

Connection ID: Transformasi Digital dalam Produk Kerajinan untuk Mendukung Pemasaran Berbasis Teknologi

Keysha Maulina Halimi^{1*}, Tiara Ariyanto Putri², Muthia Nurul Sa'adah³, Wien Kuntari⁴

¹⁻⁴Sekolah Vokasi, Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, IPB University, Kota Bogor, Indonesia

⁴Sekolah Vokasi, Manajemen Agribisnis, IPB University, Kota Bogor, Indonesia

Email: ^{1*}maulinakeysha@apps.ipb.ac.id, ²3007tiara@apps.ipb.ac.id,

³muthianurul@apps.ipb.ac.id, ⁴wienkunt@apps.ipb.ac.id.

(* : coresponding author)

Abstrak—Transformasi digital telah menjadi katalisator dalam meningkatkan daya saing produk kerajinan di era modern. Artikel ini membahas inovasi Connection ID, sebuah produk kerajinan berupa gelang yang memadukan elemen fisik dan teknologi digital melalui integrasi *QR code* yang terhubung ke halaman web *personal*. Penelitian menggunakan metode studi literatur untuk menganalisis penerapan teknologi digital dalam produk kerajinan, dampaknya terhadap pengalaman konsumen, dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Connection ID mampu meningkatkan nilai tambah produk kerajinan melalui personalisasi, kemudahan akses, dan interaktivitas. Penggunaan Instagram sebagai *platform* pemasaran memberikan jangkauan pasar yang lebih luas, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, inovasi ini memberikan dampak positif terhadap perkembangan industri ekonomi kreatif dengan mendorong integrasi teknologi dalam produk tradisional. Artikel ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha kreatif untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan daya saing produk di pasar global.

Kata Kunci: Connection ID; Ekonomi Kreatif; Pemasaran Teknologi; Produk Kerajinan; Transformasi Digital

Abstract—Digital transformation has become a catalyst in increasing the competitiveness of craft products in the modern era. This article discusses the innovation of Connection ID, a craft product in the form of a bracelet that combines physical elements and digital technology through the integration of QR codes connected to a personal web page. The study uses a literature study method to analyze the application of digital technology in craft products, its impact on consumer experience, and technology-based marketing strategies. The results of the study show that Connection ID is able to increase the added value of craft products through personalization, ease of access, and interactivity. The use of Instagram as a marketing platform provides a wider market reach, increases consumer engagement, and strengthens customer loyalty. In addition, this innovation has a positive impact on the development of the creative economy industry by encouraging the integration of technology into traditional products. This article provides insight for creative entrepreneurs to utilize digital technology as a tool to increase product competitiveness in the global market.

Keywords: Craft Products; Creative Economy; Connection ID; Digital Transformation; Technology Marketing

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan yang besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya dalam dunia bisnis (Febrianti et al., 2023). Perpaduan antara kewirausahaan dengan pemasaran digital telah menjadi salah satu kekuatan dalam bisnis kontemporer (Sono et al., 2023). Pelaku usaha dapat menerapkan digitalisasi dalam produk dan kegiatan pemasarannya untuk memperkuat branding dan menekan biaya produksi (Sudirjo et al., 2023). Dalam industri kerajinan, digitalisasi tidak hanya mencakup pada proses produksi, tetapi juga pemasaran dan interaksi dengan konsumen (Laraskana & Suhendra, 2024). Inovasi produk dapat memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Widiastuti & Mardiyanto, 2024). Salah satu inovasi yang menggambarkan penerapan transformasi digital ini adalah Connection ID, produk gelang yang memadukan teknologi digital dengan elemen fisik.

Connection ID merupakan sebuah produk yang memadukan produk fisik berupa gelang dan digital berupa *QR code* yang akan mengarahkan pengguna ke dalam sebuah situs web *personal*. Produk seperti Connection ID memberikan pengalaman baru dalam industri kerajinan dengan menawarkan personalisasi kepada konsumen. Setiap konsumen dapat melakukan personalisasi pada produk sesuai dengan preferensi pribadi. Hal ini memungkinkan konsumen untuk mengekspresikan diri melalui desain dan isi yang dapat disesuaikan pada halaman web. Melalui personalisasi, produk seperti Connection ID dapat beradaptasi dengan profil dan kondisi terkini konsumen dan dapat

menciptakan nilai tambah yang relevan dengan tren teknologi yang berkembang (Sugiono, 2020). Penerapan personalisasi dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan, tidak hanya dari sisi estetika produk, tetapi juga dari segi fungsionalitas yang relevan dengan tren teknologi saat ini.

