



Revitalisasi UMKM Mutiara Lombok melalui Digitalisasi dan Teknologi 4.0 untuk Ekonomi Kreatif Berkelanjutan

Ari Saputra¹, Ahmad Busyairi^{2*}, Sulkiah³

^{1,2,3}Universitas Gunung Rinjani, Indonesia

E-mail: arisaputra1985@gmail.com, alfatihnamaku@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-08-05 Revised: 2025-09-12 Published: 2025-10-15 Keywords: MSMEs; Lombok Pearls; Digitalization; Digital Marketing; Industry 4.0.	This community service program aims to revitalize micro, small, and medium enterprises (MSMEs), specifically Rumah Mutiara Lombok (RML), through the integration of digitalization and Industry 4.0 technologies to enhance competitiveness in the creative economy era. The primary partner (Target Partner 1) is RML, located in Ampenan, Mataram, which focuses on pearl production and processing. The main challenges faced by the partner include manual financial management, limited product design innovation, and underdeveloped digital marketing strategies. To extend the program's impact, pearl resellers are involved as Target Partner 2, supported by local government stakeholders such as the village head and related agencies as Government Partners. The methods applied include field observation, focus group discussions (FGDs), training sessions, and direct assistance in three key areas: digitalized production, application-based financial management, and strengthening of branding and digital marketing. Students actively contributed to the program by conducting data collection, developing promotional content, and assisting in the use of financial applications systems. The expected outcomes include the establishment of a more transparent management system, improved digital skills among artisans, stronger online marketing networks, and the development of a pearl MSME ecosystem that is adaptive to technological advancements. This program is expected to serve as a model for strengthening local wisdom-based MSMEs toward Indonesia's Creative Economy Vision 2045.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-08-05 Direvisi: 2025-09-12 Dipublikasi: 2025-10-15 Kata kunci: UMKM; Mutiara Lombok; Digitalisasi; Pemasaran Digital; Teknologi 4.0.	Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk merevitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Rumah Mutiara Lombok (RML) melalui integrasi digitalisasi dan teknologi 4.0 guna meningkatkan daya saing di era industri kreatif. Mitra utama (Mitra Sasaran 1) adalah RML yang berlokasi di Ampenan, Mataram, dengan fokus pada produksi dan pengolahan mutiara. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi manajemen keuangan yang masih manual, keterbatasan inovasi desain, serta pemasaran digital yang belum optimal. Untuk memperluas dampak, program juga melibatkan reseller mutiara sebagai Mitra Sasaran 2, serta dukungan pemerintah daerah melalui lurah dan dinas terkait sebagai Mitra Pemerintah. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, focus group discussion (FGD), pelatihan, dan pendampingan langsung dalam tiga aspek utama: digitalisasi produksi, manajemen keuangan berbasis aplikasi, serta penguatan branding dan pemasaran digital. Mahasiswa turut berperan aktif dalam kegiatan ini, mulai dari pendataan, pembuatan konten promosi, hingga pendampingan penggunaan aplikasi keuangan. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya sistem manajemen yang lebih transparan, peningkatan keterampilan digital pengrajin, penguatan jaringan pemasaran berbasis online, serta tumbuhnya ekosistem UMKM mutiara yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Program ini diharapkan mampu menjadi model penguatan UMKM berbasis kearifan lokal menuju ekonomi kreatif Indonesia Emas 2045.

I. PENDAHULUAN

Rumah Mutiara Lombok (RML) memulai karir sejak 2010 merupakan salah satu UMKM di kota Mataram yang bergerak disektor perakitan dan penjualan mutiara, memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk mutiara berkualitas tinggi dan daya saing global. Aneka produk yang dihasilkan oleh RML mencakup aksesoris wanita

seperti gelang, cincin, kalung, dan anting yang memiliki nilai ekonomi dan estetika yang tinggi. Analisis situasi dan permasalahan RML berdasarkan analisis SWOT, yaitu;

1. Stength

Potensi strategis yang dimiliki oleh RML yaitu akses bahan baku yang strategis, potensi marketing yang luas dari wisatawan dan pasar

internasional, kualitas mutiara premium yang dapat bersaing di kancah global, dan memiliki ciri khas tersendiri.

