

## **TRANSFORMASI PENGEMBANGAN ORGANISASI PADA UMKM FESYEN 'TIAR HANDY CRAFT' GORONTALO: STRATEGI ADAPTASI KARAWO DI ERA DIGITAL**

*Valentina Monoarfa<sup>1</sup>, Putri Mariandy Muchsana<sup>2</sup>, Miftahurrahma Utiarahman<sup>3</sup>, Nia Agnesia<sup>4</sup>, Zuhan Fadhillah Zayya Achmad<sup>5</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>1</sup>  
Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>2</sup>  
Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>4</sup>  
Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>5</sup>*

*E-Mail: [miftahurrahmautiarahman@gmail.com](mailto:miftahurrahmautiarahman@gmail.com)<sup>1</sup>*

---

**Abstract:** *This study examines the organisational development transformation process at Karawo Tiar Handycraft, a fashion SME, in facing the digital era. The method used is a descriptive qualitative approach through document analysis and literature study. The analysis was conducted using the Miles & Huberman model, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing to understand the digital adaptation strategies and patterns at Tiar Handycraft SME. The results of the study show that organisational development transformation has succeeded in improving the performance of MSMEs, expanding market reach and increasing operational efficiency. This approach proves that planned digitalisation can support the sustainability and preservation of Karawo culture while increasing the competitiveness of MSMEs in national and international markets.*

**Keywords:** *Organizational Development; Fashion MSMEs; Karawo; Digital Adaptation; Tiar Handycraft.*

---

**Abstrak:** *Kajian ini meneliti proses transformasi pengembangan organisasi pada UMKM fesyen Karawo Tiar Handycraft dalam menghadapi era digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis dokumen dan studi kepustakaan. Analisis dilakukan dengan model Miles & Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memahami strategi dan pola adaptasi digital di UMKM Tiar Handycraft. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi pengembangan organisasi berhasil meningkatkan kinerja UMKM, memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Pendekatan ini membuktikan bahwa digitalisasi yang terencana dapat mendukung keberlanjutan dan pelestarian budaya Karawo sekaligus meningkatkan daya saing UMKM di pasar nasional dan internasional.*

**Kata Kunci:** *Pengembangan Organisasi; UMKM Fesyen; Karawo; Adaptasi Digital; Tiar Handycraft*

### **PENDAHULUAN**

Kerajinan Karawo adalah warisan budaya khas Gorontalo yang telah lama menjadi identitas ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Seni sulaman Karawo tidak hanya bernilai estetika, tetapi juga sebagai sumber penghidupan bagi banyak pelaku UMKM di Gorontalo. Namun, di era digital, tantangan bagi UMKM Karawo semakin kompleks: persaingan pasar meningkat, permintaan konsumen berubah, dan teknologi informasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing lokal (Ismail, Danial, Padiku, & Mahmud, 2025). Salah satu respons terhadap tantangan ini adalah transformasi organisasi pada UMKM fesyen Karawo, seperti Tiar Handycraft di Gorontalo. Dengan mengadopsi teknologi digital dan melakukan diversifikasi produk, UMKM Karawo berpotensi memperluas pasar melalui platform e-commerce, media sosial, serta memperkuat brand lokal. Hal ini sejalan dengan dorongan pemberdayaan digital yang telah dilakukan oleh berbagai program penelitian dan pengabdian masyarakat di Gorontalo. Misalnya, pelatihan motif Karawo digital

melalui aplikasi Crosti dan inovasi sulaman 3D telah dilaporkan mampu meningkatkan literasi digital pengrajin Karawo.