Dalam perkembangan digitalisasi pada industri kerajinan, banyak produk yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman konsumen (Fidiyanti et al., 2023). Namun, eksplorasi hubungan antara produk fisik dan digital secara langsung masih terbatas. Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penerapan teknologi digital dalam produk kerajinan, seperti pada Connection ID, dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengeksplorasi interaksi antara produk fisik dan digital serta dampaknya terhadap nilai tambah yang dirasakan oleh konsumen. Digitalisasi produk tidak hanya memberikan inovasi dalam bentuk fisik, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan produk dengan personalisasi melalui *platform* digital (Nazar & Tertia Salsabila, 2024). Hal ini menjadi penting karena konsumen saat ini semakin mencari produk yang dapat mencerminkan kepribadian mereka dan menyesuaikan dengan kebutuhan mereka yang terus berkembang. Secara keseluruhan penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana teknologi digital, seperti QR code dan personalisasi produk, dapat meningkatkan nilai produk kerajinan dan memberikan pengalaman yang lebih bermakna bagi konsumen. Dengan melihat kasus produk seperti Connection ID, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran berbasis teknologi dalam industri kerajinan, serta memberikan wawasan bagi pelaku usaha yang ingin memanfaatkan digitalisasi untuk memperkuat daya saing mereka di pasar global.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi literatur, yang merupakan salah satu pendekatan penelitian yang mengandalkan pengumpulan, penelaahan, dan analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik yang dibahas (Wiwik Maladerita et al., 2023). Studi literatur dilakukan untuk mengidentifikasi, mengkaji, dan merangkum informasi yang sudah ada terkait dengan penerapan transformasi digital dalam produk kerajinan (Egodawe et al., 2022) khususnya dalam konteks penggunaan teknologi pada produk seperti Connection ID yang mengintegrasikan elemen digital dalam produk fisik. Penelitian ini mengandalkan berbagai sumber literatur yang diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, buku elektronik (*e-book*), portal berita, dan sumber bacaan lain yang relevan dengan topik yang diangkat (Yam, 2024). Pendekatan ini dipilih karena sifatnya yang memungkinkan peneliti untuk menggali pengetahuan yang lebih mendalam dari penelitian sebelumnya serta teori-teori yang telah ada. Studi literatur ini juga bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas mengenai konsep-konsep dasar, perkembangan teknologi dalam ekonomi kreatif, serta transformasi digital dalam sektor kerajinan (Ambarwati et al., 2021).

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Untuk memahami lebih lanjut tentang penerapan transformasi digital dalam produk kerajinan, bagian ini akan membahas hasil yang diperoleh dari inovasi Connection ID. Fokus utama pembahasan meliputi bagaimana teknologi digital diintegrasikan dalam produk ini, dampaknya terhadap pemasaran, serta pengaruhnya terhadap pengalaman konsumen dan industri ekonomi kreatif secara keseluruhan.

3.1 Deskripsi Produk Connection ID



Gambar 1. Logo produk

Connection ID adalah usaha yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan gelang dengan fitur barcode yang unik. Ketika barcode tersebut dipindai, pelanggan akan diarahkan ke sebuah *website personal* yang berisi foto-foto kenangan dan lagu atau suara yang dipilih oleh pemilik gelang. Produk ini tidak hanya menawarkan aksesoris fashion, tetapi juga menggabungkan unsur emosional dan teknologi. Dengan konsep personalisasi ini, connection.id menargetkan individu yang ingin menyimpan dan membagikan kenangan berharga mereka dalam format yang mudah diakses, sekaligus sebagai hadiah yang berkesan untuk orang terdekat. Harga yang ditetapkan relatif murah yakni hanya 40.000 saja. Terdapat 2 pilihan desain gelang yang bisa dipilih sesuai keinginan pelanggan, yakni Connection Black dan Connection Clear.



