

Inovasi Pemasaran Berbasis Kearifan Lokal Pada Umkm Songket Mawar Palembang Dalam Meningkatkan Daya Saing

Oktamijul Naina¹, Ahmad Fariq Asybal Aufa², Muhammad Wahyudin³, Ahmad Yani⁴

^{1,2,3,4} Magister Pengembangan Masyarakat Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

e-mail: octamijul157@gmail.com¹, asybalfariq@gmail.com²,
mohmuhammad406@gmail.com³, ahmadyani@uinssc.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan daya saing UMKM Songket Mawar Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Songket Mawar Palembang telah menerapkan inovasi pemasaran melalui pemanfaatan media digital, diversifikasi produk, serta branding berbasis budaya lokal. Kearifan lokal diintegrasikan dalam desain produk, motif tradisional, serta strategi storytelling dalam promosi digital. Implementasi tersebut tidak hanya memperkuat identitas budaya songket Palembang, tetapi juga menciptakan diferensiasi produk di pasar. Dampak dari inovasi pemasaran ini terlihat pada meningkatnya jangkauan pasar, terbentuknya loyalitas pelanggan, serta peningkatan daya saing UMKM. Namun demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia dan kemampuan digital marketing. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi inovasi pemasaran dan kearifan lokal berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM berbasis ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Inovasi Pemasaran, Kearifan Lokal, Daya Saing, UMKM, Songket Palembang

Abstract

This study aims to analyze marketing innovations based on local wisdom in enhancing the competitiveness of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) producing Songket Mawar Palembang. A descriptive qualitative approach with a case study method was employed. Data were gathered through in-depth interviews, observations, and documentation, and subsequently analyzed using the Miles, Huberman, and Saldana model, which encompasses data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that Songket Mawar Palembang MSME has implemented marketing innovations by leveraging digital media,

diversifying products, and establishing local culture-based branding. Local wisdom is integrated into product designs, traditional motifs, and storytelling strategies within digital promotions. This implementation not only reinforces the cultural identity of Palembang songket but also creates product differentiation in the market. The impact of these marketing innovations is evidenced by an expanded market reach, the formation of customer loyalty, and increased competitiveness for the MSME. Nevertheless, constraints remain, specifically regarding limited human resources and digital marketing capabilities. This research underscores that the integration of marketing innovation and local wisdom plays a crucial role in creating a sustainable competitive advantage for creative economy-based MSMEs.

Keywords : Marketing Innovation, Local Wisdom, Competitiveness, Msmes, Palembang Songket

LATAR BELAKANG

Perkembangan globalisasi dan digitalisasi ekonomi saat ini menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mampu beradaptasi melalui berbagai bentuk inovasi, khususnya pada aspek pemasaran. Inovasi pemasaran menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif dan perubahan perilaku konsumen yang cenderung mengutamakan nilai, pengalaman, serta identitas budaya suatu produk. Wang et al. (2020) menjelaskan bahwa inovasi pemasaran merupakan strategi perusahaan dalam menciptakan metode pemasaran baru yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi digital, serta dinamika pasar guna meningkatkan nilai pelanggan dan daya saing usaha. Dalam konteks ekonomi kreatif Indonesia, inovasi pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya lokal dan identitas daerah.

Salah satu sektor UMKM yang memiliki nilai budaya tinggi sekaligus potensi ekonomi besar adalah industri kerajinan songket Palembang. Songket merupakan kain tradisional khas Melayu yang ditenun menggunakan benang emas atau perak dengan motif yang sarat makna filosofis dan historis. Secara historis, Sejarah songket Palembang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan peradaban Melayu di Sumatera Selatan, khususnya pada masa Kerajaan Sriwijaya dan Kesultanan Palembang Darussalam (Ramadhanti et al., 2023). Songket dipercaya mulai berkembang sejak abad ke-7 seiring dengan aktivitas perdagangan internasional yang menghubungkan Palembang dengan Cina, India, dan Timur Tengah. Interaksi perdagangan tersebut membawa pengaruh budaya dan teknologi tekstil, termasuk penggunaan benang emas dan sutra yang kemudian menjadi ciri khas kain songket Palembang. Menurut Rukmana et al. (2020), songket awalnya digunakan oleh kalangan bangsawan dan keluarga kerajaan sebagai simbol status sosial, kemewahan, serta kehormatan dalam berbagai upacara adat dan kegiatan resmi kerajaan. Penggunaan benang emas pada kain songket juga melambangkan kejayaan dan kemakmuran masyarakat Melayu Palembang pada masa itu.

