



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2024) pp: 3500-3504

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Rencana Strategi Sumber Daya Manusia Pada Industri Kerajinan Mutiara Untuk Menghadapi Transformasi Digital

Yasyifa Dian Urfina¹, Rizka Kurnia Andaru², Nazilatus Syiam³, Ramayanto⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram

Email: yasyifadian@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penggerak utama pembangunan ekonomi daerah di Indonesia. Di Nusa Tenggara Barat (NTB), industri kerajinan mutiara, khususnya di Kota Mataram, merupakan komponen penting dari ekonomi kreatif. Namun, munculnya transformasi digital menghadirkan tantangan yang signifikan bagi UMKM tradisional, khususnya terkait kesiapan sumber daya manusia (SDM). Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rencana pengembangan SDM yang strategis bagi Winta Mutiara, sebuah UMKM kerajinan mutiara, untuk beradaptasi dengan transformasi digital. Pendekatan studi kasus kualitatif digunakan, dengan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Analisis SWOT digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Winta Mutiara memiliki SDM yang berpengalaman, terdapat kesenjangan substansial dalam kompetensi pemasaran digital dan struktur organisasi. Rekomendasi strategis yang diperoleh meliputi pelatihan transformasi digital, kolaborasi, dan pendampingan pasca pelatihan. Strategi ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara kerajinan tradisional dan tuntutan digital, memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendekatan terstruktur terhadap pengembangan SDM sangat penting dalam meningkatkan kesiapan dan daya saing digital. Studi ini memberikan referensi praktis bagi UMKM sejenis dalam mengadopsi strategi digital agar tetap tangguh dalam lingkungan pasar yang berkembang pesat.

Keywords: UMKM, Strategi Sumber Daya Manusia, Transformasi Digital, Analisis SWOT, Pemasaran Digital

1. Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu indikator keberhasilan perekonomian suatu daerah. UMKM sangat penting bagi kerangka ekonomi Indonesia, yang berperan sebagai kontributor signifikan terhadap lapangan kerja, produk domestik bruto, dan ketahanan ekonomi secara keseluruhan (Pratiwi, 2019). Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 4 menyebutkan bahwa UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang mandiri dan berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Data Kementerian Koperasi dan UMKM pada Maret 2021 menunjukkan jumlah UMKM sebanyak 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau sebesar Rp8.573,89 triliun. UMKM menyerap tenaga kerja yang cukup besar, yakni sebesar 97% dari total tenaga kerja (Kemenko Perekonomian RI, 2022).

UMKM tersebar di seluruh Indonesia termasuk di Nusa Tenggara Barat (NTB). Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan perekonomian NTB dalam bentuk Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) pada triwulan I tahun 2025 sebesar Rp43,95 triliun. Jumlah UMKM di NTB terus meningkat, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti bahan baku, perizinan, permodalan, pemasaran produk, pengelolaan keuangan, dan inovasi. Oleh karena itu, Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Perbendaharaan Provinsi NTB menyelenggarakan Focus Group Discussion pada tanggal 20 Mei 2022 dengan harapan dapat memberikan rekomendasi model pendampingan yang paling tepat agar UMKM dapat terus berubah dan berkembang (Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan RI, 2022). Permasalahan di atas dapat diatasi apabila pelaku usaha kecil menengah mampu mengembangkan usahanya secara kreatif dan inovatif dengan selalu berorientasi pasar, meningkatkan mutu, produktivitas, dan daya saing dengan memanfaatkan sumber daya yang ada serta senantiasa mengikuti perkembangan informasi dan teknologi (Subagio, 2024).