Dari perspektif teoritis, kajian mengenai transformasi organisasi UMKM Karawo dapat dianalisis melalui beberapa kerangka, seperti teori transformasi organisasi yang menjelaskan perubahan signifikan pada struktur, proses, dan kapabilitas perusahaan dalam merespons dinamika eksternal. Kerangka kapabilitas dinamis turut memperkuat pemahaman mengenai bagaimana UMKM seperti Tiar Handycraft membangun dan merekonfigurasi kemampuan internal agar mampu memanfaatkan peluang digital. Selain itu, teori ekonomi kreatif memberikan pandangan bahwa kerajinan tradisional seperti Karawo bukan sekadar warisan budaya, tetapi merupakan komoditas ekonomi yang dapat diperkaya melalui inovasi dan teknologi digital. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pelatihan digital, inovasi motif, dan penguatan strategi pemasaran telah memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan UMKM Karawo, serta meningkatkan kreativitas pengrajin dalam mengembangkan desain yang relevan dengan pasar modern.

Berdasarkan data Dinas Kuperindag Provinsi Gorontalo sebagaimana dilaporkan dalam *Economics and Digital Business Review* (Alinti et al., 2025), berikut adalah gambaran sebaran beberapa UMKM Karawo di Kota Gorontalo:

Tabel 1 Data UMKM Karawo di Kota Gorontalo

No	Nama UMKM Karawo	Alamat (Kota Gorontalo)
1	Rumah Karawo	Jl. Palma, Kec. Duingingi, Kota Gorontalo
2	Toko Karawo	Jl. Raja Eyato No.55, Biawao, Kota Sel., Kota Gorontalo
3	Karawo Humairah	Jl. Sapta Marga, Kec. Dumbo Raya, Kota Gorontalo
4	KarawoQ	Jl. Kalimantan, Dulalowo Tim, Kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo
5	Cahaya Karawo	Jl. Panca Wardana, Padebuolo, Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo
6	Haikal Karawo	Jl. Tinaloga, Dulomo Selatan, Kec. Kota Utara, Kota Gorontalo
7	In Collection Karawo	Jl. Sultan Botutihe, Ipilo, Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo
8	Nadia Karawo	Jl. Brigjen Piola Isa, Dulomo Selatan, Kec. Kota Utara, Kota Gorontalo
9	Kayini Karawo	Bulotadaa, Kec. Sipatana, Kota Gorontalo
10	Rumah Aisyah	Liluwo, Kota Tengah, Kota Gorontalo

*Sumber: Data Diolah Peneliti*

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana transformasi pengembangan organisasi berlangsung di Tiar Handycraft, khususnya dalam melakukan penataan ulang struktur organisasi, pembaruan proses produksi, dan peningkatan kapabilitas digital. Penelitian ini penting karena belum banyak studi yang secara spesifik menjelaskan bagaimana transformasi tersebut benar-benar diimplementasikan pada tingkat UMKM, terutama pada industri berbasis budaya seperti Karawo. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan akademik dengan memberikan pemahaman empiris mengenai strategi adaptasi digital yang dilakukan UMKM berbasis tradisi.

Secara akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur mengenai transformasi organisasi UMKM kreatif dengan mengintegrasikan pendekatan kapabilitas dinamis dan perspektif ekonomi kreatif dalam konteks industri berbasis budaya lokal. Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga pendukung mengenai strategi efektif yang dapat diterapkan dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital tanpa mengabaikan nilai tradisi. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap upaya pelestarian budaya, menunjukkan bahwa digitalisasi dapat berjalan berdampingan dengan keberlanjutan identitas lokal Karawo jika proses transformasi dilakukan secara bertahap dan berorientasi pada penguatan kompetensi.