2. Weakness

Permasalahan yang dialami oleh RML yaitu; (a) literasi teknologi yang masih rendah, minimnya pemanfaatan e-commerce dan media sosial dalam pemasaran, dan belum ada upaya RML untuk meningkatkan daya tarik produk dengan integrasi teknologi Augmented Reality (AR) dalam pemasaran online. Strategi pemasaran yang masih belum optimal dalam penggunaan marketplace, iklan digital, dan kolaborasi dengan influencer. Hal ini dapat dimaklumi karena hanya 40% pelaku UMKM yang mampu mengoperasikan platform e-commerce secara mandiri dan terintegrasi (1). Hambatan utama para pelaku UMKM terletak pada hambatan infrastruktur IT dan kurangnya alokasi anggaran untuk teknologi (2). Padahal dengan penerapan e-commerce dapat meningkatkan pemasaran produk UMKM (3). (b) Fragmentasi rantai pasok yang masih manual, kurangnya pemahaman manajemen bisnis modern, dan keterbatasan akses ke pasar global. Dengan manajemen inventaris stok yang masih 70% konvensional menyebabkan ketidakefisienan operasional (4). Sehingga dirasa penting bagi para UMKM mutiara di Lombok untuk meningkatkan daya saing dengan inovasi produk dan perluasan jangkauan pasar (5). (c) Keterbatasan akses ke pasar global karena branding yang masih lemah, kurangnya jaringan distribusi pasar internasional, dan ketergantungan pada pasar domestik.

3. Opportunity

Potensi pariwisata Lombok yang besar. NTB sebagai salah satu provinsi dengan potensi pariwisata kelas dunia yang menjadi pusat destinasi liburan yang representatif (6). Selain itu potensi produk bernilai tinggi. Mutiara Lombok diolah menjadi perhiasan bernilai Rp500.000–Rp5 juta per item (7). Kemudian sumber daya alam unggulan. Lombok memiliki 1.700 ha wilayah budidaya tiram mutiara (*Pinctada maxima*) dengan kualitas terbaik di Asia Tenggara (8).

4. Threat

Munculnya pesaing baru yang lebih pandai dalam memanfaatkan IT dan menyediakan varian aksesoris yang beragam.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah:

- a) Meningkatkan daya saing Rumah Mutiara Lombok (RML) melalui transformasi digital dan pemanfaatan teknologi industri 4.0 di sektor produksi, manajemen, dan pemasaran.
- b) Memperkuat kapasitas SDM UMKM dalam literasi digital, desain produk, ecommerce, dan digital branding.
- c) Mengintegrasikan teknologi pendukung (AR, CAD, digital marketing) dalam rantai bisnis dari hulu ke hilir.
- d) Mendorong keberlanjutan ekonomi lokal dengan membangun model usaha yang berbasis data, kreatif, dan inklusif.
- e) Membuka akses pasar global melalui strategi pemasaran berbasis teknologi dan storytelling lokal bernilai budaya tinggi.

II. METODE PENELITIAN

Metode tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian;

1. Sosialisasi

- a) Deskripsi: Tahap awal di mana informasi mengenai program pengabdian disampaikan kepada masyarakat sasaran.
- b) Langkah-langkah:
 - 1) Mengidentifikasi pemangku kepentingan dan kelompok sasaran.
 - 2) Melakukan pertemuan untuk menjelaskan tujuan dan manfaat program.
 - 3) Menggunakan media komunikasi seperti poster, brosur, dan presentasi untuk meningkatkan pemahaman.
- c) Tujuan: Membangun kesadaran dan dukungan dari masyarakat terhadap program yang akan dilaksanakan.

2. Pelatihan

- a) Deskripsi: Memberikan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan kepada masyarakat untuk menerapkan teknologi dan inovasi.
- b) Langkah-langkah:
 - 1) Menyusun materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
 - 2) Mengadakan sesi pelatihan praktis yang melibatkan peserta secara aktif.
 - 3) Menggunakan metode pembelajaran yang interaktif seperti diskusi kelompok dan simulasi.
- c) Tujuan: Meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menggunakan teknologi

baru dan menerapkan praktik terbaik dalam usaha mereka.

3. Penerapan Teknologi

- a) Deskripsi: Implementasi teknologi yang telah dipelajari dalam kegiatan sehari-hari masyarakat.
- b) Langkah-langkah:
 - 1) Memfasilitasi akses terhadap alat atau perangkat teknologi yang diperlukan (misalnya, perangkat lunak ERP, platform e-commerce).
 - 2) Memberikan bimbingan teknis selama proses penerapan untuk memastikan penggunaan yang efektif.
 - 3) Mendorong masyarakat untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang dihadapi selama penerapan.
- c) Tujuan: Memastikan bahwa teknologi diterapkan dengan benar dan memberikan manfaat nyata bagi usaha masyarakat.

