

BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL DENGAN MENGANGKAT KEARIFAN LOKAL

Ni Made Sri Wahyuni Trisna, S.Sn., M.Sn¹, Farriz Fardani Zulkifli²

^{1,2} Institut Desain Dan Bisnis Bali, Denpasar, Bali-Indonesia

e-mail: wahyunitrсна@std-bali.ac.id¹, farrizfardani5@gmail.com²

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRACT
Received : Maret, 2021 Accepted : April, 2021 Publish online : Mei, 2021	<p><i>Creative business in this digital era is one of the ways to bring in fixed income as well as side income, but many people also can't see that creative business in this digital era is very easy to do and there are many ways, especially by raising local wisdom products that are is all around us. Many cannot see the potential of local wisdom products that are around us, especially in Bali. even these products can be marketed on a national and international scale very easily in this digital era. The appeal of products containing local Balinese wisdom is very popular with many circles, and can be a new hope for many people who want to be involved in creative business in the digital era.</i></p> <p><i>Keywords: Creative business, Balinese local wisdom, Digital.</i></p>
	<p>ABSTRAK</p> <p>Bisnis kreatif di era digital ini adalah salah satu cara untuk mendatangkan penghasilan tetap maupun penghasilan sampingan, tetapi banyak orang juga belum bisa melihat bahwa bisnis kreatif di era digital ini sangat mudah di lakukan dan sangat banyak caranya terutama dapat di lakukan dengan mengangkat produk kearifan lokal yang ada di sekitar kita. Banyak yang tidak bisa melihat potensi produk kearifan lokal yang ada di sekitar kita khususnya di bali. Bahkan produk-produk tersebut bisa di pasarkan hingga skala nasional maupun internasional dengan sangat mudah pada saat era digital ini. Daya tarik produk yang berisikan kearifan lokal bali sangatlah di sukai banyak kalangan, dan bisa menjadi harapan baru untuk banyak orang yang ingin terjun di dalam bisnis kreatif di era digital.</p> <p>Kata Kunci : Bisnis kreatif, Kearifan lokal Bali, Digital.</p>

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, dunia yang diiringi oleh perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membuat Internet menjadi salah satu teknologi komunikasi dan informasi yang menjadi sumber kebutuhan manusia saat ini.

Dampak dari kebutuhan penggunaan Internet inipun tidak lepas pada sisi bisnis yang digunakan untuk memasarkan produk-produk dari segala sektor dalam bentuk online. Dengan adanya teknologi informasi dalam pemasaran bersifat online akan mendorong

suatu peningkatan kualitas dalam kehidupan di era ini. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju membawa beberapa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya mengubah gaya hidup masyarakat yang menjadi serba praktis. Selain itu, Kemudahan jangkauan dan transaksi yang di tawarkan dalam era digital, juga berhasil menarik banyak masyarakat untuk mulai cenderung berbelanja secara online. Tanpa ada batasan status sosial ataupun gender, siapapun dan dimanapun dapat melakukan pembelian secara digital.

Saat ini penggunaan media sosial bisa dijadikan alat atau media promosi barang jualan. Media-media sosial yang saat ini digandrungi para pengguna internet antara lain Instagram, Youtube, Tiktok, Facebook. Melihat banyaknya pengguna, media sosial bisa diibaratkan sebagai 'pasar besar' yang sangat potensial untuk dijadikan tempat berbisnis. Selain jumlah pengguna yang banyak dan pangsa pasar yang mudah diidentifikasi, kelebihan lain dari sosial media adalah dapat mengunggah konten gambar dan video pendek dengan waktu yang singkat ke seluruh Indonesia bahkan luar negeri. Bagi para pebisnis online hal ini sangatlah menguntungkan, karena konten gambar dan video pendek lebih 'menjual' ketimbang konten tulisan. Hal ini sangat sesuai dengan karakteristik para pengguna smartphone saat ini. Keinginan untuk berbelanja secara cepat dan tanpa harus keringatan membuat berbagai bisnis yang di pasarkan secara online menjamur. Dengan adanya media sosial hal ini tentunya tidak disia-siakan oleh beberapa pengguna aktifnya, tidak hanya mengupload foto semata, bahkan media sosial sudah berdampak menjadi suatu lahan bisnis yang menguntungkan.

