

Transformasi Digital dan Inovasi Produk UKM Suryadi Silver Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna

Ni Luh Ratniasih¹, Ni Komang Sri Julyantari², Ni Made Dewi Kansa Putri³,
Princello Putra Basuki⁴, Ni Putu Anggi Marta Tiari⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

*e-mail: ratni@stikom-bali.ac.id¹, tari@stikom-bali.ac.id², kansa@stikom-bali.ac.id³,
princelloputrabasuki24@gmail.com⁴, martatiari81@gmail.com⁵

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
14.09.2024	11.10.2021	21.10.2024	30.11.2024

Abstract: *The success and challenges faced by Celuk Village in the gold and silver craft industry illustrate the complexity of maintaining a sustainable local economic ecosystem. The silver business owned by Mr. I Ketut Suweca is experiencing significant challenges due to intense competition in the silver craft industry in Celuk Village. Currently, the MSME partners in this community service activity are branches of the previously existing Suryadi Silver. There are two fundamental problems faced by MSME partners. First, there are deficiencies and damage to production equipment, which have an impact on decreasing the efficiency and quality of production produced. Second, the marketing strategy still relies on conventional approaches, such as direct sales. The purpose of this implementation is to achieve significant improvements in production and marketing for MSME partners. The approach that will be implemented is to use a digital marketing strategy which is expected to increase turnover for these partners. In addition, this activity is also focused on developing partner businesses and increasing the knowledge and skills of human resources (HR) owned by these partners.*
Keywords: *Silver crafts, Improvement of production tools, Digital marketing, Product innovation.*

Abstrak: Keberhasilan dan tantangan yang dihadapi oleh desa Celuk dalam industri kerajinan emas dan perak menggambarkan kompleksitas dalam mempertahankan ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan. Usaha perak milik Bapak I Ketut Suweca mengalami tantangan signifikan akibat persaingan yang ketat dalam industri kerajinan perak di Desa Celuk. Saat ini untuk mitra UKM dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan cabang dari Suryadi Silver yang sudah ada sebelumnya. Terdapat dua permasalahan mendasar yang dihadapi oleh mitra UKM. Pertama, terdapat kekurangan serta kerusakan pada peralatan produksi, yang berdampak pada penurunan efisiensi serta kualitas produksi yang dihasilkan. Kedua, strategi pemasaran yang masih mengandalkan pendekatan konvensional, seperti penjualan langsung. Tujuan dari pelaksanaan ini adalah untuk mencapai peningkatan signifikan dalam hal produksi dan pemasaran bagi mitra UKM. Pendekatan yang akan diterapkan adalah menggunakan strategi digital marketing yang diharapkan dapat menghasilkan peningkatan omzet bagi mitra tersebut. Selain itu, kegiatan ini juga difokuskan pada pengembangan usaha mitra serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan dari sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh mitra tersebut.

Kata kunci: Kerajinan perak, Peningkatan alat produksi, Digital marketing, Inovasi produk.

1. PENDAHULUAN

Desa Celuk, yang terletak di Kecamatan Sukawati sekitar 10 kilometer ke arah timur laut dari Denpasar, telah lama dikenal sebagai pusat kerajinan emas dan perak terkemuka di Bali. Desa ini bukan hanya menjadi ikon budaya lokal, tetapi juga berkontribusi secara signifikan terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Dengan produk-produk berkualitas tinggi yang telah meraih pasar internasional, Desa Celuk memegang peranan penting dalam ekosistem ekonomi lokal, terutama melalui Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang mendominasi sektor kerajinan perak.

Namun, dinamika industri global yang semakin kompetitif telah membawa tantangan baru bagi para pelaku usaha lokal. Suryadi Silver, salah satu pengrajin perak di Desa Celuk yang dimiliki oleh Bapak I Ketut Suweca, adalah contoh nyata dari bagaimana UKM lokal harus beradaptasi di tengah tekanan persaingan yang semakin meningkat. Berdiri sejak tahun 1993, Suryadi Silver telah menjadi bagian integral dari ekosistem kerajinan di Desa Celuk. Meski demikian, UKM ini kini menghadapi tantangan besar yang mengancam keberlanjutannya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, terdapat tiga masalah utama yang dihadapi oleh Suryadi Silver. Pertama, keterbatasan dan kerusakan pada peralatan produksi telah berdampak langsung pada efisiensi dan kualitas produk. Peralatan yang sudah usang memerlukan waktu pengerjaan yang lebih lama, sehingga menghambat kemampuan usaha untuk menerima pesanan dalam jumlah besar atau mendesak. Kedua, strategi pemasaran yang digunakan masih mengandalkan pendekatan konvensional seperti penjualan langsung. Strategi ini tidak cukup efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama di era digital saat ini, di mana konsumen cenderung mengakses produk melalui platform online.