## **METODE PENELITIAN**

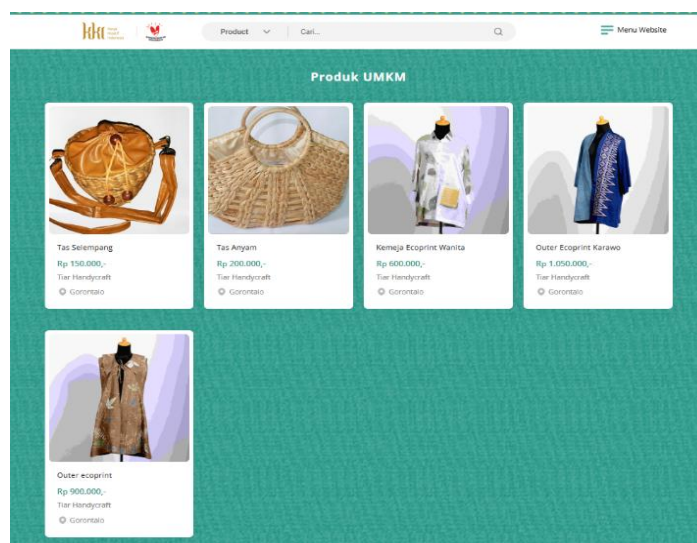
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai proses transformasi pengembangan organisasi pada UMKM Tiar Handycraft dalam menghadapi perkembangan era digital. Pendekatan ini digunakan karena berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena, perubahan struktur, proses bisnis, dan strategi adaptasi digital yang dilakukan oleh UMKM Tiar Handycraft. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder, yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan analisis dokumen atau studi kasus kualitatif. Sumber data mencakup artikel

ilmiah, laporan UMKM Tiar Handycraft, studi kasus terdahulu, unggahan media sosial resmi dari UMKM Tiar Handycraft, serta teori-teori relevan mengenai transformasi organisasi dan adaptasi digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dokumentasi digital, penelusuran literatur, dan analisis konten dari media sosial. Data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman, yaitu melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian, seperti strategi digital, transformasi organisasi, dan pola adaptasi digital di UMKM Tiar Handycraft. Data yang telah direduksi tersebut kemudian disajikan secara sistematis dalam bentuk narasi terstruktur yang memudahkan pemaknaan. Selanjutnya, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola yang muncul dari proses analisis tersebut. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat mengidentifikasi secara menyeluruh mengenai transformasi pengembangan organisasi pada Tiar Handycraft dan merumuskan strategi adaptasi digital untuk keberlanjutan bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Tiar Handycraft merupakan salah satu pelaku usaha kerajinan tangan di Kota Gorontalo yang didirikan sejak 2007 oleh Isnawati Mohamad dan dikerjakan lebih dari 100 pengrajin perempuan yang tinggal di daerah pesisir Danau Limboto. Usaha ini berfokus pada produksi, pengembangan karawo, yakni sulaman tradisional khas Gorontalo yang memiliki nilai estetika dan juga sebagai simbol budaya, dan menerapkan *eco-fashion* dengan menggunakan teknik pewarnaan alami ramah lingkungan yang berkelanjutan dan berorientasi ekspor. Berdasarkan informasi yang didapat dari (KKI, 2025), berikut adalah produk yang dijual oleh UMKM Tiar Handycraft.



Gambar 1 Produk UMKM Tiar Handycraft  
*Sumber: KKI*

Tiar Handycraft telah mendapatkan pembinaan dan bantuan dari Bank Indonesia (BI) Gorontalo, termasuk pengembangan produk, penyediaan rumah produksi, dan fasilitas galeri. Produk yang dihasilkan juga berupa pakaian, aksesoris, cendramata, dan lain sebagainya, yang berbasis karawo yang mengombinasikan teknik brodir tradisional dengan desain kontemporer. Seiring meningkatnya kebutuhan pasar digital dan perubahan perilaku konsumen, Tiar Handycraft mulai mengadopsi pendekatan bisnis berbasis teknologi informasi. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, marketplace seperti Shopee dan Tokopedia menjadi bagian dari strategi promosi dan penjualan utama. Upaya digitalisasi ini juga didukung oleh pelatihan yang difasilitasi oleh Bank Indonesia dan Pemerintah Daerah dalam rangka penguatan branding dan literasi digital UMKM.