Berdasarkan fakta yang di tulis pada artikel yang di buat oleh www.modalrakyat.id, banyak pengusaha yang kreatif dalam memberikan inovasi dalam bisnis. Jenis bisnis kreatif di era digital adalah jenis bisnis yang memiliki inovasi-inovasi yang menarik. Dengan berkembangnya teknologi, maka bisnis pun juga mengalami perkembangan. Perkembangan yang terjadi dalam bisnis tentu tidak lepas dari pelaku bisnis yang banyak memberikan inovasi yang kreatif terhadap bisnis-bisnis yang ada saat ini. Oleh karena itu, sebagai pelaku usaha harus memiliki kreatifitas yang tinggi agar produk

atau jasa yang ditawarkan mampu berdaya saing tinggi. Solusi yang di tawarkan pada artikel ini, diantaranya dengan menaikkan atau mengangkat produk kearifan lokal yang dikemas semenarik mungkin dengan mengikuti trend perkembangan jaman saat ini. Ditambah lagi dengan beraneka ragamnya peluang bisnis yang ada di era digital saat ini diantaranya web developer, blogger, desain grafis, menjadi penyedia konten, membuka toko online, dropshipper, dan masih banyak lagi. Salah satu merk lokal asli Bali adalah RDNB Jewelry yang sudah melanglang buana di Indonesia. Design yang digunakan dalam gelang, cincin dan kalungnya menggunakan unsur-unsur kesenian Bali seperti patra, ukiran hamsa manik, mahabhuta, naga taksu, tridatu dan masih banyak lagi. Ukiran ini memberikan esensi kearifan lokal khas Bali yang menambah daya tarik pembeli karena timbul rasa bangga dan peningkatan status sosial dari pemakai karena produk yang berasal dari Bali yang terkenal akan budayanya. Ditambah lagi brand ini berbasis online sehingga mampu menjangkau pembeli se-Indonesia.

Hal ini patut di contoh untuk mengangkat kearifan lokal Bali sudah seharusnya memasarkannya ke seluruh Indonesia atau mancanegara, karena citra Bali yang terkenal akan budayanya. Dengan demikian, menyelipkan kebudayaan Bali dalam menjualkan produk akan berimbas dalam mempromosikan kesenian Bali sehingga mampu dikenal bahkan dibangga-banggakan bagi masyarakat. Sehingga melalui artikel ini, diharapkan dapat mengetahui cara pemasaran yang tepat untuk produk kearifan lokal di era digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu (Lasa, 2009: 207). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif karena membutuhkan jawaban terkait cara pemasaran di era digital seperti saat ini. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bali dengan objek pelaku usaha perhiasan di Bali khususnya yang menyisipkan kesenian Bali di produknya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya observasi, wawancara dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati teknik pemasaran apa saja yang dilakukan, media penjualan yang digunakan hingga design dan foto produk yang

dilakukan. Sedangkan wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akurat kepada pemiliknya secara langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bisnis Kreatif di Era Digital

Saat ini, banyak pengusaha yang sangat kreatif dalam memberikan inovasi dan peluang usaha dalam berbisnis. Bisnis kreatif di era digital ini adalah jenis bisnis yang memiliki inovasi-inovasi yang menarik.

Dengan berkembangnya teknologi pada era yang serba digital ini, maka bisnis pun juga mengalami perkembangan. Perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis saat ini tentu tidak lepas dari para pelaku bisnis yang banyak memberikan inovasi yang kreatif terhadap berbagai bisnis yang ada saat ini.