Gambar 2. Produk *Connection Black*



Gambar 3. Produk *Connection Clear*

Usaha ini beroperasi secara online melalui media sosial, *marketplace*, dan *website* resmi. Pelanggan dapat memesan gelang sesuai keinginan mereka, memilih konten digital yang akan dimasukkan, serta melakukan pembayaran dan pengiriman secara mudah. Connection.id juga bekerja sama dengan penyedia layanan *hosting* dan pengembangan *website* untuk menjaga kualitas dan aksesibilitas halaman web setiap pengguna.

3.2 Penerapan Transformasi Digital dalam Produk Kerajinan

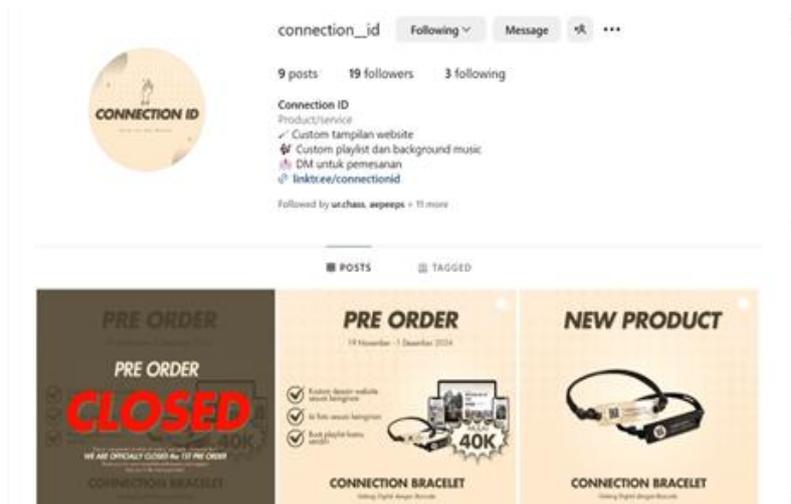


Gambar 4. Desain *Portfolio*

Penggunaan teknologi digital dalam desain dan fungsi produk merupakan transformasi digital dalam Connection ID. Kode QR adalah salah satu implementasi yang digunakan, yang berfungsi untuk menghubungkan *platform* digital dengan produk fisik. Setiap gelang memiliki kode QR unik yang dapat dipindai menggunakan perangkat mobile. Ini mengarahkan pengguna ke halaman web pribadi. Halaman web pribadi ini memberi pengguna kesempatan untuk menyimpan dan membagikan kenangan berharga mereka, seperti foto, lagu, atau suara, dengan fitur *barcode* yang membawa mereka ke situs web pribadi.. Kemampuan kustomisasi ini memungkinkan konsumen memiliki pengalaman yang lebih *personal* dan interaktif selain menambah nilai pada produk, ini meningkatkan keterlibatan mereka dengan merek dan merek Connection ID.

3.3 Manfaat Pemasaran Berbasis Teknologi untuk Produk Kerajinan

Connection ID memanfaatkan Instagram sebagai *platform* utama untuk memasarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen. Basis pengguna yang luas dan fitur *visual* yang interaktif menjadikan Instagram ideal untuk produk kreatif seperti ini. Dengan menggunakan tagar relevan, *geotagging*, dan konten menarik, Connection ID dapat menjangkau target pasar seperti pasangan, teman, dan keluarga yang mencari hadiah unik.