Dalam perkembangannya, songket Palembang tidak hanya berfungsi sebagai pakaian adat, tetapi juga menjadi representasi identitas budaya masyarakat Palembang. Berbagai motif songket mengandung makna filosofis yang berkaitan dengan kehidupan sosial, nilai religius, dan hubungan manusia dengan alam. Motif pucuk rebung melambangkan pertumbuhan dan harapan, motif bunga melati melambangkan kesucian, sedangkan motif naga besaung menggambarkan kekuatan dan kewibawaan. Menurut Zamhari et al. (2025) keberadaan songket tidak hanya merepresentasikan warisan budaya (*cultural heritage*), tetapi juga menjadi simbol kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun melalui motif, warna, dan teknik pembuatannya. Motif seperti pucuk rebung, bunga mawar, dan lepus mengandung nilai estetika serta filosofi kehidupan masyarakat Melayu Palembang.



Gambar 1. UMKM industri kerajinan songket Palembang

Perkembangan industri songket Palembang mengalami perubahan yang cukup signifikan dari masa ke masa. Pada awalnya proses produksi songket dilakukan secara tradisional di lingkungan keluarga dan diwariskan dari generasi ke generasi, terutama oleh perempuan Palembang. Namun, memasuki era modernisasi dan globalisasi, industri songket mulai berkembang menjadi sektor ekonomi kreatif yang melibatkan UMKM dan pasar yang lebih luas. Putri & Kurniawan (2024) menyebutkan bahwa perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat mendorong pelaku usaha songket untuk melakukan inovasi dalam desain, warna, motif, serta strategi pemasaran agar tetap mampu bersaing di pasar modern. Saat ini songket Palembang tidak hanya digunakan untuk kebutuhan adat, tetapi juga telah dikembangkan menjadi produk fashion modern seperti tas, sepatu, dompet, aksesoris, hingga dekorasi interior. Di tengah perkembangan industri fashion modern, UMKM songket menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan produk tekstil modern, rendahnya inovasi pemasaran, serta perubahan preferensi konsumen yang lebih tertarik pada produk praktis dan trendi. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian UMKM songket mengalami penurunan daya saing, terutama dalam menjangkau pasar digital dan generasi muda. Hulu et al. (2021) menyatakan bahwa UMKM berbasis kearifan lokal harus mampu melakukan inovasi agar produk tradisional tetap relevan dan memiliki nilai tambah di pasar modern.

Inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal menjadi pendekatan strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing UMKM songket. Kearifan lokal merupakan

seperangkat nilai, pengetahuan, tradisi, dan budaya yang hidup dalam masyarakat serta menjadi ciri khas suatu daerah. Dalam konteks pemasaran, nilai-nilai lokal dapat diintegrasikan melalui desain produk, branding, storytelling budaya, promosi digital, hingga pengalaman pelanggan. Rifqiansyah (2025) menjelaskan bahwa budaya dan kearifan lokal dapat menjadi sumber daya unik yang sulit ditiru pesaing sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Dengan demikian, identitas budaya songket Palembang dapat menjadi kekuatan utama dalam membangun positioning produk di pasar nasional maupun internasional.