Berdasarkan hasil analisis data sekunder, dari artikel akademik, laporan pemberdayaan, dan kajian literatur terkait Karawo dan UMKM kreatif di Gorontalo, ditemukan empat aspek transformasi pengembangan organisasi pada TIAR Handycraft:

#### A. Analisis Transformasi Pengembangan Organisasi

Transformasi pengembangan organisasi pada UMKM Tiar Handycraft Gorontalo merupakan proses adaptasi menyeluruh untuk menjawab perubahan zaman, terutama akibat digitalisasi industri fesyen dan perubahan perilaku konsumen. Sebagai produsen kerajinan tradisional khas Gorontalo, Tiar Handycraft menghadapi tantangan ganda: menjaga nilai budaya Karawo dan bersaing di pasar modern yang semakin digital. Transformasi pada Tiar Handycraft menunjukkan pola perubahan yang sejalan dengan teori perubahan organisasi modern, perubahan organisasi efektif akan terjadi melalui kesiapan SDM, budaya inovatif, dan kepemimpinan yang adaptif (Rustu, Muhammad Gibran, 2025). Hal ini sejalan dengan gagasan Lewin (1951) mengenai tahap unfreezing -> changing -> refreezing yang menekankan pentingnya membangun kesiapan sebelum suatu perubahan dilakukan. Oleh karena itu, transformasi pengembangan organisasi menjadi keharusan agar usaha tetap relevan, efisien, dan berdaya saing di era ekonomi digital.

Transformasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari perubahan struktur organisasi, budaya kerja, hingga strategi pengelolaan sumber daya manusia. Struktur organisasi yang awalnya sederhana dan berorientasi pada produksi manual mengalami penyesuaian agar lebih adaptif terhadap teknologi digital. Misalnya, muncul divisi baru seperti bagian pemasaran digital dan pengelolaan media sosial. Pembagian peran yang lebih jelas membantu meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar. Perubahan ini sejalan dengan teori pengembangan organisasi yang menekankan pentingnya intervensi terencana untuk meningkatkan efektivitas dan kesehatan organisasi secara menyeluruh (French & Bell, 1999).

Selain restrukturisasi, perubahan budaya organisasi menjadi elemen penting dalam proses ini. Seluruh anggota Tiar Handycraft dituntut untuk memiliki kesadaran digital dan kemauan belajar. Budaya baru ini mengedepankan kolaborasi, inovasi, serta keterbukaan terhadap teknologi. Digitalisasi bukan sekadar alat, tetapi cara berpikir baru yang memungkinkan pengrajin Karawo memanfaatkan teknologi untuk mendesain, memasarkan, dan membangun citra produk. Pola ini mencerminkan prinsip *learning organization* menurut Senge (1990), di mana organisasi yang berhasil bertransformasi adalah yang mampu belajar dan beradaptasi lebih cepat dibanding perubahan lingkungannya. Kepemimpinan menjadi faktor krusial dalam transformasi ini. Pemilik Tiar Handycraft harus mempraktikkan gaya kepemimpinan transformasional, yaitu menginspirasi, memotivasi, dan menanamkan visi perubahan kepada seluruh anggota tim. Kepemimpinan seperti ini terbukti meningkatkan komitmen dan inovasi organisasi, khususnya di lingkungan UMKM yang masih terbatas secara sumber daya (Liu et al., 2020). Dalam konteks Tiar Handycraft, pemimpin bertindak sebagai agen perubahan yang menjembatani tradisi dan modernitas yang dimana, tugasnya yaitu mengarahkan organisasi agar mampu menggabungkan nilai budaya lokal dengan tuntutan digitalisasi global.

Tantangan yang dihadapi Tiar Handycraft dalam proses ini cukup beragam. Di satu sisi, keterbatasan modal dan sumber daya teknologi menjadi penghambat utama. Di sisi lain, sebagian perajin masih memiliki keterbatasan literasi digital. Untuk mengatasi hambatan tersebut, Tiar Handycraft menjalankan strategi bertahap seperti mengadakan pelatihan digital internal, bekerja sama dengan instansi pemerintah dan lembaga pendidikan, serta memanfaatkan program pendampingan UMKM berbasis teknologi. Pendekatan bertahap ini menciptakan perubahan yang lebih organik dan berkelanjutan.