Ketiga, keterbatasan dalam inovasi produk menjadi hambatan lain. Produk yang dihasilkan masih cenderung standar tanpa elemen desain yang mampu menarik perhatian pasar yang semakin mengutamakan diferensiasi dan estetika.

Dalam konteks global, transformasi digital telah terbukti menjadi solusi efektif bagi banyak UKM untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan pasar. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan mempekerjakan lebih dari 97% total tenaga kerja Indonesia. Namun, daya saing UKM Indonesia masih relatif rendah dibandingkan negara-negara tetangga di Asia Tenggara. Salah satu penyebab utamanya adalah lambatnya adopsi teknologi digital. Di sisi lain, penelitian menunjukkan bahwa UKM yang mengintegrasikan digital marketing dalam strategi bisnis mereka mengalami peningkatan omzet hingga 30% dibandingkan dengan UKM yang masih menggunakan metode konvensional.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi strategis atas permasalahan yang dihadapi oleh Suryadi Silver. Melalui pendekatan berbasis teknologi tepat guna, program ini akan membantu meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan inovasi produk yang lebih kompetitif. Beberapa langkah konkret yang akan dilakukan meliputi pengadaan alat produksi modern, pelatihan pemasaran digital, dan pelatihan inovasi produk. Dengan alat produksi yang lebih baik, mitra diharapkan dapat meningkatkan efisiensi hingga 50%, sehingga waktu pengerjaan produk seperti cincin yang sebelumnya membutuhkan waktu seminggu dapat dipangkas menjadi 2-3 hari. Sementara itu, pelatihan digital marketing diharapkan dapat membuka akses pasar baru melalui platform online, seperti media sosial dan situs web, yang memungkinkan peningkatan omzet secara signifikan.

Selain aspek teknis, program ini juga berupaya meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh mitra. Pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, desain produk, dan manajemen usaha akan menjadi bekal penting bagi mitra untuk mengelola usahanya secara lebih profesional dan adaptif terhadap perubahan pasar. Dengan demikian, program ini tidak hanya bertujuan untuk menyelesaikan masalah jangka pendek, tetapi juga untuk menciptakan fondasi yang kuat bagi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Secara holistik, kegiatan ini dirancang untuk mendukung keberlanjutan ekonomi Desa Celuk sebagai pusat kerajinan emas dan perak di Bali. Dengan meningkatnya daya saing UKM lokal, desa ini diharapkan dapat mempertahankan reputasinya di pasar internasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Melalui pendekatan yang terintegrasi dan berbasis teknologi, program ini diharapkan menjadi model pengembangan UKM yang dapat direplikasi di wilayah lain, sehingga memberikan dampak yang lebih luas terhadap perekonomian nasional.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi 5 tahapan kerja yaitu sosialisasi, pengadaan alat produksi, pelatihan digital marketing, pelatihan inovasi produk, dan kegiatan terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Secara detail langkah kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

1. Sosialisasi

Memberikan informasi kepada mitra mengenai kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan serta tujuan dan latar belakang kegiatan tersebut. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan langsung antara tim pengusul dan pemilik UMKM.

Metode: Duduk bersama untuk berdiskusi.

Dokumentasi: Foto dan video kegiatan sosialisasi oleh tim mahasiswa.

2. Pengadaan Alat Produksi

Melakukan pemantauan terhadap proses produksi mitra dengan melakukan wawancara dan pengamatan. Kemudian, dilakukan pengadaan alat produksi sesuai kebutuhan mitra seperti mesin polish, freedom, mesin ultrasonic, dll.