UMKM Songket Mawar Palembang merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak dalam produksi dan pemasaran kain songket tradisional dengan mempertahankan ciri khas budaya Palembang. Songket Mawar Palembang tidak hanya memproduksi kain tenun tradisional, tetapi juga berupaya melakukan inovasi melalui pengembangan desain, penggunaan media sosial, promosi digital, serta diversifikasi produk berbahan songket (Indriani et al., 2024). Namun demikian, upaya inovasi tersebut masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya pemanfaatan teknologi pemasaran digital, dan persaingan dengan produk tekstil modern yang lebih murah. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal perlu dikaji lebih mendalam sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi pemasaran memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing UMKM. Rubio et al. (2024) menyatakan bahwa inovasi menjadi faktor strategis dalam meningkatkan performa pasar dan keunggulan kompetitif UMKM, terutama melalui kemampuan usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif dan berbasis kebutuhan konsumen. Penelitian Febrianti & Aprilia (2022) juga menemukan bahwa digitalisasi pemasaran mampu meningkatkan daya saing UMKM songket sekaligus mempertahankan nilai budaya lokal. Selain itu, Badri et al. (2025) menegaskan bahwa branding berbasis kearifan lokal dan pemasaran digital dapat memperkuat identitas produk songket sebagai warisan budaya sekaligus meningkatkan daya tarik konsumen. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus membahas inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal pada UMKM Songket Mawar Palembang masih relatif terbatas.

Selain sebagai produk budaya, songket Palembang juga memiliki potensi besar dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif daerah. Pemerintah Indonesia melalui pengembangan sektor ekonomi kreatif mendorong UMKM berbasis budaya untuk mampu bersaing di era digital dengan tetap mempertahankan nilai tradisional. Songket sebagai produk budaya memiliki nilai ekonomi tinggi karena proses produksinya dilakukan secara manual dan membutuhkan keterampilan khusus. Patricia & Handayani (2025) menyebutkan bahwa keberlanjutan industri songket sangat dipengaruhi oleh kemampuan UMKM dalam mengintegrasikan inovasi, keberlanjutan, dan pelestarian budaya dalam strategi bisnisnya. Oleh sebab itu, inovasi pemasaran yang memadukan unsur budaya lokal dengan teknologi modern menjadi kebutuhan penting bagi keberlangsungan UMKM songket.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal diterapkan pada UMKM Songket Mawar Palembang dalam meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian inovasi pemasaran dan kearifan lokal, serta kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pemasaran berbasis budaya lokal yang adaptif terhadap perkembangan pasar modern. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mendukung pelestarian warisan budaya songket Palembang sebagai identitas budaya daerah sekaligus meningkatkan nilai ekonomi UMKM di era ekonomi kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk inovasi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Songket Mawar Palembang, menganalisis implementasi kearifan lokal dalam strategi pemasaran UMKM Songket Mawar Palembang dan menganalisis dampak inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal terhadap peningkatan daya saing UMKM Songket Mawar Palembang.

Kebaruhan penelitian ini terletak pada integrasi antara inovasi pemasaran digital dengan kearifan lokal sebagai strategi diferensiasi produk pada UMKM Songket Mawar Palembang. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan antara digital marketing dan pelestarian budaya, penelitian ini menekankan bahwa kearifan lokal tidak hanya berfungsi sebagai identitas budaya, tetapi juga sebagai strategi pemasaran strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM berbasis ekonomi kreatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus pada UMKM Songket Mawar Palembang. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam mengenai inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal yang diterapkan oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha. Pendekatan kualitatif dengan studi kasus mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena sosial, budaya, dan strategi bisnis berbasis kearifan lokal dalam konteks UMKM (Septiana & Khoiriyah, 2024). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali makna, nilai budaya, serta strategi pemasaran yang diterapkan dalam pengembangan usaha songket.

Metode studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu objek tertentu, yaitu UMKM Songket Mawar Palembang, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data secara mendalam dan kontekstual terkait inovasi pemasaran berbasis budaya lokal (Poltak & Widjaja, 2024). Penelitian ini juga bersifat deskriptif karena bertujuan menggambarkan fenomena yang terjadi secara sistematis dan akurat mengenai strategi pemasaran serta upaya peningkatan daya saing UMKM songket.