Perkembangan bisnis di era digital sangat pesat terjadi akhir-akhir ini. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh jaringan internet yang makin berkembang dan semakin cepat. Merambahnya bisnis kreatif di era digital ini juga berkaitan dengan pola belanja masyarakat yang berubah menjadi senang berbelanja secara online dari yang sebelumnya belanja secara offline.

Ada berbagai jenis bisnis kreatif di era digital yang dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan untuk saat ini seperti yang terdapat dalam artikel modalrakyat.id yang dikutip pada 30 November 2020, diantaranya adalah :

1. Menjadi konten kreator

Di era digital ini konten kreator sangat dibutuhkan contohnya di beberapa website freelance. Konten yang biasa diperlukan adalah berupa artikel, video, fotografi dan banyak konten menarik lainnya. Konten ini diperlukan untuk dapat menunjang dan memaksimalkan lalu lintas dari website, blog atau media sosial.

2. Membuka toko online

Membuka toko online merupakan jenis bisnis kreatif di era digital saat ini. Di era digital saat ini toko online menjadi salah satu bisnis yang mempunyai sangat banyak peminat. Karena bisnis dengan toko online ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, Anda bisa membuka toko online lewat media sosial seperti, Facebook, Instagram, dll. Dan juga melalui *marketplace* seperti, shopee,

tokopedia, bukalapak, lazada. dan masih banyak lagi. Toko online ini nantinya bisa menjadi tempat untuk dapat menjual berbagai macam barang dan kebutuhan dengan sangat mudah tanpa perlu membuka toko dengan biaya yang besar.

3. Desain Grafis

Jasa desain grafis memiliki prospek yang besar di era digital ini. Peminat jasa desain ini sangat banyak. Bahkan bisa di katakan jasa desain grafis ini di butuhkan hampir di semua jenis usaha. Biasanya, pengguna jasa desain ini memerlukan desain yang menarik untuk kebutuhan usaha mereka agar bisa menarik lebih banyak perhatian konsumen.

4. Menjadi Youtuber

Menjadi youtuber sepertinya sedang banyak di minati di era digital ini. Seorang Youtuber dituntut untuk bisa membuat konten yang menarik dalam video yang dibuat. Semakin banyak penonton yang melihat video dan semakin banyak iklan yang ada di dalam video youtube tersebut, maka semakin besar penghasilan yang didapatkan dari pekerjaan Youtuber ini, apalagi jika memiliki banyak subscriber. Maka jumlah penghasilan yang bisa di dapatkan akan semakin tinggi. Menjadi Youtuber saat ini bisa di jadikan pekerjaan utama, karena pekerjaan ini bisa menjadi pekerjaan tetap yang dapat menghasilkan uang setiap bulan atau bahkan di setia video yang dapat di buat.

5. Menjadi Blogger

Di era digital ini, orang lebih senang mencari informasi di dunia maya atau di internet. Hal ini bisa menjadi peluang usaha yang bagus bagi yang ingin menjadi seorang blogger. Tidak ada batasan dalam pembuatan konten pada blog, biasanya orang lebih menyukai blog yang menarik dan kreatif. Ada beberapa pilihan juga untuk menjadi seorang blogger contohnya, menjadi food blogger, fashion blogger, dan masih banyak lagi.

6. Dropshipper

Dropshipper adalah salah satu bisnis di era digital yang sangat mudah untuk di jalankan, dropshipper ini adalah konsep berjualan atau usaha tanpa modal. Dropshipper tidak perlu membeli dulu barang yang ada di suplier. Tetapi bisa langsung menjualnya, dengan kata lain dropshipper dapat mempromosikan barang milik suplier. Dan suplier langsung yang akan mengirimkan barang itu ke

konsumen. Jika banyak pembeli yang didapatkan maka akan semakin keuntungan yang di dapatkan.