4. Pendampingan dan Evaluasi

- a) Deskripsi: Memberikan dukungan berkelanjutan kepada masyarakat setelah penerapan teknologi, serta melakukan evaluasi terhadap hasil program.
- b) Langkah-langkah:
 - 1) Menetapkan tim pendampingan yang akan secara rutin mengunjungi masyarakat untuk memberikan bantuan teknis dan motivasi.
 - 2) Melakukan evaluasi berkala untuk menilai kemajuan dan dampak program dengan menggunakan indikator kinerja yang telah ditetapkan.
 - 3) Mengumpulkan umpan balik dari peserta untuk perbaikan program di masa depan.
- c) Tujuan: Memastikan keberhasilan implementasi program dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

5. Keberlanjutan Program

- a) Deskripsi: Merencanakan langkah-langkah untuk memastikan bahwa manfaat dari program dapat bertahan dalam jangka panjang.
- b) Langkah-langkah:
 - 1) Mengembangkan rencana keberlanjutan yang mencakup pelatihan lanjutan, dukungan finansial, atau kemitraan dengan lembaga lain.
 - 2) Mendorong pembentukan kelompok atau asosiasi lokal untuk menjaga

kolaborasi antar anggota masyarakat dalam menggunakan teknologi baru.

- 3) Menyusun laporan akhir yang merangkum hasil, tantangan, dan rekomendasi untuk keberlanjutan program di masa mendatang.

- c) Tujuan: Memastikan bahwa hasil dari pengabdian kepada masyarakat dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut oleh masyarakat itu sendiri. Metode Pendekatan menggunakan pendekatan partisipatif dan pendekatan Berbasis Teknologi. Untuk penerapan teknologi dan inovasi menggunakan sistem ERP, platform Ecommerce, IoT untuk monitoring kualitas, dan alat pemasaran berbasis AI. Setiap solusi dirancang untuk dapat diimplementasikan dalam skala yang sesuai dengan kapasitas RML.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian bersama Rumah Mutiara Lombok (RML) menunjukkan capaian yang signifikan pada aspek digitalisasi, pemasaran, serta strategi adaptasi menghadapi tantangan eksternal. Pada tahap awal, mitra yang semula masih mengandalkan pencatatan manual di buku kas kini telah beralih menggunakan aplikasi Point of Sale (POS) dan aplikasi kas digital sehingga transaksi dapat tercatat secara real-time dan lebih transparan. Perubahan ini berdampak pada meningkatnya akurasi laporan keuangan dan kemudahan dalam memantau arus kas usaha. Capaian penting lainnya adalah keberhasilan meluncurkan **aplikasi resmi RML di Playstore**. Kehadiran aplikasi ini menjadi inovasi strategis karena memungkinkan konsumen untuk langsung mengakses katalog produk mutiara Lombok, melakukan pemesanan, hingga berinteraksi dengan mitra tanpa perantara. Dengan demikian, RML tidak hanya bergantung pada marketplace eksternal, tetapi memiliki kanal distribusi digital yang lebih mandiri. Dalam aspek pemasaran, mitra aktif mengunggah produk ke marketplace, memperbanyak konten promosi media sosial, serta mengadopsi strategi **endorsement publik figur**. Strategi ini muncul sebagai inovasi untuk menghadapi faktor eksternal, yakni kondisi **ekonomi global yang lesu** yang menurunkan daya beli masyarakat. Meskipun pasar melemah, endorsement terbukti mampu menjaga eksposur produk mutiara, meningkatkan engagement di media sosial, dan mempertahankan minat beli konsumen.

Melalui kerangka **SWOT**, posisi RML dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a) **Strengths (Kekuatan):** Produk mutiara asli berbasis kearifan lokal; aplikasi RML di Playstore; peningkatan literasi digital; dukungan mahasiswa dalam branding dan pemasaran.
- b) **Weaknesses (Kelemahan):** Keterbatasan literasi digital sebagian pengrajin; keterampilan penggunaan aplikasi masih perlu pendampingan; modal promosi relatif terbatas.
- c) **Opportunities (Peluang):** Pasar online yang luas melalui marketplace, aplikasi, dan media sosial; dukungan pemerintah daerah; strategi **endorsement publik figur** yang efektif untuk menjaga visibilitas produk.
- d) **Threats (Ancaman):** **Ekonomi global yang lesu menyebabkan daya beli masyarakat menurun**; fluktuasi harga mutiara di pasar internasional; persaingan dengan produk imitasi dan perhiasan impor.
- e) Dari analisis ini terlihat bahwa meskipun RML menghadapi tantangan eksternal berupa penurunan daya beli, mitra mampu merespons secara adaptif dengan memanfaatkan peluang inovasi digital. Kombinasi kekuatan internal (produk khas, aplikasi digital) dengan strategi pemasaran kreatif (endorsement) menjadikan RML tetap kompetitif di tengah ketidakpastian global. Dengan dukungan pendampingan berkelanjutan, UMKM ini berpotensi menjadi model penguatan UMKM berbasis kearifan lokal yang resilien, modern, dan berkelanjutan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama Rumah Mutiara Lombok (RML) menunjukkan bahwa transformasi digital mampu menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM berbasis kearifan lokal. Melalui pendampingan yang dilakukan, mitra berhasil beralih dari sistem pencatatan manual ke sistem digital dengan aplikasi POS dan kas online, serta meluncurkan **aplikasi resmi RML di Playstore** yang menjadi kanal distribusi mandiri bagi produk mutiara Lombok.