Penelitian dilaksanakan pada UMKM Songket Mawar Palembang yang berlokasi di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa UMKM tersebut merupakan salah satu pelaku usaha songket yang masih mempertahankan unsur kearifan lokal dalam produk dan strategi pemasarannya. Selain itu, UMKM Songket Mawar Palembang juga telah melakukan berbagai bentuk inovasi pemasaran, baik secara konvensional maupun digital.

Fokus dalam penelitian ini diarahkan secara spesifik pada manifestasi inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal serta implikasinya terhadap upaya peningkatan daya saing pada UMKM Songket Mawar Palembang (Indriani et al., 2025). Secara operasional, fokus inovasi pemasaran diorientasikan pada empat dimensi utama, yaitu inovasi produk yang mencakup aspek desain, motif, dan diversifikasi variasi produk; inovasi harga; inovasi promosi

melalui optimalisasi *digital marketing*, pemanfaatan media sosial, dan produksi konten kreatif; serta inovasi pada jalur distribusi. Selanjutnya, fokus kearifan lokal dieksplorasi melalui kedalaman motif dan makna filosofis songket, integrasi nilai-nilai budaya serta tradisi lokal, hingga penggunaan unsur-unsur lokal dalam strategi *branding* dan promosi. Adapun pada dimensi daya saing UMKM, fokus analisis dititikberatkan pada keberhasilan diferensiasi produk, kualitas produk dan pelayanan, retensi loyalitas pelanggan, hingga perluasan pangsa pasar dan kontinuitas peningkatan penjualan.

Sumber Data

Untuk membedah fokus penelitian tersebut secara komprehensif, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder (Hafizah et al., 2025). Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan melalui teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan menggunakan pendekatan semi-terstruktur berpanduan instrumen wawancara yang telah dipersiapkan, namun tetap memberikan ruang fleksibilitas bagi informan untuk memberikan jawaban yang mendalam dan kontekstual (Zahroh et al., 2025). Sementara itu, observasi langsung dilakukan di lokasi penelitian guna mengamati secara dekat aktivitas produksi, dinamika proses pemasaran, pemanfaatan media digital, pola interaksi dengan konsumen, serta bagaimana nilai kearifan lokal diintegrasikan pada produk songket. Metode dokumentasi juga diterapkan untuk menghimpun data pendukung, seperti foto aktivitas di lapangan, katalog produk, konten promosi digital, laporan penjualan, serta dokumen-dokumen internal lain yang relevan. Di sisi lain, data sekunder digunakan sebagai basis teoretis dan kontekstual untuk memperkuat analisis. Data ini diperoleh melalui penelusuran literatur ilmiah, yang mencakup jurnal bereputasi, buku teks, artikel akademik, dokumentasi resmi pihak UMKM, serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik inovasi pemasaran, kearifan lokal, dan daya saing UMKM.

Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menerapkan model analisis interaktif komponen yang dikembangkan oleh Miles et al., (2014). Analisis ini dilakukan secara berkesinambungan dan simultan melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah reduksi data (*data reduction*), di mana peneliti melakukan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, penajaman, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari transkrip wawancara, catatan lapangan hasil observasi, serta hasil dokumentasi. Data diekstrak dan dikelompokkan secara ketat berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian mengenai inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal.

Tahap kedua adalah penyajian data (*data display*). Setelah direduksi, data diorganisasikan dan dirangkai ke dalam bentuk uraian naratif yang sistematis, tabel, matriks, atau bagan deskripsi tematik. Penyajian data yang terstruktur ini berfungsi untuk memperjelas pola-pola hubungan antar-data, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan interpretasi makna. Tahap terakhir dari analisis interaktif ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*), yaitu merumuskan kesimpulan berdasarkan pemahaman terhadap pola, tema, dan konfigurasi hubungan data yang telah tersaji. Kesimpulan awal tersebut kemudian diverifikasi secara berulang melalui peninjauan kembali catatan lapangan atau pengujian ulang secara reflektif demi memastikan keakuratan, validitas,

dan kredibilitas hasil temuan terkait strategi inovasi pemasaran dan pengaruhnya terhadap daya saing UMKM Songket Mawar Palembang.