Dengan demikian, transformasi pengembangan organisasi pada Tiar Handycraft tidak hanya membawa perubahan struktural, tetapi juga perubahan paradigma. Melalui pembelajaran berkelanjutan, kepemimpinan visioner, dan penguatan budaya digital, organisasi ini berhasil meletakkan dasar yang kuat untuk bertahan di era digital tanpa kehilangan identitas budayanya.

#### B. Strategi Adaptasi Produk Karawo Tiar Handycraft di Era Digital

Strategi adaptasi produk Karawo pada Tiar Handycraft merupakan inti dari keberhasilan organisasi dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Produk Karawo, yang memiliki nilai budaya tinggi dan keunikan dalam teknik sulaman tangan khas Gorontalo, dihadapkan pada tantangan pasar modern yang menuntut inovasi, kecepatan, dan daya tarik visual digital. Oleh karena itu, adaptasi tidak hanya dilakukan pada aspek desain dan produksi, tetapi juga pada cara pemasaran dan distribusi produk.

Langkah pertama dalam strategi adaptasi adalah inovasi produk, UMKM harus melakukan digitalisasi dan inovasi produk agar dapat bersaing di era digital, terutama jika preferensi konsumen bergeser ke produk modern dan berbasis kreativitas tinggi (Mashita, 2024). Tiar Handycraft perlu melakukan eksplorasi desain Karawo yang lebih modern dan relevan dengan tren fesyen saat ini

tanpa meninggalkan nilai tradisional. Misalnya, motif klasik Karawo dikombinasikan dengan warna-warna kontemporer atau diaplikasikan pada produk baru seperti tas, sepatu, dan aksesoris fashion. Selain itu, beberapa pengrajin mulai menggunakan teknologi desain digital untuk mempermudah visualisasi motif sebelum diproduksi. Pendekatan ini serupa dengan penelitian *Transforming 3D Karawo Embroidery Digitally* yang menunjukkan potensi digitalisasi desain Karawo untuk mempercepat proses produksi dan meningkatkan daya tarik estetika produk (Ismail et al., 2025).

Langkah kedua yaitu dengan melakukan digitalisasi pemasaran. Tiar Handycraft perlu memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia sebagai media utama penjualan untuk memperluas jangkauan pasar. Media sosial menjadi sarana utama untuk membangun *brand image* yang kuat melalui *storytelling* visual tentang proses pembuatan Karawo dan nilai budayanya. Pemasaran digital ini memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, mengumpulkan umpan balik, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Strategi ini terbukti efektif pada UMKM sejenis di sektor fesyen, di mana digital marketing meningkatkan penjualan dan memperluas segmen pasar. Hal ini juga relevan dengan temuan Sukandi (2025) yang menegaskan bahwa pemanfaatan platform digital menjadi strategi adaptasi paling efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Dengan memiliki keterampilan digital dan literasi digital yang baik, Tiar Handycraft dapat memasarkan produk Karawo secara luas melalui platform digital, serta memperkuat branding dan jangkauan konsumen (Danial et al., 2024).

Selain pemasaran digital, adaptasi juga terlihat pada model kolaborasi. Tiar Handycraft menjalin kemitraan dengan desainer muda dan influencer lokal untuk menciptakan koleksi kolaboratif yang menggabungkan nilai tradisi dan gaya modern. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga membangun persepsi Karawo sebagai produk yang relevan dengan gaya hidup masa kini. Di samping itu, kemitraan dengan pemerintah daerah dan lembaga pariwisata memperkuat posisi Karawo sebagai identitas budaya yang dapat dipasarkan secara global.