7. Fotografi

Bisnis dalam bidang fotografi bisa menjadi bisnis yang menjanjikan di era digital ini. Saat ini fotografi di butuhkan dalam berbagai macam kebutuhan dan menjadi tren baru di masyarakat. Hampir semua kalangan membutuhkan jasa fotografi contohnya seperti, foto baby, foto keluarga, foto pernikahan, foto produk, dan masih banyak lagi. Apalagi saat ini banyak tempat yang menyediakan penyewaan perlengkapan fotografi sehingga bisnis ini juga sudah bisa di jalankan dengan modal yang minim.

8. Web Developer

Web developer bisa menjadi peluang bisnis yang menguntungkan di era digital., apalagi di dukung oleh internet yang sudah semakin meluas di segala bidang dalam kehidupan. Banyak yang membutuhkan web developer mulai dari e-commerce, lembaga pendidikan, perusahaan, ekspedisi, dan pemerintahan. Jika memiliki keahlian khusus di bidang IT, kemampuan untuk mendesain sebuah website dan menjaga keamanannya bisa menjadi modal Anda untuk memulai bisnis menjadi freelance web developer.

Di atas ini hanya beberapa contoh bisnis yang bisa menguntungkan di era digital ini. sebenarnya terdapat banyak sekali jenis bisnis kreatif di era digital. Berbagai jenis bisnis tentu mempunyai kekurangan dan kelebihan masing-masing. Seperti contohnya toko *online* yang terkadang sulit bagi konsumen untuk mendapat barangnya dengan cepat karena terkendala jarak yang jauh dan pengiriman yang sehari-hari. Namun di sisi lain barang-barang yang terdapat di toko online relatif lebih bervariasi dan terjangkau.

2. Menyisipkan Kearifan Lokal dalam Bisnis Era Digital

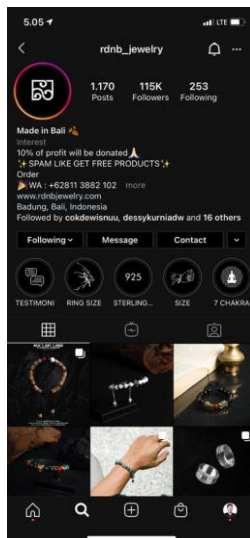
Perkembangan era bisnis digital saat ini sangatlah pesat, hingga tak jarang banyak bermunculan ide-ide bisnis baru yang bahkan tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Dengan adanya kecanggihan teknologi, semua kegiatan ataupun aktivitas sehari-hari mampu menjadi peluang bisnis yang memungkinkan. Memiliki ciri khas tersendiri sehingga mampu melekat dalam benak pembeli sangatlah penting. Kreativitas pebisnis untuk membuat

produk yang berbeda sangat diperlukan. Salah satunya dengan menyisipkan kearifan lokal yang ada di Indonesia, Bali misalnya.

Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang potensial dalam mengembangkan produk-produk yang berisi kearifan lokal. Selain karena terkenal dengan pariwisata, produk Bali juga memiliki potensi yang tinggi untuk dikenalkan ke nasional maupun internasional. Ini karena image Bali yang kaya akan budaya dan pariwisatanya sehingga harus dimaksimalkan juga dalam pembuatan produk. Dengan menyisipkan kearifan lokal contohnya seperti seni ukiran bali dalam gelang yang dibuat oleh RDNB Jewelry memiliki ciri khas tersendiri bahkan menimbulkan perasaan bangga bagi para penggunanya karena bisa memiliki produk yang berasal dari Bali.

