

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KOSTUM TARI TRADISIONAL BERBASIS TREN PASAR DIGITAL

Zahra Ghaida Nur Azizah

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya

Email : zahraghaidaaaa@gmail.com

Abstract

The traditional dance costume business in Indonesia has great potential due to its rich cultural heritage. However, many entrepreneurs still face difficulties competing in the digital era because of the lack of effective marketing strategies. This article discusses strategies for developing traditional dance costume businesses by utilizing digital marketing trends. The method used is a literature review and analysis of digital marketing trends. The result show that product innovation, the use of social media, stronger branding, and collaboration with art communities can improve business competitiveness. These strategies are expected to help dance costume entrepreneurs survive and grow in an increasingly competitive market.

Keywords: dance costume business, digital arket, marketing strategy, product innovation, branding.

Abstrak

Bisnis kostum tari tradisional di Indonesia memiliki potensi besar karena kekayaan budaya yang dimiliki. Namun, banyak pelaku usaha yang masih kesulitan bersaing di era digital karena kurangnya strategi pemasaran yang tepat. Artikel ini membahas tentang strategi pengembangan bisnis kostum tari tradisional dengan memanfaatkan tren pasar digital. Metode yang digunakan adalah studi literatur dan analisis tren pemasaran digital. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa inovasi produk, pemanfaatan media sosial, penguatan branding, serta kolaborasi dengan komunitas seni dapat meningkatkan daya saing bisnis. Strategi ini diharapkan mampu membantu pelaku usaha kostum tari untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kata kunci : bisnis kostum tari, pasar digital, strategi pemasaran, inovasi produk, branding.

Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 886
prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author Publish

by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, salah satunya adalah seni tari tradisional. Setiap daerah memiliki ciri khas tarian dan busana yang berbeda-beda, sehingga kebutuhan akan kostum tari tradisional cukup tinggi. Kostum tari bukan hanya sekadar pakaian, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya yang perlu dilestarikan. Maka, bisnis kostum tari tradisional memiliki peluang besar untuk berkembang, terutama di tengah meningkatnya minat masyarakat terhadap kesenian daerah.

Namun, di era digital saat ini, banyak pelaku usaha kostum tari tradisional yang masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan bisnisnya. Persaingan yang semakin ketat, keterbatasan modal, dan kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital menjadi tantangan

utama. Banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan penjualan secara konvensional melalui mulut ke mulut atau jaringan terbatas, sehingga jangkauan pasar menjadi sedikit.

Di sisi lain juga, perkembangan teknologi digital sebenarnya sangat membuka peluang yang sangat besar. Tren pasar digital yang memanfaatkan media sosial, marketplace, dan platform e-commerce dapat membantu pelaku usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Dengan menggunakan strategi yang tepat, bisnis kostum tari tradisional tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga berkembang pesat di tengah persaingan industri kreatif yang semakin kompetitif.

Artikel ini bertujuan untuk membahas strategi pengembangan bisnis kostum tari tradisional dengan memanfaatkan tren pasar digital. Pembahasan ini mencakup inovasi produk, pemanfaatan media sosial, penguatan branding, serta kolaborasi dengan berbagai komunitas seni sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing bisnis.

KAJIAN PUSTAKA (LANDASAN TEORI)

A. Bisnis Kreatif dan UMKM

Bisnis kreatif adalah usaha yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan inovasi untuk menghasilkan produk atau jasa yang bernilai tambah. Menurut Tjiptono (2020), bisnis kreatif biasanya lahir dari ide-ide baru yang unik dan mampu memenuhi kebutuhan pasar. Di Indonesia, sebagian besar bisnis kreatif masuk dalam kategori usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena dapat membuka lapangan kerja dan mendukung pelestarian budaya, termasuk dalam industri kostum tari tradisional.

B. Kostum Tari Tradisional sebagai Produk Budaya

Kostum tari tradisional merupakan bagian penting dalam seni pertunjukan di Indonesia. Menurut Kemendikbud (2020), kostum tari tidak hanya berfungsi sebagai pakaian, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya yang bermakna. Setiap daerah pasti memiliki ciri khas kostum yang berbeda-beda sesuai dengan karakter tarian dan budaya setempat. Oleh karena itu, pengembangan bisnis kostum tari tradisional bukan hanya untuk tujuan komersial, tetapi juga untuk menjaga kelestarian budaya.

C. Pemasaran Digital

Pemasaran digital merupakan bagian dari strategi pengembangan bisnis yang fokus pada strategi promosi produk atau jasa melalui platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website. Menurut Kotler & Keller (2021), pemasaran digital sangat memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Media sosial yang efektif untuk membangun citra merek (branding) sekaligus mempromosikan produk secara langsung kepada konsumen.

D. Inovasi Produk dan Branding

Inovasi produk merupakan proses penciptaan atau mengembangkan produk agar lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam konteks kostum tari tradisional, inovasi dapat dilakukan dengan memadukan desain tradisional dan modern tanpa menghilangkan nilai budaya menurut Sugiyono (2019). Selain inovasi, branding juga menjadi faktor penting dalam pemasaran. Branding merupakan cara dalam membentuk citra positif terhadap produk agar mudah diingat dan dipercaya oleh konsumen.