Terdapat berbagai jenis industri UMKM di NTB dan salah satunya adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif meliputi industri kriya, industri busana muslim, dan industri multimedia. Salah satu industri kriya yang terkenal dan dikenal sebagai kerajinan khas daerah NTB adalah mutiara. Sentra kerajinan mutiara di NTB terletak di Kota Mataram. Industri kerajinan mutiara yang berakar kuat pada tradisi dan keterampilan kerajinan, kini menghadapi keharusan transformasi digital untuk mempertahankan daya saing dan relevansi di pasar global yang terus berkembang (El-Khoury, 2017). Transformasi ini memerlukan perombakan strategis manajemen sumber daya manusia, memastikan bahwa tenaga kerja memiliki keterampilan dan kemampuan beradaptasi yang diperlukan untuk menavigasi lanskap digital (Wahdaniah dkk., 2023). Transformasi digital melibatkan integrasi teknologi digital di seluruh aktivitas bisnis untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan, yang berdampak pada model bisnis, produk, dan layanan (Nam dan Kim, 2025). Tantangannya terletak pada menjembatani kesenjangan antara keterampilan tradisional kerajinan mutiara dan tuntutan teknologi digital yang muncul, yang memerlukan rencana strategis yang proaktif dan terdefinisi dengan baik. Rencana tersebut harus mencakup tidak hanya adopsi teknologi tetapi juga pengembangan tenaga kerja yang cakap secara digital yang mampu memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan produktivitas, inovasi, dan jangkauan pasar.

Pelaku UMKM mengalami kendala dalam pengembangan usahanya dikarenakan rendahnya kualitas sumber daya manusia yang berdampak pada kinerja usahanya (Suryantini, 2020). Sumber daya manusia merupakan aset utama setiap organisasi yang membantu dalam mencapai tujuan bisnis. Oleh karena itu, pengelolaan SDM secara berkelanjutan dan benar memerlukan kajian strategis (Azizi, 2021). Strategi Sumber Daya Manusia merupakan perencanaan kualitas sumber daya manusia agar dapat berkembang ke arah yang lebih baik. Artinya, dengan adanya strategi sumber daya manusia akan membantu seseorang untuk menjadi berkualitas dan berdaya saing bagi suatu usaha. Untuk itu, pada penelitian ini akan dieksplorasi perencanaan strategi sumber daya manusia dalam menghadapi transformasi digital.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan dalam penelitian lapangan. Oleh karena itu, analisis data bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan akan dibangun menjadi hipotesis atau teori. Obyek penelitian ini adalah UMKM Winta Mutiara di Sekarbela Kota Mataram. Metode penelitian utama akan melibatkan pelaksanaan wawancara mendalam dengan pengrajin mutiara dan pemilik bisnis mutiara, untuk memahami perspektif mereka tentang tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh transformasi digital. Wawancara ini akan memberikan data kualitatif yang kaya tentang keadaan industri saat ini, kesenjangan keterampilan yang ada, dan dampak yang dirasakan dari teknologi digital pada proses kerajinan tradisional. Metodologi ini akan memberikan pemahaman holistik tentang tantangan dan peluang sumber daya manusia dalam industri kerajinan mutiara, yang memungkinkan pengembangan strategi yang ditargetkan untuk mempersiapkan tenaga kerja untuk transformasi digital.

3. Hasil dan Diskusi

Analisis data dalam penelitian ini mencakup analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal industri kreatif sektor kerajinan perhiasan mutiara di kota Mataram menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) untuk menghasilkan analisis yang tepat.

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan seperti kekuatan dan kelemahan antara lain:

1. Kekuatan (strength)
 - a. Winta Mutiara memiliki sumber daya manusia dengan latar belakang pendidikan sarjana S1 sebanyak 2 orang
 - b. Sumber daya manusia Winta Mutiara memiliki pengalaman dalam menggunakan media sosial.
 - c. Winta Mutiara memiliki SDM yang mampu menjalin kerjasama dengan supplier / konsumen dalam penjualan produknya.
 - d. Winta Mutiara memiliki SDM yang memiliki pengetahuan dan keterampilan mengimplementasikan desain produk perhiasan sesuai keinginan konsumen
 - e. Winta Mutiara memiliki SDM yang pernah mengikuti pelatihan / seminar untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam *digital marketing*.
2. Kelemahan (weakness)
 - a. Winta Mutiara belum memiliki SDM yang berkompeten dalam pengembangan konten digital / *content creato*

- b. Winta Mutiara belum memiliki SDM yang mampu memetakan target konsumen untuk pemasaran produknya
- c. Winta Mutiara belum menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya.
- d. Winta Mutiara belum memiliki struktur organisasi atau deskripsi pekerjaan.

Faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan perusahaan seperti peluang dan ancaman antara lain:

1. Peluang (opportunities)
 - a. Pulau Lombok mempunyai destinasi wisata dunia (Gunung Rinjani sebagai Unesco Global Geopark), destinasi wisata super prioritas (Mandalika) dan destinasi wisata lainnya (seperti Pantai Senggigi, Gili Trawangani, Pantai Pink) yang menjadi daya tarik wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara sehingga terbuka peluang bagi wisatawan untuk aktif memperkenalkan keberadaan UMKM Winta Mutiara melalui sosial media yang dimilikinya.
 - b. Kehadiran event bertaraf internasional seperti World Superbike dan MotoGP di Sirkuit Mandalika, Lombok yang dilaksanakan sejak tahun 2021 dan direncanakan dilaksanakan rutin setiap tahun dapat menjadi peluang promosi produk Mutiara melalui pameran maupun sosial media.
 - c. Peluang kolaborasi dengan agen perjalanan/hotel guna meningkatkan pemasaran/penjualan produknya.
 - d. Tingginya jumlah pengguna media sosial saat ini menjadi peluang untuk memasarkan produknya secara digital.
2. Ancaman (treats)
 - a. Adanya pendatang baru dan kompetitor yang sudah menggunakan teknologi digital dalam memasarkan produknya
 - b. Tuntutan persaingan bisnis pada era revolusi industry 4.0 menuntut perusahaan bisnis memiliki SDM yang mampu melakukan digital marketing
 - c. Adannya keinginan konsumen untuk melakukan transaksi secara online

Pada tahap selanjutnya dilakukan analisa untuk menentukan strategi dengan menggunakan aplikasi strategik berbasis macro excell yang dikembangkan oleh Nora Alvia, 2022. Pada masing-masing item SWOT diberikan bobot. Masing – masing bobot x rating sebagai berikut :

- a. Kekuatan : S1(0,27), S2 (0,27), S3 (0,44), S4 (0,70), S5 (0,27)
- b. Kelemahan : W1 (-0,03), W2 (-0,03), W3 (-0,03), W4 (-0,27),
- c. Peluang : O1 (0,40), O2 (0,24), O3 (0,24), O4 (0,40)
- d. Ancaman : T1 (-0,40), T2(-0,65), T3 (-0,24)

Hasil analisa menggunakan aplikasi strategik berbasis macro excell, Winta Mutiara pada posisi Kuadran II (Positif, Negatif). Posisi ini menunjukkan organisasi yang kuat tapi menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan kepada UMKM Winta Mutiara adalah *diversifikasi strategi*. Maksudnya organisasi berada pada situasi sangat bagus namun juga menghadapi sejumlah tantangan berat. Sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar jika hanya bergantung pada taktik sebelumnya. Oleh karena itu, organisasi disarankan untuk mulai memperbanyak variasi strategi taktisnya. Salah satunya melalui pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan pemasaran produknya.

UMKM Winta Mutiara perlu melakukan kegiatan pengembangan kualitas SDM agar lebih siap dalam melaksanakan transformasi digital. Berdasarkan analisa SWOT diusulkan penyusunan rencana strategis untuk meningkatkan kesiapan SDM Winta Mutiara dalam menghadapi transformasi digital, sebagai berikut :

- a. Pelatihan
Menurut (Nafis, 2021) Sumber Daya Manusia (SDM) yang produktif, kompeten dan berdaya saing yang diharapkan dapat membantu UMKM untuk bertahan di masa ketidakpastian adalah dengan mengadakan kegiatan pelatihan bagi para pelaku UMKM. Pelatihan merupakan kunci untuk membawa seseorang atau suatu organisasi menjadi lebih baik dan efektif dalam mencapai tujuan (Hayati, 2021). Pelatihan yang disarankan untuk Pottery Artshop adalah pelatihan transformasi digital yang terdiri dari:
 1. Manfaat dan pentingnya pemasaran digital
 2. Penentuan sasaran konsumen pasar