Strategi adaptasi produk juga menyentuh aspek manajemen operasional. Proses produksi dioptimalkan dengan pendekatan *lean production* dan sistem pesanan digital. Pemesanan produk kini dapat dilakukan melalui media sosial atau website resmi, yang memudahkan konsumen serta mempercepat alur transaksi. Dalam konteks ini, adaptasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memperkuat hubungan pelanggan. Dan dengan demikian, strategi adaptasi produk Karawo di era digital merupakan perpaduan antara inovasi, digitalisasi, dan kolaborasi. Tiar Handycraft menunjukkan bahwa produk tradisional dapat tetap eksis dengan menggabungkan nilai budaya lokal dan strategi modern berbasis teknologi. Pendekatan adaptif ini memperkuat posisi Tiar Handycraft sebagai pelaku UMKM yang tidak hanya melestarikan budaya, tetapi juga menyesuaikan dengan kebutuhan zaman.

### C. Kesesuaian dengan Teori Pengembangan Organisasi

Transformasi organisasi Tiar Handycraft memiliki kesesuaian yang kuat dengan berbagai teori pengembangan organisasi modern. Salah satu teori yang paling relevan adalah teori *Organization Development (OD)* oleh French dan Bell (1999), yang menekankan perubahan sistemik dan terencana untuk meningkatkan efektivitas organisasi. Dalam konteks Tiar Handycraft, perubahan struktur organisasi, peningkatan kompetensi digital, dan transformasi budaya kerja merupakan bentuk nyata intervensi OD yang bertujuan meningkatkan daya saing. Langkah adaptasi yang dilakukan sejalan dengan model OD klasik yang sistematis, yang melibatkan tahapan diagnosis organisasi, pengumpulan dan analisis informasi, hingga perancangan intervensi spesifik untuk mengatasi masalah dan meningkatkan efektivitas organisasi (N. L. & M., 2023). Intervensi yang diimplementasikan, berupa pelatihan *21<sup>st</sup> Century Skills* untuk diversifikasi produk Karawo merupakan praktik OD yang terencana untuk meningkatkan kapabilitas organisasi dalam menghadapi tantangan pasar modern (Danial et al., 2024).

Selain OD, teori *Dynamic Capabilities* (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) juga sangat relevan. Teori ini menyatakan bahwa kemampuan organisasi untuk mengenali peluang (*sensing*), memanfaatkan peluang (*seizing*), dan menyusun ulang sumber daya (*reconfiguring*) menentukan keberhasilannya dalam menghadapi perubahan lingkungan. Tiar Handycraft menunjukkan ketiga kemampuan tersebut melalui deteksi peluang digital (mengamati tren pemasaran online), pemanfaatan peluang (membangun platform e-commerce), dan penyusunan ulang sumber daya (melatih karyawan dan mengubah struktur kerja). Proses ini membuktikan bahwa Tiar Handycraft telah mengembangkan kemampuan dinamis yang diperlukan untuk bertahan di pasar digital.

Kesesuaian juga terlihat dengan teori *Learning Organization* (Senge, 1990), yang menyatakan bahwa organisasi yang berhasil adalah yang mampu belajar secara berkelanjutan. Tiar Handycraft

mendorong budaya berbagi pengetahuan antara pengrajin tradisional dan tim pemasaran digital, sehingga tercipta pembelajaran lintas generasi dan disiplin. Pola ini menunjukkan transformasi berbasis pembelajaran yang menjadikan inovasi sebagai inti pengembangan organisasi.

Teori *Transformational Leadership* (Bass, 1990) juga tercermin dalam praktik kepemimpinan Tiar Handycraft. Pemimpin berperan sebagai inspirator yang menanamkan visi digital, membangun komitmen tim, dan menciptakan semangat perubahan positif. Gaya kepemimpinan ini penting dalam lingkungan UMKM, karena perubahan hanya dapat terjadi jika seluruh anggota organisasi memiliki visi yang sama dan merasa menjadi bagian dari proses tersebut.

