusat kota atau menghabiskan waktu sekitar 45 menit menggunakan kendaraan. **Analisis situasi** pengembangan tenun Gadod di Majalengka diantaranya adalah (1) Potensi pasar yang besar: Tenun Gadod memiliki potensi pasar yang besar, terutama di pasar lokal dan internasional. Produk tenun Gadod sangat khas dan unik, serta memiliki nilai budaya dan sejarah yang tinggi. (2) Keterbatasan promosi dan pemasaran: Promosi dan pemasaran produk tenun Gadod masih terbatas, terutama di media sosial dan platform online. Hal ini membuat produk kurang dikenal dan sulit diakses oleh konsumen di luar daerah Majalengka. (3) Kurangnya kreativitas dalam desain produk: Desain produk tenun Gadod masih cenderung monoton dan kurang menarik bagi konsumen. Kurangnya kreativitas dalam desain produk dapat menghambat daya saing produk di pasar. (4) Kurangnya akses ke bahan baku: Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan tenun Gadod masih terbatas dan sulit didapatkan, terutama bahan baku alami seperti pewarna alami. (5) Kurangnya keterlibatan masyarakat dalam produksi: Keterlibatan masyarakat dalam produksi produk tenun Gadod masih kurang. Hal ini dapat mengurangi kesadaran masyarakat tentang nilai budaya dan sejarah kain tenun Gadod.



Gambar 1.

Kondisi Mitra Masyarakat

Dalam kondisi eksisting, mitra masyarakat yang terlibat dalam produksi tenun Gadod di Majalengka masih memerlukan upaya pemberdayaan melalui *visual approach* karena:

1. **Kurangnya akses ke informasi:** Mitra masyarakat yang terlibat dalam produksi tenun Gadod di Majalengka masih memiliki keterbatasan dalam akses informasi, terutama terkait dengan trend desain dan teknik produksi yang lebih modern. Dengan *visual approach*, informasi tersebut dapat disampaikan dengan lebih mudah dan menarik sehingga dapat meningkatkan kualitas produksi dan daya saing produk.
2. **Keterbatasan kemampuan pemasaran:** Mitra masyarakat yang terlibat dalam produksi tenun Gadod di Majalengka masih kurang memiliki kemampuan dalam memasarkan produk secara efektif, terutama di era digital saat ini. Dengan *visual approach*, mereka dapat belajar bagaimana memasarkan produk secara online dan menarik minat konsumen dengan memperlihatkan keunikan dan kualitas produk secara visual.
3. **Kurangnya keterampilan desain:** Mitra masyarakat yang terlibat dalam produksi tenun Gadod di

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Majalengka masih kurang memiliki keterampilan dalam desain produk yang menarik dan kreatif. Dengan *visual approach*, mereka dapat belajar bagaimana merancang produk yang menarik dan sesuai dengan tren terkini sehingga dapat meningkatkan daya saing produk.

4. Dengan pemberdayaan melalui *visual approach*, mitra masyarakat yang terlibat dalam produksi tenun Gadod di Majalengka diharapkan dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilan mereka dalam memproduksi produk tenun Gadod yang berkualitas, menarik dan sesuai dengan tren pasar.

Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk tenun Gadod dan membantu meningkatkan ekonomi masyarakat di Majalengka secara keseluruhan. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat pada pengembangan pasar lokal tenun Gadod di Majalengka dengan *visual approach* adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi dengan memperkuat pengembangan pasar lokal produk tenun Gadod dengan menggunakan media visual. Adapun fokus kegiatan pengabdian masyarakat dengan *visual approach* meliputi:

1. **Pembuatan materi promosi:** Kegiatan ini fokus pada pembuatan materi promosi produk tenun Gadod yang menarik dan informatif. Materi promosi ini dapat berupa video, poster, brosur, atau website. Dengan menggunakan *visual approach*, diharapkan materi promosi dapat menarik perhatian masyarakat dan membantu memperluas pasar produk tenun Gadod.
2. **Pengembangan media sosial:** Kegiatan ini fokus pada pengembangan media sosial sebagai salah satu media pemasaran produk tenun Gadod. Kegiatan ini mencakup pembuatan akun media sosial, pembuatankonten menarik, dan pengelolaan interaksi dengan pelanggan. Dengan menggunakan *visual approach*, diharapkan media sosial dapat menjadi salah satu alat pemasaran yang efektif dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
3. **Pelatihan fotografi produk:** Kegiatan ini fokus pada pemberian pelatihan kepada mitra masyarakat terkait teknik fotografi produk. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas foto produk yang digunakan dalam promosi. Dengan menggunakan *visual approach* yang baik, diharapkan produk tenun Gadod dapat terlihat lebih menarik dan profesional dalam media promosi.