3. Penyiapan dan pengelolaan kanal-kanal digital seperti media sosial, marketplace, platform pemesanan daring, WhatsApp for Business, dan Endorsement.
4. Pembuatan konten media sosial
5. Sistem pembayaran digital (QRis dan dompet digital).
6. Pelatihan pembuatan akun *marketplace* serta cara mengoperasikan untuk pemasaran produk.

Model pelatihan yang bisa dilakukan oleh Yulia Pottery antara lain *in house training* maupun *public training*. SDM Yulia Pottery dapat mengikuti pelatihan pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas pemerintah terkait melalui program pelatihan rutin, perusahaan / BUMN melalui dana CSR maupun perguruan tinggi melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang dapat diakses oleh masyarakat umum maupun UMKM. Pada umumnya pelatihan yang diadakan tidak berbayar (gratis).

b. Kerjasama (kolaborasi)

Kolaborasi yang diusulkan untuk Winta Mutiara yaitu kolaborasi dengan konsumen, Kolaborasi dengan e-commerce, kolaborasi dengan pemerintah dan Perguruan Tinggi. kerjasama dengan berbagai pihak perlu ditingkatkan untuk meraih peluang dalam penjualan produknya. Saat ini telah banyak toko *online* seperti Shoope, Blibli dan lain sebagainya. Winta Mutiara bisa bekerjasama dengan toko-toko *online* tersebut untuk memperluas jangkauan pemasarannya. Apabila kerjasama dalam penjualan dengan salah satu toko *online* tersebut dilakukan, hal tersebut akan mendorong SDM Winta Mutiara untuk mengelola pemasaran online secara rutin dan profesional.

Winta Mutiara perlu melakukan peningkatan kerjasama / kolaborasi dengan pemerintah (Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian, Dinas Perdagangan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) dan Perguruan Tinggi dalam bentuk dukungan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM Winta Mutiara, khususnya dalam *digital marketing* maupun penggunaan aplikasi digital.

c. Pendampingan

Dalam pengembangan SDM, kegiatan pendampingan dibutuhkan peserta pelatihan untuk menjaga agar pemahaman konsep peserta pelatihan tetap berada di jalur dengan benar. Seringkali konsep yang diberikan saat pelatihan tidak diaplikasikan secara langsung di lapangan, hal tersebut terjadi karena saat pelatihan yang umumnya dilaksanakan dalam waktu relatif pendek dan masih dalam tahap pengenalan pengetahuan baru. Sedangkan proses perubahan budaya / perilaku memerlukan waktu yang relatif lama. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan sangat dibutuhkan paska pelatihan agar materi / pengetahuan baru yang diterima saat pelatihan tidak sia-sia. Pendampingan mendorong terjadinya transformasi pengetahuan yang didapat menjadi aksi nyata di lapangan. Kegiatan pendampingan dalam pemanfaatan transformasi digital dapat meningkatkan pemahaman bagi pelaku UMKM untuk memperluas jaringan pemasaran produknya melalui pemanfaatan sosial media sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Rahmi, 2021).

Pendampingan yang diusulkan untuk Winta Mutiara yaitu :

1. Penerapan *digital marketing* dan pembangunan budaya organisasi dalam transformasi digital.
2. Pendampingan cara menjual produk di platform digital. Mulai dari *upload* produk, pembuatan promosi produk, penerimaan order, pengepakan / *packing*, pengiriman barang, pencairan saldo di *marketplace* (shopee dan tokopedia) serta cara menghadapi keberatan (*complain*) pelanggan. Untuk meningkatkan penjualan maka mereka perlu dibekali tips dan trik dalam berjualan *online*.
3. Pendampingan cara membuat konten media sosial