Dalam bidang pemasaran, kehadiran produk di marketplace dan media sosial yang diperkuat dengan **endorsement publik figur** terbukti mampu menjaga eksposur dan minat

konsumen, meskipun daya beli masyarakat menurun akibat kondisi ekonomi global yang lesu. Inovasi ini memperlihatkan bahwa UMKM mampu beradaptasi dengan tantangan eksternal melalui strategi branding yang kreatif dan tepat sasaran.

Hasil program juga menunjukkan adanya peningkatan keterampilan digital pengrajin, perluasan jaringan reseller, serta penguatan ekosistem UMKM yang lebih modern dan kolaboratif. Dengan demikian, pengabdian ini dapat disimpulkan berhasil mendorong RML menuju digitalisasi usaha, peningkatan kapasitas manajerial, dan penguatan branding, sehingga dapat menjadi model pengembangan UMKM yang adaptif, berkelanjutan, dan siap berkontribusi pada pencapaian visi ekonomi kreatif Indonesia Emas 2045.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Revitalisasi UMKM Mutiara Lombok melalui Digitalisasi dan Teknologi 4.0 untuk Ekonomi Kreatif Berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Busyairi A, Ayu Arnita R. Pelatihan Manajemen Usaha Bagi Pengurus Bumdes Sinar Sejahtera Sepit Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur. *J ABDIMAS RINJANI*. 2021;1(1):12-25.
- Husain H, Hadi S, Nasri MH, Sujaka TT, Widyawati L, Triwijoyo BK, et al. Penerapan E-Commerce dalam memasarkan produk UMKM Fitri Mutiara Lombok. *TRIDARMA Pengabdian Kpd Masy*. 2022;5(2):389-96.
- Murah, Iswandi T, Saputra A, Apriyani HT. Pelatihan Merencanakan Usaha Dan Mengelola Keuangan Usaha Bagi Kelompok Ibu-Ibu Pasca Gempa. *Abdimas Rinjani* [Internet]. 2021;II. Available from: <https://jurnal.ugr.ac.id/index.php/abr/article/view/367>
- Nazaruddin I, Utami ER, Rahmawati E. Digitalization Challenges for SMEs: A Systematic Literature Review Perspective

- and Future Research. *JBTI J Bisnis Teor dan Implementasi*. 2024;15(1):15–43.
- Philbin S, Viswanathan R, Telukdarie A. Understanding how digital transformation can enable SMEs to achieve sustainable development: A systematic literature review. *Small Bus Int Rev*. 2022;6(1):e473.
- Pratama DB. *ANTARANews.com*. 2021 [cited 2021 Mar 3]. UMKM perkenalkan Rumah Lumbung Sasak melalui produk perhiasan. Available from: <https://www.antaranews.com/berita/2025312/umkmperkenalkan-rumah-lumbung-sasakmelalui-produk-perhiasan>
- Saputra A, Iswandi T, Sutarman. Edukasi hidup sehat dan produktif kepada masyarakat kpm pkh di desa sukamulia timur pada era new normal covid 19. *Bintang J Pendidik dan Sains*. 2021;3(1):23–33.
- Saputra A. DESIGNING LIFE SKILL – BASED ENGLISH READING MATERIALS FOR SECOND GRADE STUDENTS OF SMA NEGERI 1 PRINGGASELA. *Humanitas (Monterey N L)* [Internet]. 2020;6(2):297–322. Available from: <https://journal.universitasbumigora.ac.id/index.php/humanitatis/article/view/793/521>
- Suryani N, Prihandoyo WB, Sudarwo R, ... Bros and Viral Marketing Training for Households. *JCES (Journal ...)* [Internet]. 2021;4(1):270–9. Available from: <http://journal.ummat.ac.id/index.php/JCES/article/view/3770>
- Tentang K, Pengembangan D, Tengah KL. Kajian Tentang Potensi dan Dampak Pengembangan Pariwisata di Mandalika, Kabupaten Lombok Tengah. 2024;2(2):197–208.
- Ufairah. Strategi Upgrading Mutiara Lombok Paradise Pt Nusantara Multi Jaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Internasional [Internet]. 2022. Available from: <https://repository.unsri.ac.id/72356/>
- Yuwana SIP. Coronanomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *J Technopreneursh Econ Bus Rev*. 2020;2(1):47–59.