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada 18 Juni 2023 bersama 2 orang mahasiswa yang terlibat. Untuk kegiatan mitra yang menjadi pelaku kegiatan pengabdian masyarakat diwakili oleh Bapak Edi Nuryadi mendampingi beberapa remaja, disebabkan kondisi masyarakat mitra sangat minim dan tidak terlampau tertarik untuk pengembangan budaya lokal dari tenun Gadod Majalengka.



Gambar 2.
Kondisi Mitra Masyarakat

Metode yang digunakan dalam penyelesaian pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan beberapa solusi:

1. Meningkatkan kualitas visual content

Dengan menghasilkan foto dan video produk yang menarik serta informatif. Visual content yang baik dapat menarik minat calon pembeli dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk Tenun Gadod. Penggunaan foto dan video yang baik juga dapat membantu menggambarkan keunikan dan keindahan produk Tenun Gadod yang dihasilkan.

2. Mengoptimalkan media sosial

Mengoptimalkan media sosial dengan mengelola akun secara konsisten dan memberikan interaksi yang baik dengan pelanggan. Dalam hal ini, diperlukan pengelolaan konten media sosial yang konsisten dan menyeluruh. Hal ini juga mencakup penggunaan fitur-fitur media sosial seperti Instagram Reels atau IGTV yang dapat meningkatkan visibilitas konten dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

3. Meningkatkan keterlibatan pelanggan

Meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan mengadakan giveaway atau kontes di media sosial. Kegiatan seperti ini dapat meningkatkan interaksi pelanggan dan membantu meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap produk. Keterlibatan pelanggan yang baik juga dapat membantu meningkatkan reputasi merek dan memperluas jangkauan merek.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 3.

Skematis IPTEKS Pengembangan Peningkatan Pemasaran dan Awareness Tenun Gadod Majalengka

IPTEKS (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) yang akan diimplementasikan di mitra sasaran adalah pengembangan materi promosi dan pengembangan media sosial untuk meningkatkan peningkatan ekonomi masyarakat di Majalengka. Tenun Gadod merupakan salah satu kerajinan tradisional yang berasal dari daerah Majalengka, Jawa Barat. Namun, meskipun memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi, pasar lokal dan nasional untuk produk tenun Gadod masih terbatas dan kurang dikenal di luar daerah asalnya. Melalui pengembangan materi promosi dan pengembangan media sosial, diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dan awareness tenun Gadod sehingga dapat lebih

dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Materi promosi berisi tentang keunggulan dan keunikan tenun Gadod, serta cara merawat tenun Gadod. Untuk pengembangan media sosial akan dilakukan melalui pembuatan konten-konten menarik tentang tenun Gadod, melalui visual approach seperti foto dan video produksi, serta pemanfaatan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan website. Dengan mengimplementasikan IPTEKS ini, diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dan awareness tenun Gadod sehingga dapat menjadi pilihan utama masyarakat dalam membeli produk kerajinan tradisional. Selain itu, melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial dan pemasaran online, diharapkan mitra masyarakat dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara online, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.



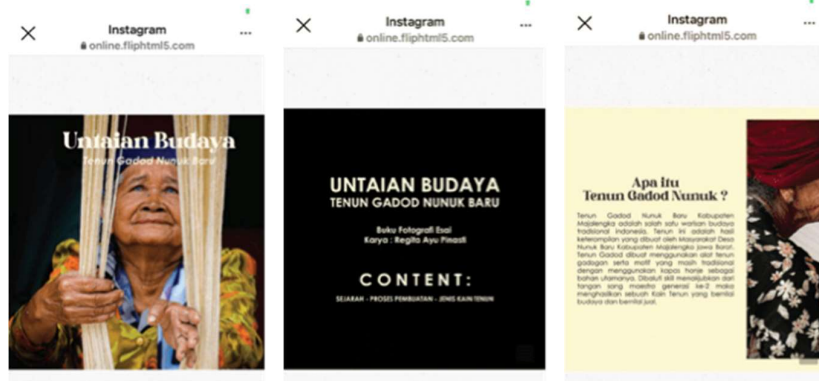
Gambar 4.