Produk yang dijual RDNB Jewelry diantaranya gelang, cincin, kalung yang masing-masing produknya berisi gaya ukir Bali yang berbeda-beda. Misalnya pada gelang terdapat ukiran wajah MahaBhuta, 7 Cakra, Naga Taksu, Batu 3 warna (Tridatu), Ganapati dan masih banyak lagi. Nama-nama produknya pun juga masih memakai Bahasa Bali seperti Rahayu Series, Mahabhuta Maung Series, Tresna Bracelete, Terunyan Anyep dan lain-lain. Nama-nama ini terinspirasi sepenuhnya dari kebudayaan dan Bahasa Bali. Selain itu, ada juga makna dibalik nama produk-produk tersebut. Misalnya seperti Rahayu Series, dimana rahayu dalam Bahasa Bali berarti selamat/tentram sehingga saat gelang ini dikeluarkan dikala pandemi COVID-19 bisa jadi pengingat karena telah mampu melewati pandemi ini dengan selamat.

Terdapat kurang lebih 169 produk yang dimiliki dengan design dan warna yang berbeda-beda. Namun design yang dimiliki selalu menyisipkan kebudayaan Bali. Harga yang dibanderol pun mulai dari 49.000 - 499.000. Kini, RDNB Jewelry telah memiliki kurang lebih 115.000 pengikut di instagram yang tersebar di seluruh Indonesia.



Gambar 1. Akun Instagram RDNB Jewelry
Sumber : www.instagram.com/rdnbjewelry

Produk RDNB Jewelry yang dimana terdapat perpaduan antara perhiasan dengan seni ukiran Bali melahirkan trend fashion baru. Selain membuat penampilan semakin bagus, namun juga memiliki kebudayaan Bali yang kental di dalamnya beserta filosofi-filosofinya.



Gambar 2. Motif ukiran Produk Gelang RDNB Jewelry
Sumber : www.instagram.com/rdnbjewelry



Gambar 3. Produk gelang RDNB Jewelry
Sumber : www.instagram.com/rdnbjewelry



Gambar 4. Produk gelang RDNB Jewelry
Sumber : www.instagram.com/rdnbjewelry

Ditambah lagi, RDNB Jewelry ini juga memanfaatkan kecanggihan era digital karena memasarkan produknya ke seluruh Indonesia. Pemasaran yang dilakukan hanya dengan sosial media, e-commerce dan website yang mampu menjangkau pembeli dari seluruh pelosok Indonesia.

Dengan adanya kemajuan teknologi, masyarakat Bali juga harus melestarikan kebudayaan Bali agar tidak punah. Dengan menambahkan corak Bali ke dalam produk akan menjadi poin plus tersendiri seperti halnya RDNB Jewelry. Produknya akan terlihat menonjol karena berbeda dari yang lainnya, unik dan juga bisa dimanfaatkan untuk menjadi oleh-oleh khas Bali. Melalui produk yang berisi kearifan lokal ini juga mampu mempromosikan atau memperkenalkan kebudayaan Bali tak hanya di kalangan masyarakat Bali sendiri melainkan ke nasional hingga internasional. Terlebih dengan era digital seperti sekarang ini, yang diujani dengan kecanggihan sosial media yang mampu dengan sangat cepat menyebar hingga menjangkau ke seluruh dunia.

3. Strategi Bisnis dan Pemasaran yang Tepat

Strategi Bisnis dan Pemasaran dari RDNB Jewelry Fokus pada pemasaran di Media sosial. Saat ini Media Sosial sudah menjadi media pemasaran yang banyak digunakan. Terlebih di era digital ini banyak sekali orang yang berlomba-lomba untuk mendirikan bisnis online. Sehingga pengetahuan tentang media sosial marketing ini menjadi sangat penting untuk dimiliki oleh setiap orang, terutama mereka yang sedang menjalankan bisnis online. Banyak strategi yang bisa dilakukan untuk melakukan pemasaran di media sosial. Baik untuk bisnis dalam skala besar maupun bisnis skala kecil.

Pemasaran melalui Sosial Media ini menjadi sangat penting karena saat ini sosial media *marketing* masih menjadi strategi *marketing* paling efisien. Dan tidak mengenal skala bisnisnya, bisnis yang nilainya masih jutaan pun bisa langsung menggunakan sosial media *marketing*. Contohnya adalah dengan menggunakan jasa *Facebook ads* dan *Instagram ads*.