Keabsahan Data

Guna menjamin derajat kepercayaan (*credibility*) dan keabsahan data yang dianalisis secara ilmiah, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi, yang meliputi triangulasi sumber dan triangulasi teknik (Susanto & Jailani, 2023). Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber informan yang berbeda, seperti menyilangkan pernyataan pemilik UMKM, pengrajin, dan konsumen. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan cara menguji kredibilitas data menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda pada sumber data yang sama. Dalam hal ini, peneliti menyilangkan dan membandingkan data hasil wawancara mendalam dengan hasil observasi langsung di lapangan serta bukti-bukti dokumentasi yang ada. Melalui penerapan kedua teknik triangulasi ini, bias subjektif dapat diminimalisasi sehingga data yang dihasilkan teruji secara valid, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan dalam ranah akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum UMKM Songket Mawar Palembang

UMKM Songket Mawar Palembang merupakan salah satu usaha kerajinan tradisional yang bergerak dalam produksi dan pemasaran kain songket khas Palembang di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Usaha ini berfokus pada pelestarian kain tenun songket dengan tetap mempertahankan nilai budaya Melayu Palembang melalui penggunaan motif tradisional, teknik tenun manual, serta filosofi budaya yang diwariskan secara turun-temurun (Asmara et al., 2026). Selain memproduksi kain songket tradisional, UMKM Songket Mawar Palembang juga melakukan pengembangan produk berupa tas, dompet, selendang, aksesoris, dan berbagai produk fashion berbahan dasar songket untuk menyesuaikan kebutuhan pasar modern.

Dalam perkembangannya, UMKM Songket Mawar Palembang tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga mulai melakukan inovasi pemasaran guna meningkatkan daya saing usaha. Perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital mendorong UMKM untuk memanfaatkan media sosial, marketplace, dan strategi promosi digital sebagai sarana pemasaran produk. Upaya tersebut dilakukan agar produk songket tidak hanya dikenal sebagai pakaian adat tradisional, tetapi juga sebagai produk fashion budaya yang memiliki nilai estetika dan ekonomi tinggi.



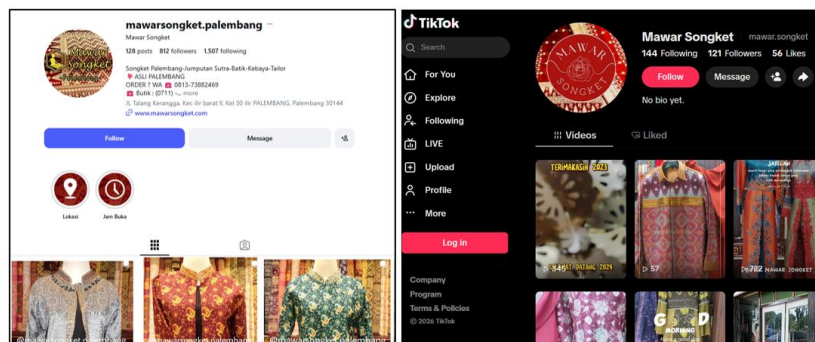
Gambar 2. Songket Mawar Palembang

Keberadaan UMKM Songket Mawar Palembang juga memiliki peran penting dalam mendukung pelestarian budaya lokal dan pengembangan ekonomi kreatif daerah. Songket Palembang sebagai warisan budaya Melayu memiliki nilai historis dan filosofis yang tercermin melalui berbagai motif khas seperti pucuk rebung, bunga melati, bunga mawar, dan lepus. Motif-motif tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga mengandung simbol kehidupan, kehormatan, dan identitas budaya masyarakat Palembang. Oleh karena itu, pengembangan UMKM songket tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya lokal sebagai identitas daerah.