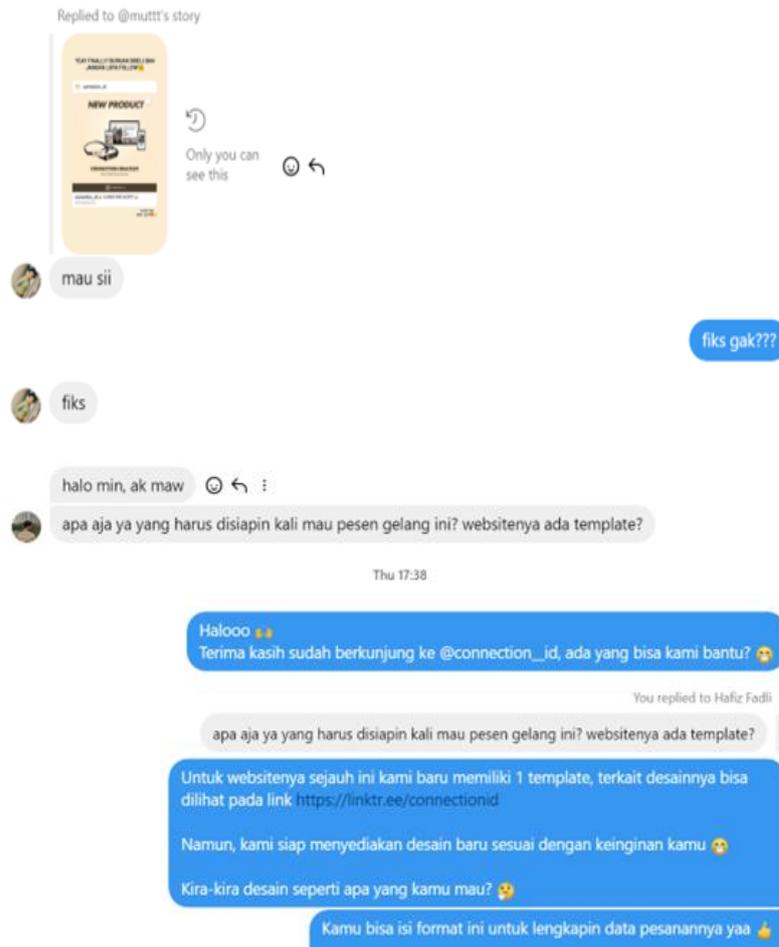


Gambar 5. Instagram Connection



Gambar 6. Postingan Instagram Connection

Fitur interaktif seperti *Instagram Stories* dan pesan langsung (DM) memungkinkan komunikasi langsung dengan konsumen, memperkuat hubungan, dan memahami kebutuhan mereka.



Gambar 7. Direct Massage

Konten visual berupa foto estetik dan video pendek menunjukkan keunikan produk sekaligus meningkatkan daya tariknya. Selain itu, fitur Instagram Insights mempermudah analisis performa pemasaran untuk menyesuaikan strategi. Dengan berbagai keunggulannya, Instagram membantu Connection ID memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas konsumen, dan mendukung pemasaran yang lebih efisien.

3.4 Keuntungan Bagi Konsumen

Connection ID memberikan banyak keuntungan bagi pelanggan, terutama dalam memberikan pengalaman pribadi yang unik. Konsumen dapat menyimpan dan membagikan kenangan berharga mereka, seperti foto, lagu, atau suara, dengan fitur *barcode* yang membawa mereka ke situs web pribadi. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk menunjukkan emosi dan identitas mereka secara kreatif dan unik, menjadikan produk ini tidak hanya sebagai aksesoris fashion tetapi juga sarana untuk mempererat hubungan emosional dengan orang-orang yang mereka sayangi.

Selain itu, Connection ID memberikan fleksibilitas melalui dua pilihan desain gelang, *Connection Black* dan *Connection Clear*, yang dapat disesuaikan dengan preferensi gaya pelanggan. Ini memungkinkan konsumen untuk menyimpan dan berbagi kenangan digital yang mudah diakses kapan saja. Meningkatkan nilai fungsional produk ini adalah kemudahan dalam proses pemesanan, personalisasi konten, pembayaran, dan pengiriman. Konsumen juga dijamin mendapatkan aksesibilitas optimal ke halaman web pribadi mereka dengan dukungan dari layanan hosting dan pengembangan *website* berkualitas tinggi. Connection ID adalah pilihan yang bagus untuk pelanggan modern yang menginginkan barang multifungsi dengan sentuhan personal karena kombinasi kemajuan teknologi dan aspek emosional.

3.5 Dampak Terhadap Industri Ekonomi Kreatif

Connection ID memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan industri ekonomi kreatif, terutama dalam mendorong inovasi produk dan transformasi digital. Connection ID membangun model bisnis baru yang menggabungkan teknologi *modern* dengan elemen tradisional dengan membuat gelang yang dibuat dengan teknologi *barcode*. Metode ini tidak hanya membuat produk kerajinan lebih menarik, tetapi juga memperluas jangkauan pasar, menjadikan kerajinan lokal lebih relevan di era modern.