Metode:

- a. Wawancara dan pengamatan.
- b. Pelatihan penggunaan alat oleh pakar.

Dokumentasi : Foto dan video selama proses pengadaan alat produksi dan pelatihan penggunaannya.

3. Pelatihan Digital Marketing.

Memberikan pelatihan digital marketing melalui *website* dan media sosial kepada pemilik dan karyawan mitra. Pelatihan dilakukan oleh tim pengusul dengan metode ceramah dan praktek langsung.

Metode: Ceramah dan praktek langsung.

Dokumentasi: Foto dan video pelatihan pemasaran online.

4. Pelatihan Inovasi Produk

Memberikan pelatihan desain kemasan kepada pemilik dan karyawan UMKM bagian desain. Pelatihan dilakukan oleh pakar di bidang desain perak dengan metode ceramah dan praktek langsung

Metode : Ceramah dan praktek langsung.

Dokumentasi : Foto dan video pelatihan manajemen keuangan.

5. Monitoring dan Evaluasi.

Deskripsi: Melakukan evaluasi kegiatan untuk menilai kesesuaian dengan perencanaan dan pencapaian target luaran. Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui wawancara, observasi, pengisian kuisioner, dan pencatatan.

Metode : Wawancara, observasi, kuisioner, dan pencatatan.

Dokumentasi : Foto dan video selama proses monitoring dan evaluasi, serta hasil kuisioner dan catatan evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital dan inovasi produk UKM Suryadi Silver melalui penerapan teknologi tepat guna dimulai dengan kegiatan sosialisasi. Sosialisasi dilakukan secara langsung dengan menghadirkan pemilik UKM dan seluruh tim pelaksana, termasuk dosen dan mahasiswa. Dalam kegiatan ini, disampaikan informasi mengenai latar belakang, tujuan, target, dan sasaran program. Pendekatan komunikasi yang terbuka dan interaktif memastikan bahwa mitra memiliki pemahaman yang mendalam tentang manfaat program, sehingga tercipta kolaborasi yang solid antara tim pengusul dan mitra. Sosialisasi ini menjadi fondasi penting bagi keberhasilan program, karena memastikan setiap langkah yang diambil selaras dengan kebutuhan dan tujuan mitra.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi

Salah satu masalah mendasar yang dihadapi oleh UKM Suryadi Silver adalah keterbatasan peralatan produksi. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan pengadaan alat-alat produksi modern seperti foridom, mesin gosok, magnetic tumbler, dan bor gantung. Pemilihan alat-alat tersebut didasarkan pada hasil observasi langsung dan wawancara dengan mitra, sehingga sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka. Penggunaan alat-alat baru ini memberikan dampak signifikan pada efisiensi dan kapasitas

produksi. Misalnya, pengerjaan satu cincin yang sebelumnya memerlukan waktu hingga satu minggu, kini dapat diselesaikan dalam 2-3 hari. Efisiensi waktu ini memungkinkan mitra untuk menerima pesanan dalam jumlah lebih besar dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.

Selain itu, alat-alat seperti magnetic tumbler memberikan kemudahan dalam proses pencucian perak. Dengan kapasitas yang lebih besar, proses pencucian menjadi lebih cepat dan efektif, sehingga mempersingkat siklus produksi. Dampak lain dari pengadaan alat ini adalah pengurangan biaya produksi, karena mitra tidak lagi bergantung pada jasa pihak ketiga untuk beberapa tahap pengerjaan. Hal ini memberikan keuntungan ekonomi tambahan bagi mitra, sekaligus meningkatkan kendali atas kualitas produk.