2. Bentuk Inovasi Pemasaran pada UMKM Songket Mawar Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Songket Mawar Palembang telah menerapkan berbagai bentuk inovasi pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha. Inovasi pemasaran dilakukan melalui pengembangan promosi digital, inovasi produk, branding budaya, serta perluasan saluran distribusi produk. Strategi tersebut dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada penggunaan media digital.

Salah satu bentuk inovasi pemasaran yang dilakukan adalah pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business sebagai media promosi produk. Media sosial digunakan untuk menampilkan katalog produk, proses pembuatan songket, konten budaya, serta interaksi langsung dengan konsumen (Fahmi, 2025). Penggunaan konten visual berupa foto dan video proses tenun tradisional mampu meningkatkan ketertarikan konsumen karena memberikan nilai autentik dan edukasi budaya terhadap produk songket. Selain itu, pemasaran digital juga mempermudah UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.



Gambar 3. Pemanfaatan media sosial UMKM Songket Mawar Palembang

Selain promosi digital, inovasi juga dilakukan melalui pengembangan desain produk yang lebih modern tanpa menghilangkan unsur budaya lokal. UMKM Songket Mawar Palembang mulai mengembangkan produk fashion berbasis songket seperti outer, tas, sepatu, dompet, dan aksesoris yang menyesuaikan tren pasar saat ini. Inovasi produk tersebut bertujuan untuk menarik minat generasi muda agar lebih tertarik menggunakan produk songket dalam aktivitas sehari-hari. Diversifikasi produk juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan nilai tambah dan memperluas segmen pasar UMKM.



Gambar 4. Inovasi produk UMKM Songket Mawar Palembang

Inovasi pemasaran lainnya terlihat pada penggunaan strategi branding berbasis budaya lokal. UMKM Songket Mawar Palembang memanfaatkan identitas budaya Palembang sebagai daya tarik utama dalam promosi produk. Branding dilakukan dengan menampilkan filosofi motif songket, sejarah budaya Melayu Palembang, serta proses tenun tradisional dalam berbagai media promosi. Strategi ini memberikan nilai emosional dan pengalaman budaya kepada konsumen sehingga produk songket tidak hanya dipandang sebagai produk tekstil, tetapi juga sebagai simbol budaya dan warisan tradisional.

3. Implementasi Kearifan Lokal dalam Strategi Pemasaran

Kearifan lokal menjadi unsur utama dalam strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Songket Mawar Palembang. Nilai budaya lokal diintegrasikan dalam desain produk, promosi, dan komunikasi pemasaran sebagai bentuk diferensiasi produk di tengah persaingan industri fashion modern (BATIK, n.d.). Implementasi kearifan lokal terlihat melalui penggunaan motif tradisional songket yang memiliki makna filosofis dan identitas budaya masyarakat Palembang.

Motif songket seperti pucuk rebung, bunga melati, bunga mawar, dan lepus digunakan sebagai simbol budaya dalam produk dan media promosi. Motif pucuk rebung melambangkan pertumbuhan dan harapan, sedangkan motif bunga melati melambangkan kesucian dan kelembutan. Penggunaan motif tradisional tersebut tidak hanya mempertahankan nilai budaya lokal, tetapi juga menjadi ciri khas produk yang sulit ditiru pesaing. Dengan demikian, kearifan lokal menjadi keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan nilai jual produk songket.

Selain pada produk, implementasi kearifan lokal juga terlihat pada strategi promosi dan branding UMKM. Konten promosi yang dibuat melalui media sosial tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga menjelaskan sejarah songket, filosofi motif, dan proses tenun tradisional. Pendekatan storytelling budaya digunakan untuk membangun kedekatan emosional dengan konsumen sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian budaya lokal. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan minat konsumen karena produk songket dipandang memiliki nilai budaya dan eksklusivitas yang tinggi.