Kreativitas dalam desain produk kerajinan didorong oleh inovasi ini, memberikan nilai tambah yang berbeda, dan memberikan peluang bagi bisnis untuk membuat produk serupa dengan fokus pada interaktivitas dan personalisasi. Connection ID juga meluncurkan strategi pemasaran berbasis teknologi yang memanfaatkan pasar, *website* resmi, dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan.

Selain itu, pengrajin dan pelaku usaha ekonomi kreatif menggunakan teknologi digital dengan lebih cepat berkat Connection ID. Usaha ini memastikan setiap produk memiliki akses internet yang optimal dengan bekerja sama dengan penyedia layanan hosting dan pengembangan *website*, menciptakan ekosistem bisnis kreatif yang lebih fleksibel dan terhubung. Selain mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif lokal, inisiatif ini memperkuat posisi industri kerajinan sebagai komponen penting dari ekonomi kreatif Indonesia dan meningkatkan daya saing global.

4. KESIMPULAN

Inovasi Connection ID sebagai produk kerajinan berbasis teknologi digital membuktikan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan daya tarik dan nilai tambah suatu produk. Integrasi *QR code* dalam gelang memungkinkan konsumen untuk menikmati personalisasi dan kemudahan akses ke konten digital, yang secara langsung meningkatkan pengalaman pengguna. Penggunaan Instagram sebagai *platform* pemasaran mendukung strategi pemasaran berbasis teknologi, memberikan jangkauan yang lebih luas, serta memperkuat interaksi dengan konsumen. Connection ID juga menunjukkan dampak yang signifikan terhadap industri ekonomi kreatif dengan memperkenalkan model bisnis baru yang menggabungkan kerajinan tradisional dengan teknologi modern. Hal ini membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan produk serupa dengan fokus pada personalisasi dan interaktivitas. Penelitian ini menegaskan pentingnya digitalisasi dalam industri kerajinan dan menyarankan agar pelaku usaha terus memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing dan relevansi di pasar global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses penelitian ini. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada para pembimbing dan rekan sejawat yang telah memberikan banyak masukan, kritik, serta saran yang sangat berharga selama proses penyusunan jurnal ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

REFERENCES

- Ambarwati, D., Wibowo, U. B., Arsyadanti, H., & Susanti, S. (2021). Studi Literatur: Peran Inovasi Pendidikan pada Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 8(2), 173–184. <https://doi.org/10.21831/jitp.v8i2.43560>
- Egodawe, M., Sedera, D., & Bui, V. (2022). *A Systematic Review of Digital Transformation Literature (2013 – 2021) and the development of an overarching a- priori model to guide future research*.
- Febrianti, A., Ramadhani, N., Hanapi, M., Raihan, M., & Alfian, Z. (2023). Jurnal Kajian Komputasi Inovatif Vol.14 No.4, Okt 2023. *Jurnal Kajian Komputasi Inovatif*, 14(4), 25–30.

- Fidiyanti, F., Subagja, A. R., Wachyu, R. P., & Madiistriyatno, H. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Teknologi Artificial Intelligence. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(7), 1994–2001. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i7.425>
- Laraskana, T. N., & Suhendra, S. (2024). Optimalisasi Digitalisasi Pemasaran Produk Layang-Layang di Kelurahan 3/4 Ulu, Palembang. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.59025/240b8c71>
- Nazar, M. & Tertia Salsabila. (2024). Pemanfaatan Potensi E-Commerce pada Peningkatan Keragaman Bisnis Lokal di Sulawesi Selatan; Perspektif Transformasi Digital. *GIAT: Teknologi untuk Masyarakat*, 3(1), 25–37. <https://doi.org/10.24002/giat.v3i1.9152>
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), Article 04. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)*, 22(2), 175–191.
- Widiastuti, E., & Mardiyanto, D. (2024). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN STRATEGI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAB MILK DI SUKOHARJO. 8(1).
- Wiwik Maladerita, Syafri Anwar, & Erianjoni. (2023). Literature Study: Application Of Character Education In The Formation Of Social Attitudes Nationality Of Students Through Social Studies Learning. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHES)*, 2(4). <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i4.334>
- Yam, J. H. (2024). *Kajian Penelitian: Tinjauan Literatur Sebagai Metode Penelitian*. 4(1), 11.