Yang di lakukan RDNB Jewelry dalam melakukan strategi bisnis dan pemasaran adalah :

1. Strategi Media Sosial Marketing dengan Membangun Kredibilitas

proses ini di mulai dengan membangun *brand awareness*. Hal yang di lakukan untuk membangun *brand awareness* yaitu dengan menciptakan visibilitas online yang merupakan representasi dari bisnis tersebut. Contohnya mengembangkan bisnis tersebut dengan menggambarkan identitas brand secara visual. Seperti mendesain tampilan website, dan media sosial sesuai dengan jenis bisnis tersebut.

2. Menggunakan Gambar yang Baik dan Menarik

Penggunaan gambar yang menarik dapat menarik perhatian pelanggan dengan cepat. Gambar bisa di gunakan untuk membuat gambaran bisnis dan siapa saja orang-orang yang ada dibelakangnya. Selain itu, juga dapat di gunkan untuk mengedukasi pelanggan serta membuat informasi menjadi mudah dicerna bagi pelanggan.

3. Membuat Konten yang Valuable

Strategi pemasaran media sosial dikatakan efektif apabila bisa menyeimbangkan antara konten yang dikurasi maupun konten yang dibuat sendiri. Ciri konten yang *valuable* yaitu dapat menjawab pertanyaan para pembacanya, dapat menyelesaikan masalah dan memberikan manfaat bagi yang membacanya. Dengan memposting konten yang *valuable*, *brand* tersebut bisa mendapatkan banyak manfaat seperti reputasi bisnis semakin membaik, ranking SEO semakin tinggi.

4. Menggunakan Media Sosial Sebagai Ruang Untuk Mengadakan Percakapan yang Menarik

Tidak hanya bisa membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi yang berguna, tetapi media sosial juga membantu kamu untuk bisa berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Brand tersebut juga bisa menyimpan dokumentasi dari semua aktivitas penting di media sosial. Selain itu jika sering mengadakan percakapan di media sosial melalui tanya jawab ataupun polling, brand tersebut cenderung akan lebih di ikuti dan di sukai konsumen.

PENUTUP

Ada sangat banyak bisnis kreatif di era digital yang dapat di jalankan dengan mengangkat kearifan lokal ,mulai dari menjadi konten kreator, membuka toko online, hingga menjadi web developer, contohnya yang di bahas dalam artikel ini adalah RDNB Jewelry, toko online yang menjual gelang, cincin dan kalung dengan ciri khas kearifan lokal Bali seperti menambahkan ukiran-ukiran khas Bali. Strategi bisnis yang di lakukannya fokus pada pemasaran di media sosial mulai dari pembuatan konten gambar dan video, hingga penggunaan media sosial sebagai ruang untuk mengadakan percakapan yang menarik. Hal ini tentunya akan membuat banyak orang dapat mengangkat kembali produk kearifan lokal dengan bisnis kreatif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2019, *Laporan Kinerja Badan ekonomi kreatif 2019*, Diunduh Diunduh 26 Oktober 2020 18:53 dari <http://kemenparekraf.go.id>.
- [2] M,Rusdiana (2014), *Konsep Inovasi Pendidikan*, Diunduh 28 Desember 15.31 Wita 2020 dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/8787/1/Buku%20Konsep%20Inovasi%20Pendidikan.pdf>.
- [3] Santoso,Bambang (2018),*Intellectual Property Animasi Di Indonesia*
- [4] *Dalam Buku Katalog Nganimasi Indonesia*, Diunduh 26 Oktober 2020 13.52 Wita dari <http://jurnal.stiki-indonesia.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa>
- [5] Santoso, Bambang (2012), *Nganimasi Bersama Mas Be!*, Dinduh 26-10-2020.