Dari sisi pendekatan strategis, transformasi Tiar Handycraft juga sejalan dengan teori *Strategic Fit* yang menekankan kesesuaian antara strategi organisasi, struktur internal, dan kondisi lingkungan eksternal (Miles & Snow, 2003). Dalam hal ini, Tiar Handycraft berhasil menyesuaikan strategi bisnis berbasis digital dengan kemampuan internal dan nilai budaya yang dimiliki, sehingga tercipta keseimbangan antara modernitas dan tradisi.

Dengan demikian, transformasi Tiar Handycraft dapat dikatakan memiliki dasar teoritis yang kuat. Proses yang dijalani tidak hanya bersifat reaktif terhadap perubahan teknologi, tetapi juga merupakan bentuk perubahan terencana yang sesuai dengan prinsip-prinsip pengembangan organisasi modern. Hal ini memperkuat posisi Tiar Handycraft sebagai model praktik terbaik bagi UMKM berbasis budaya yang ingin beradaptasi dengan era digital.

#### D. Dampak Transformasi terhadap Kinerja UMKM Tiar Handycraft

Transformasi organisasi dan strategi adaptasi digital yang dijalankan Tiar Handycraft membawa dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Dampak tersebut mencakup aspek finansial, operasional, pemasaran, serta pemberdayaan sosial budaya. Dari sisi finansial, diversifikasi produk dan digitalisasi dapat meningkatkan pendapatan dan penjualan serta efisiensi biaya promosi (Danial et al., 2024). Peningkatan penjualan ini merupakan indikator kinerja utama yang dihasilkan dari strategi adaptasi digital (Laksmi et al., 2023). Melalui platform digital seperti marketplace dan media sosial, Tiar Handycraft mampu menjangkau konsumen di luar Gorontalo, bahkan hingga pasar nasional. Hasilnya, penjualan meningkat tanpa perlu investasi besar dalam infrastruktur fisik.

Dari sisi operasional, penggunaan teknologi digital mempercepat proses pemesanan dan produksi. Sistem manajemen pesanan berbasis online memudahkan pencatatan transaksi, stok bahan, dan jadwal produksi. Efisiensi ini meningkatkan produktivitas dan mengurangi risiko kesalahan manusia. Di sisi lain, perajin juga mendapat kesempatan belajar teknologi baru yang mempercepat proses kerja tanpa mengorbankan kualitas sulaman tradisional. Dari perspektif pemasaran, dampak transformasi terlihat jelas melalui peningkatan visibilitas merek. Melalui kampanye digital dan konten kreatif, Tiar Handycraft berhasil membangun citra Karawo sebagai produk fesyen bernilai budaya tinggi. Storytelling budaya menjadi kunci utama untuk menarik konsumen yang menghargai keaslian dan makna di balik produk.

Selain aspek ekonomi, transformasi ini juga berdampak pada dimensi sosial dan budaya. Pemberdayaan perajin lokal meningkat karena mereka kini lebih terlibat dalam proses kreatif digital dan pengambilan keputusan. Perajin perempuan, khususnya, mendapatkan peluang lebih luas untuk berkontribusi dalam promosi dan manajemen digital. Hal ini memperkuat fungsi sosial UMKM sebagai penggerak ekonomi inklusif di daerah.

Namun, transformasi juga menghadirkan tantangan baru. Ketergantungan terhadap teknologi menuntut peningkatan kapasitas SDM secara berkelanjutan. Oleh karena itu, Tiar Handycraft terus mengembangkan pelatihan digital dan membangun sistem pembelajaran internal agar perajin dapat beradaptasi dengan cepat. Secara umum, dampak positif transformasi jauh lebih besar dibanding tantangan yang muncul. Secara keseluruhan, transformasi organisasi Tiar Handycraft membuktikan bahwa adaptasi digital bukan hanya meningkatkan kinerja ekonomi, tetapi juga memperkuat keberlanjutan sosial dan budaya. Kombinasi antara inovasi, digitalisasi, dan pelestarian tradisi menjadikan Tiar Handycraft sebagai contoh nyata UMKM berbasis budaya yang berhasil berkembang di era digital.