Pemanfaatan unsur budaya lokal dalam pemasaran juga memberikan identitas yang kuat bagi UMKM Songket Mawar Palembang. Identitas budaya tersebut menjadi pembeda utama dibandingkan produk tekstil modern lainnya. Dalam konteks persaingan pasar, integrasi

budaya lokal dalam strategi pemasaran mampu menciptakan positioning produk sebagai produk fashion budaya yang memiliki nilai tradisional sekaligus modern. Dengan demikian, kearifan lokal tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya, tetapi juga sebagai strategi bisnis dalam meningkatkan daya saing UMKM.

4. Dampak Inovasi Pemasaran terhadap Daya Saing UMKM

Penerapan inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM Songket Mawar Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM Songket Mawar Palembang. Dampak tersebut dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu perluasan pasar, diferensiasi produk, dan peningkatan loyalitas pelanggan (Nursolih, 2024).

Pertama, pemanfaatan media digital telah memperluas jangkauan pasar UMKM dari lokal menjadi nasional. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran berperan sebagai enabler dalam mempercepat akses pasar bagi UMKM berbasis budaya.

Kedua, diferensiasi produk yang dihasilkan melalui integrasi motif tradisional dan desain modern menciptakan nilai tambah yang membedakan produk songket dari produk tekstil massal. Diferensiasi ini memperkuat posisi UMKM dalam struktur persaingan industri fashion.

Ketiga, loyalitas pelanggan terbentuk melalui pendekatan emosional berbasis budaya. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga mengadopsi nilai budaya yang melekat pada songket Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa kearifan lokal memiliki peran penting dalam membangun customer attachment.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya keterbatasan dalam aspek sumber daya manusia dan kemampuan digital marketing. Kondisi ini menjadi tantangan dalam optimalisasi strategi inovasi pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas digital dan dukungan ekosistem kebijakan untuk meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal pada UMKM Songket Mawar Palembang, dapat disimpulkan bahwa UMKM telah menerapkan berbagai bentuk inovasi pemasaran yang mencakup inovasi produk, promosi digital, serta branding berbasis budaya lokal. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business menunjukkan adanya transformasi strategi pemasaran dari konvensional menuju digital yang lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen. Implementasi kearifan lokal dalam strategi pemasaran dilakukan melalui penggunaan motif tradisional songket yang memiliki nilai filosofis, serta penerapan storytelling budaya dalam promosi produk. Hal ini menjadikan songket tidak hanya sebagai produk fashion, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya Palembang yang memiliki nilai emosional bagi konsumen.

Selain itu, inovasi pemasaran berbasis kearifan lokal memberikan dampak positif terhadap daya saing UMKM, yang ditunjukkan melalui perluasan jangkauan pasar, peningkatan diferensiasi produk, serta terbentuknya loyalitas pelanggan. Meskipun demikian, optimalisasi strategi ini masih menghadapi kendala berupa keterbatasan kemampuan digital