E. Pemanfaatan Pasar Digital untuk Industri Kreatif

Tren pasar digital memberikan peluang yang sangat besar bagi industri kreatif, termasuk bisnis kostum tari tradisional. Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada memudahkan pelaku usaha dalam menjual produknya secara online. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas seni dan influencer di media sosial dapat memperluas jaringan pemasaran. Menurut Statiska (2023), jumlah dalam pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat setiap tahun menjadi peluang besar untuk mengembangkan bisnis berbasis digital.

PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital saat ini memberikan peluang besar bagi bisnis kreatif, termasuk kostum tari tradisional. Berdasarkan data Statista (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, menjadi tempat yang efektif untuk mempromosikan produk karena memiliki banyak pengguna aktif. Selain itu juga, platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada mempermudah pelaku usaha dalam menjual produk mereka secara online dengan jangkauan pasar yang lebih luas.

Namun, persaingan bisnis di pasar digital juga cukup ketat. Banyak pelaku usaha yang menjual produk serupa dengan harga yang kompetitif. Karena itu, pelaku usaha bisnis kostum tari tradisional harus memiliki strategi yang tepat agar bisa menarik perhatian konsumen.

Inovasi produk menjadi kunci utama dalam mengembangkan bisnis kostum tari tradisional. Desain kostum harus tetap mempertahankan ciri khas budaya, namun bisa disesuaikan dengan tren modern. Contohnya, menciptakan kostum yang lebih praktis dan nyaman dipakai, tetapi tetap menonjolkan keindahan motif tradisional. Selain itu, penggunaan bahan yang berkualitas dan ramah lingkungan dapat menambah nilai tambah yang disukai konsumen.

Pemasaran digital dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Beberapa langkah yang dapat diterapkan adalah:

1. Membuat konten kreatif berupa foto dan video yang menarik untuk menunjukkan keunikan kostum tari.
2. Menggunakan fitur iklan berbayar di media sosial untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.
3. Bekerja sama dengan influencer seni atau komunitas tari agar produk lebih dikenal oleh masyarakat.
4. Membangun website resmi atau toko online untuk memberikan kesan profesional dan memudahkan konsumen dalam memesan produk.

Penguatan branding dalam upaya membentuk citra positif terhadap bisnis agar mudah dikenal dan dipercaya. Untuk bisnis kostum tari tradisional, branding dapat dilakukan dengan:

1. Memberikan nama brand yang mudah diingat dan mencerminkan nilai budaya.
2. Menyertakan cerita di balik setiap kostum yang dibuat.
3. Konsisten dalam kualitas produk dan pelayanan sehingga pelanggan merasa puas.

Pelaku bisnis kostum tari dapat menjalin kerja sama dengan sanggar-sanggar, sekolah seni, dan event organizer. Kolaborasi ini bermanfaat untuk memperluas jaringan pemasaran sekaligus meningkatkan pemesanan produk. Selain itu, mengikuti pameran seni atau festival budaya juga dapat membantu memperkenalkan produk ke masyarakat yang lebih luas.

Meskipun memiliki peluang besar, bisnis kostum tari tradisional juga menghadapi beberapa tantangan, seperti:

1. Persaingan harga yang ketat di marketplace.
2. Kurangnya literasi digital pada sebagian pelaku usaha.
3. Modal terbatas untuk promosi dan inovasi produk.

Untuk mengatasi hal tersebut, pelaku usaha dapat mengikuti pelatihan digital marketing, memanfaatkan media sosial gratis untuk promosi awal, serta menerapkan sistem pre-order untuk mengurangi beban modal. Selain itu, bergabung dengan komunitas bisnis kreatif dapat membantu dalam berbagi pengalaman dan menjalin kerja sama yang saling menguntungkan satu sama lain.

KESIMPULAN

Bisnis kostum tari tradisional di Indonesia memiliki peluang yang sangat besar karena didukung oleh kekayaan budaya yang beragam. Namun, di era digital saat ini, pelaku usaha mampu beradaptasi agar dapat bersaing di tengah ketatnya kompetisi pasar. Pemanfaatan tren

pasar digital menjadi langkah penting yang dapat membuka peluang lebih luas dalam pengembangan bisnis.

Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan cara melakukan inovasi produk tanpa meninggalkan nilai budaya, memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat branding agar bisnis lebih dikenal dan dipercaya, serta menjalin kolaborasi dengan komunitas seni. Dengan langkah-langkah tersebut, pelaku usaha kostum tari tradisional tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang pesat di pasar digital.

Selain itu, pelaku usaha juga perlu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan di bidang pemasaran digital melalui pelatihan atau pendampingan. Hal ini sangat penting agar bisnis kostum tari tradisional dapat terus mengikuti perubahan tren pasar yang bergerak sangat cepat. Jika strategi ini dilakukan secara konsisten, bisnis kostum tari tradisional berpotensi menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung industri kreatif sekaligus pelestarian budaya Indonesia.

REFERENSI

- Kemendikbud RI. (2020), *Pengembangan Ekonomi Kreatif di Bidang Seni Tradisional*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed). New Jersey: Pearson Education.
- Statista. (2023). *Digital Market Overview Indonesia*. Diakses dari: <https://www.statista.com>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.