Visual Approach Melalui Fotografi Essay Tenun Gadod Majalengka



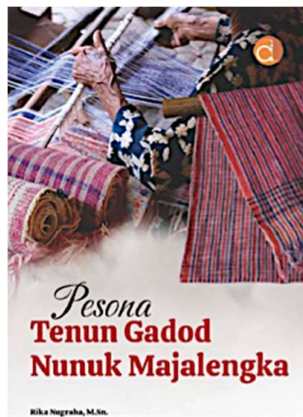
Gambar 5.

Visual Approach Melalui Instagram Tenun Gadod Majalengka



Gambar 6.

Visual Approach Melalui Aplikasi Flipbook Tenun Gadod Majalengka



Gambar 7.

Buku Pesona Tenun Gadod Majalengka

KESIMPULAN

Visual Approach Tenun Gadod Nunuk Majalengka yang diimplementasikan melalui promosi sosial media berupa instagram, aplikasi flipbook dan buku fotografi Tenun Gadod Nunuk Majalengka merupakan hasil yang diperoleh selama pendampingan di Desa Nunuk Majalengka. Faktor keberhasilan dari materi yang didapat langsung diujicobakan melalui platform berbasis digital. Detail produk Tenun Gadod Nunuk Majalengka ditampilkan secara utuh sesuai dengan kondisi dan situasi eksisting pada saat konten diambil untuk ditayangkan. Adapun pengembangan potensi tenun gadod Majalengka melalui visual approach telah terangkum pada publikasi berupa buku Pesona Tenun Gadod Nunuk Majalengka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Kuningan atas dukungannya terhadap kegiatan pengabdian masyarakat. Terima kasih kepada Bapak Edi Nuryadi selaku mitra yang telah aktif menunjukkan semangat serta dedikasi dalam melestarikan tenun Gadod Nunuk Majalengka. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada mitra pengabdian, yaitu para masyarakat di Desa Nunuk Kabupaten Majalengka, atas partisipasi dan kerjasama yang luar biasa memberikan dan membantu kegiatan selama pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. M. Nuraini, Siti;Falah. 2022. Eksistensi Kain Tenun di Era Modern. *J. ATRAT*, vol. 10, no. 2, pp. 163–169.
- Alwendi.2020. Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *J. Manaj. Bisnis*,vol. 17, no. 3, pp. 317–325.
- C.L. Jie Geng, Zhuoying Gao, Ying Li, Zhiyi He, Dequan Yu, Zili Wang.2023.Proactive and visual approach for product maintainability design. *Adv. Eng. Informatics*, vol. 55.doi: <https://doi.org/10.1016/j.aei.2022.101867>.
- G. A. N. A. Y. Pramiswa.2021.Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya.*Danapati*, vol. 1, no. 1, p. 2.[Online]. Available: <https://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/download/135/113/>
- J. Sutarso.2020.LOCAL CULTURE-BASED SOCIAL MEDIA LITERATION: LOCAL CULTURE CONTENT ON SOCIAL MEDIA AS STRENGTHENING SOCIAL INTEGRATION," *J. Komun. Profetik*, vol. 3, no. 1.doi: <https://doi.org/10.14421/pjk.v13i1.1742>.
- N. A. ;Kresensia B. Hapsoro.2020.PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DILIHAT DARI ASPEK EKONOMI DI INDONESIA. *Lakar J. Arsit.*, vol. 3, no. 2, pp. 88–96. doi: <http://dx.doi.org/10.30998/lja.v3i2.7046>.
- R. M. M. Wulan Riyadi*, Latief Z. Nur , Eli Achmad Mahiri and M. W. R. Nita Hernita.2022.PENGEMBANGAN WISATA BUDAYA DENGAN IPTEK UNTUK MEMPERTAHAKAN WARISAN TRADISIONAL TENUN GADOD DESA NUNUK BARU KECAMATAN MAJA KABUPATEN MAJALENGKA. *BERNAS J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 3, pp. 364–368.doi: 10.31949/jbv.3i3.2702.