

ABSTRAK

Industri kerajinan tradisional, khususnya bordir, menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini. Produk bordir Alumazra, sebagai salah satu representasi perusahaan bordir, perlu mengadaptasi pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen yang semakin terhubung secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media pemasaran yang optimal dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk bordir Alumazra. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi lapangan, dan analisis dokumen terkait strategi pemasaran Alumazra. Analisis data dilakukan secara induktif untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media pemasaran digital menjadi kunci utama dalam memasarkan produk bordir Alumazra. Strategi yang diterapkan meliputi pengembangan konten visual yang menarik di platform media sosial, visual sesuai dengan target pasar, serta optimalisasi visual di marketplace online. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha kerajinan tradisional dalam merancang strategi pemasaran yang adaptif terhadap tren digital. Temuan penelitian dapat menjadi referensi bagi pengembangan usaha kreatif berbasis warisan budaya lokal di era transformasi digital. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi dampak strategi pemasaran digital terhadap keberlanjutan usaha dan pemasaran digital.

Kata Kunci: Bordir, Pemasaran Digital, Usaha Kreatif