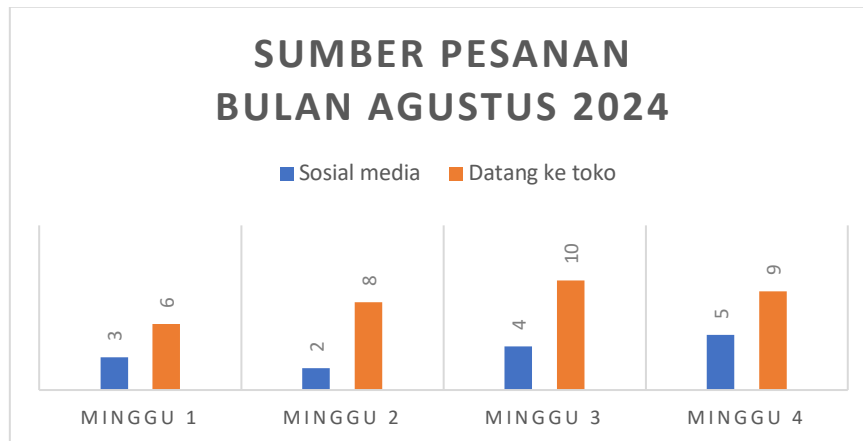
Gambar 2. Penyerahan Alat Produksi

Strategi pemasaran yang sebelumnya hanya mengandalkan metode konvensional menjadi salah satu kendala dalam mengoptimalkan potensi pasar. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing dirancang untuk membekali mitra dengan kemampuan menggunakan media sosial dan platform online sebagai sarana pemasaran. Pelatihan ini mencakup pemahaman dasar tentang digital marketing, pembuatan akun media sosial, strategi konten, dan cara meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara efektif.



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing

Hasil dari pelatihan ini sangat signifikan. Selama satu bulan setelah pelatihan, jumlah pesanan melalui media sosial meningkat hingga 50%. Jika sebelumnya pesanan sebagian besar berasal dari penjualan langsung dengan rata-rata 20 pesanan per bulan, setelah pelatihan jumlah tersebut bertambah menjadi 47 pesanan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa digital marketing mampu memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan omzet mitra secara signifikan. Pelatihan ini juga memberikan pemahaman kepada mitra tentang pentingnya keberlanjutan pemasaran digital sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka.



Gambar 4. Grafik Sumber Pesanan

Pelatihan inovasi produk dirancang untuk meningkatkan kreativitas mitra dalam menciptakan desain produk yang lebih unik dan menarik. Pelatihan ini melibatkan pakar desain produk perak yang memberikan wawasan tentang tren desain terkini, teknik finishing, dan pengemasan yang menarik. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong mitra untuk mengeksplorasi ide-ide baru yang dapat memberikan nilai tambah pada produk mereka.

Setelah pelatihan, mitra mulai memproduksi variasi produk dengan desain yang lebih inovatif. Sebagai contoh, jika sebelumnya mitra hanya menghasilkan produk dengan desain sederhana seperti cincin dan gelang standar, kini mereka mampu menciptakan produk dengan desain bertema budaya lokal dan ukiran custom. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memperluas segmen pasar, termasuk pasar internasional yang semakin mengutamakan produk-produk yang unik dan autentik.



Gambar 5. Pelatihan Inovasi Produk

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan kesesuaian antara pelaksanaan program dengan rencana awal. Proses ini melibatkan wawancara dengan mitra, observasi langsung, pengisian kuesioner, dan pencatatan data kuantitatif. Hasil evaluasi menunjukkan keberhasilan program dalam mencapai target utama, yaitu peningkatan efisiensi produksi, inovasi produk, dan perluasan pasar.

Data yang dikumpulkan selama monitoring menunjukkan peningkatan signifikan dalam omzet mitra. Sebelum program, rata-rata omzet bulanan UKM ini adalah Rp10 juta. Setelah program, omzet meningkat menjadi Rp15 juta per bulan, mencerminkan kenaikan sebesar 50%. Selain itu, peningkatan jumlah pesanan melalui platform digital menunjukkan bahwa strategi digital marketing berhasil menarik pelanggan baru sekaligus memperkuat hubungan dengan pelanggan lama.