dan sumber daya manusia, sehingga diperlukan penguatan kapasitas agar inovasi dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, A., Marsela, I., Rinaldo, R., Afriusnaldi, M., Ishak, K., Mehilda, S., & Bakusan, A. (2026). Pemberdayaan Santri Melalui Pelatihan Kerajinan Limbah Kain Perca Untuk Ekonomi Kreatif Pondok Pesantren Daril Ihsan Thailand. *KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–23.
- Badri, J., Abaharis, H., Susanto, R., & Fernos, J. (2025). Increasing The Competitiveness Of Pandai Sikek Songket Weaving Msmes Through Digital Marketing And Branding Training Based On Local Wisdom. *Jurnal Dedikasias: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 143–152.
- BATIK, T. T. K. B. U. K. M. (N.D.). *PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, INOVASI DAN NILAI TRADISIONAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UKM BATIK SUMENEP DIMEDIASI KAPABILITAS PEMASARAN DI TENGAH PERSAINGAN GLOBAL*.
- Fahmi, F. (2025). Inovasi Usaha Mikro Masyarakat Digital Melalui Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2).
- Febrianti, R. A. M., & Aprilia, T. (2022). THE INNOVATIVE ROLE OF DIGITALIZATION MOTIVATES SMES MAINTAIN PRODUCTS BASED ON LOCAL CULTURE:(Research On Songket Woven Fabric Smes In Sidemen Village, Klungkung District, Karangasem Regency, Bali Province). *Journal Sampurasun: Interdisciplinary Studies For Cultural Heritage*, 8(2), 119–133.
- Hafizah, N., Sari, M., Winanda, R., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 586–596.
- Hulu, M., Brian, R., Pratiyudha, D., Sihombing, D., & Kusumo, E. (2021). Tourism Industry Partnerships: Partnership Opportunities For Msmes And Large Business In Palembang City. *Palembang Tourism Forum 2021 (PTF 2021)*, 16–25.
- Indriani, R. A. R. F., Hatidah, H., & Purwanto, M. B. (2025). Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Nilai Budaya Lokal: Studi Rebranding Produk Wisata Di Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 5(2), 201–216.
- Indriani, R. A. R. F., Marsinah, M., Hanadya, D., Auliana, N. U., & Purwanto, M. B. (2024). Perjalanan Songket: Transformasi Menghidupkan UMKM Di Kota Palembang. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(2), 209–216.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. Sage.
- Nursolih, E. (2024). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Suatu Studi Pada CV. Kaliserayoe Di Gunungtanjung). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 5(3), 99–110.
- Patricia, A., Handayani, P., & Al-Rasyid, Q. (2025). SONGKET GOES GREEN: CHALLENGES AND INNOVATIONS IN SUSTAINABLE TEXTILE PRODUCTION IN PALEMBANG. *Proceeding Of International Students Conference Of Economics And Business Excellence*, 2(1), 388–395.

- Poltak, H., & Widjaja, R. R. (2024). Pendekatan Metode Studi Kasus Dalam Riset Kualitatif. *Local Engineering*, 2(1), 31–34.
- Putri, A. S. T., & Kurniawan, A. (2024). PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENGENALKAN KAIN SONGKET KHAS PALEMBANG KEPADA GEN-Z. *FAD*, 3(02).
- Ramadhanti, A. P., Idris, M., & Zamhari, A. (2023). Pencitraan Budaya Politik Dalam Motif Tenun Songket Palembang Abad Ke-18-19 Masehi. *Kalpataru: Jurnal Sejarah Dan Pembelajaran Sejarah*, 8(2), 184–193.
- Rifqiansyah. (2025). Entrepreneurship Based On Culture And Local Wisdom: Building Sustainable Business From Tradition. *Journal Of Indonesian Scholars For Social Research*, 5(1), 14–23.
- Rubio-Andrés, M., Linuesa-Langreo, J., Gutiérrez-Broncano, S., & Sastre-Castillo, M. Á. (2024). How To Improve Market Performance Through Competitive Strategy And Innovation In Entrepreneurial Smes. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 20(3), 1677–1706.
- Rukmana, R., Sri, N., Yarmaidi, Y., & Suwarni, N. (2020). *Kain Songket Dalam Upaya Pelestarian Budaya Daerah Palembang Di Muara Penimbung Ulu*. Lampung University.
- Septiana, N. N., & Khoiriyah, Z. (2024). Metode Penelitian Studi Kasus Dalam Pendekatan Kualitatif. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 10(04), 233–243.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Wang, Y., Hong, A., Li, X., & Gao, J. (2020). Marketing Innovations During A Global Crisis: A Study Of China Firms' Response To COVID-19. *Journal Of Business Research*, 116, 214–220.
- Zahroh, N. I., Nasution, L. A., Tazqia, A. D., Faiha, H. A. I., & Nurhayati, D. (2025). Strategi Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Teknik, Tantangan Dan Solusinya. *Tarbiyatul Ilmu: Jurnal Kajian Pendidikan*, 3(6), 107–118.
- Zamhari, A., Ramadhani, A., Midestri, I., Hairunnisa, M., Ramayani, N. W., & Damayanti, T. M. (2025). Kajian Nilai Filosofis Dalam Tradisi Kain Songket Palembang. *Edukreatif: Jurnal Kreativitas Dalam Pendidikan*, 6(1).