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan, dapat disimpulkan rencana strategis yang dapat diusulkan pada Winta Mutiara untuk meningkatkan kesiapan SDM dalam menghadapi transformasi digital yaitu: Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM dalam melakukan transformasi digital, maka sebaiknya Winta Mutiara dapat mengikuti kegiatan pelatihan yang difasilitasi oleh pemerintah, perusahaan / BUMN, atau perguruan tinggi. Kolaborasi antara Winta Mutiara dengan konsumen / pelanggan, pemerintah, perguruan tinggi dapat meningkatkan fleksibilitas organisasi, menciptakan ide-ide kreatif yang inovatif dalam menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan keuntungan untuk mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Kegiatan pendampingan / pemberdayaan mengenai digital marketing sangat dibutuhkan SDM guna mendorong terjadinya transformasi pengetahuan yang diperoleh pada saat pelatihan agar dapat diimplementasikan menjadi aksi nyata. Pada kegiatan

pendampingan dapat dibangun budaya digital/pembiasaan digital bagi SDM Winta Mutiara untuk mengembangkan usahanya.

Referensi

- Azizi, Muhammad Reza.2021. Innovative human resource management strategies during the COVID-19 pandemic: A systematic narrative review approach. *Heliyon*. doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e07233
- El-Khoury, D. (2017). Transformasi digital dan perbedaan SDM kelas dunia. *Strategic HR Review*, 16(2), 86. <https://doi.org/10.1108/shr-01-2017-0001>
- Hayati, Neneng, 2021. Effectiveness of Training in Improving Human Resource Competency. *Journal Civics and Social Studies*. <https://doi.org/10.31980/journalcss.v5i1.147>
- Nafis, R. W. (2021). Pelatihan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Panca Mara*, 2(1), 22–25. <https://doi.org/10.51747/abdipancamara.v2i1.733>
- Nam, S., & Kim, S. (2025). Menguraikan evolusi digital: wawasan strategis ke dalam industri mode Korea melalui perspektif analitis tingkat lanjut. *Mode dan Tekstil*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-025-00415-0>
- Pratiwi, B. (2019). SWOT and Gap Analysis for New Product Development at PT. Duta Karya Mandiri. *International Journal of Business Management and Research*, 9(1), 7. <https://doi.org/10.24247/ijbmrfeb20192>
- Rahmi.dkk.(2021).Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 1(2). <https://doi.org/10.63168/jpa.v1i2.41>
- Subagio, H. (2024). The Role Of Strategy Planning To Achieve Organizational Goals In Uncertainty Situations In Msmes In Indonesia. *Return Study Of Management, Economic and Business Vol. 3 No 1*. <https://doi.org/10.57096/return.v3i1.202>
- Suryantini, Luh Putu. (2020). “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Penggunaan Informasi Akuntansi, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Modal Pinjaman Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Buleleng”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. Vol. 11. No 2. Vol. 2 No. 1 (2022): January 2022
- Wahdaniah, Sucianti, R., Ambalele, E., & Tellu, AH (2023). Transformasi Manajemen Sumber Daya Manusia di Era Digital: Tren dan Implikasi Terkini. *Jurnal Internasional Riset Terapan dan Ilmu Pengetahuan Berkelanjutan*, 1(3), 239. <https://doi.org/10.59890/ijarss.v1i3.902>
- Data NTB. 2021. Jumlah UMKM Berdasarkan Jenisnya Menurut Kabupaten Kota. Diambil dari <https://ntb.bps.go.id/en/pressrelease/2025/05/05/1051/pertumbuhan-ekonomi-provinsi-nusa-tenggara-barat-triwulan-i-2025.html>
- Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Barat. 2022. Upaya Mendorong Kemandirian UMKM di NTB. Diambil dari <https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/ntb/id/datapublikasi/berita-terbaru/2960-liputan-fgd-upaya-mendorong-kemandirianumkm-di-ntb.html>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI.2022.UMKM menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. Diperoleh dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalamperekonomian-indonesia>