Program ini juga memberikan dampak positif pada aspek sosial dan ekonomi di Desa Celuk. Dengan meningkatnya kapasitas produksi dan permintaan pasar, UKM Suryadi Silver mampu membuka peluang kerja baru bagi masyarakat sekitar. Selain itu, keberhasilan program ini menjadi inspirasi bagi UKM lain di desa tersebut untuk mulai menerapkan strategi serupa, sehingga mendukung penguatan

ekonomi lokal secara lebih luas. Program ini juga membantu memperkuat citra Desa Celuk sebagai pusat kerajinan emas dan perak yang berkualitas tinggi di Bali.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini telah berhasil memberikan solusi strategis bagi permasalahan yang dihadapi oleh UKM Suryadi Silver di Desa Celuk, Bali. Pengadaan alat produksi modern seperti mesin gosok, magnetic tumbler, dan bor gantung secara signifikan meningkatkan efisiensi produksi. Waktu pengerjaan produk seperti cincin yang sebelumnya mencapai satu minggu dapat dipangkas menjadi hanya 2-3 hari, sehingga mitra mampu menerima lebih banyak pesanan dalam waktu singkat. Selain itu, pelatihan digital marketing membekali mitra dengan keterampilan memanfaatkan media sosial dan platform online untuk memasarkan produk. Hasilnya, jumlah pesanan melalui media sosial meningkat hingga 50% dalam waktu satu bulan, menunjukkan efektivitas strategi digital dalam memperluas jangkauan pasar.

Di sisi lain, pelatihan inovasi produk membantu mitra menciptakan desain yang lebih unik dan menarik, memperkuat daya saing produk di pasar lokal maupun internasional. Dampak dari program ini tidak hanya dirasakan oleh mitra secara langsung tetapi juga memberikan kontribusi sosial dan ekonomi bagi komunitas lokal di Desa Celuk, dengan terciptanya peluang kerja baru dan inspirasi bagi UKM lain untuk mengadopsi pendekatan serupa. Meski terdapat tantangan seperti keterbatasan pengetahuan awal mitra tentang teknologi digital dan waktu adaptasi terhadap alat baru, program ini berhasil menunjukkan bahwa transformasi teknologi dapat diimplementasikan secara efektif dengan pendampingan yang tepat.

Untuk keberlanjutan, diperlukan pengembangan keterampilan lebih lanjut, khususnya dalam digital marketing dan inovasi produk, serta monitoring rutin untuk memastikan hasil program tetap relevan. Program ini juga dapat menjadi model yang direplikasi untuk UKM lain, sehingga dampaknya dapat meluas ke sektor kerajinan lain di Indonesia. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa teknologi tepat guna dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing produk UKM, serta memberikan dampak positif terhadap ekosistem ekonomi lokal secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah memberikan dana hibah sehingga kegiatan ini dapat telaksana. Ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada pemilik UKM Suryadi Silver atas fasilitas berupa ruang diskusi yang telah disediakan, sehingga acara pelatihan dapat berjalan lancar sesuai dengan susunan acara.

DAFTAR PUSTAKA

- D. Harto, S. R. Pratiwi, M. N. Utomo, dan M. Rahmawati, "Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM," *JPPM J. Pengabd. Dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 3, no. 1, hlm. 39-45, 2019.
- Fitriani, Ahmad F, Wamiliana, Notiragayu, Siti Laelatul Chasanah, Dian Kurniasari, "Pelatihan Canva Dalam Pembuatan Media Pembelajaran Bagi GuruGuru SMK Di Bandar Lampung", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tabikpun*, vol. 3, no. 3, hlm. 193 - 202, 2022.
- Febrianto, G. L., Sulton, & Praherdiono, H. (2020). Pengembangan Media Video Pembelajaran untuk Pelatihan Instalasi Tenaga Listrik. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(2), 149-157.
- Garris, P. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo UNPAM*, 8(2), 79-96.
- L. G. S. Kartika, A. S. A. A. S. Antara, dan K. Rinatha, "Penyuluhan Pengemasan dan Pemberian Label Kemasan Pada Usaha Minuman Tradisional di Mangupura Kabupaten Badung," *WIDYABHAKTI J. Ilm. Pop.*, vol. 1, no. 1, hlm. 86-90, 2018.
- Purwanti, Y., & Perdanawanti, L. (2019). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 42-51.
- Tanjung, R. E., & Faiza, D. (2019). Canva sebagai Media Pembelajaran pada Mata Pelajaran Dasar Listrik dan Elektronika. *Jurnal Voteteknika*, 7(2), 79-85. doi:<https://doi.org/10.24036/voteteknika.v7i2.104261>
- Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H. (2020). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat SMK di SMKN 1 Gunung Putri Bogor. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 476-480. doi: <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.417>