## **KESIMPULAN**

Transformasi pengembangan organisasi dan strategi adaptasi digital pada Tiar Handycraft menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi dengan nilai budaya tradisional dapat

meningkatkan kinerja ekonomi melalui diversifikasi produk dan pemasaran digital, serta memperkuat aspek sosial budaya dengan menjaga keaslian warisan Karawo. UMKM ini mampu memperluas pasar dan meningkatkan penjualan secara signifikan melalui pengembangan kapasitas SDM dan inovasi produk berbasis teknologi. Untuk menjangkau pelanggan yang lebih besar di dalam dan di luar negeri, penggunaan platform digital seperti marketplace dan media sosial menjadi strategi penting.

Transformasi ini juga meningkatkan fungsi sosial Tiar Handycraft sebagai penggerak kekuatan ekonomi inklusif di daerah selain aspek operasional dan pemasaran. Penglibatan pengrajin, terutama perempuan, dalam proses kreatif digital dan pengambilan keputusan meningkatkan partisipasi mereka dalam pengembangan dan manajemen bisnis. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat memberikan banyak manfaat sosial, seperti meningkatkan peran UMKM sebagai agen pembangunan berkelanjutan yang mempertahankan nilai-nilai tradisional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan literasi digital, Tiar Handycraft mampu menjalankan strategi bertahap yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang. Pengembangan kapasitas, inovasi produk, dan familiarisasi dengan teknologi baru secara terus-menerus menjadi faktor kunci keberhasilan transformasi tersebut. Ke depannya, pelaksanaan evaluasi berkala dan pemanfaatan kemitraan strategis diharapkan akan memperkuat posisi UMKM ini dalam menghadapi dinamika pasar digital, sekaligus menjaga kekayaan budaya Karawo agar tetap lestari dan bersaing di era globalisasi.

## **SARAN**

Tiar Handycraft disarankan untuk terus mengembangkan inovasi desain dan teknologi digital, seperti penggunaan desain digital 3D dan platform *e-commerce* agar produk Karawo tetap menarik di pasar modern, terutama di kalangan anak muda. Tiar Handycraft juga perlu memanfaatkan media sosial secara kreatif dan lebih intensif, serta memperkuat kehadiran di marketplace internasional agar dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Menggunakan konten storytelling yang menonjolkan budaya lokal dan proses pembuatan produk dapat memperkuat branding dan daya tarik produk. Membangun kemitraan strategis dengan lembaga pelatih, pemerintah, dan platform digital akan memperkuat ekosistem pengembangan usaha. Selain itu, pelatihan dalam pengelolaan usaha digital dan inovasi desain perlu terus diberikan agar pengrajin tetap adaptif terhadap tren pasar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alinti, S., Ollilingo, F. Z., & Saleh, S. E. (2025). Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Industri Kecil Kerajinan Karawo Di Kota Gorontalo. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 185–195. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/2016>
- Danial, H., Ismail, Y. L., & Padiku, I. R. (2024). 21st Century Skills Transformation through Karawo Products Diversification on Creative Economy Towards UMKM Karawo Empowerment. *Journal Community Development*, 5(5), 8984–8994. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/35012>
- Ismail, Y. L., Danial, H., Padiku, I. R., & Mahmud, R. (2025). *TECHNOCULTURAL INNOVATION IN WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP: TRANSFORMING 3D KARAWO EMBROIDERY DIGITALLY*. 6(5), 5754–5768.
- KKI Website. (2025). Tiar Handycraft. In *Umkm Kki*. <https://www.karyakreatifindonesia.co.id/umkm/ifamoy>
- Laksmi, P., Rahmayanti, D., & Pratiwi, K. A. (2023). Pengembangan Keunggulan Bersaing UMKM Sektor Fashion di Kota Denpasar Berbasis Digitalisasi dan Kapabilitas Inovasi : Peran Mediasi Organizational Agility. 11(2), 315–325.

- Mashita, J. (2024). *TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DIGITAL PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)*. 3(11), 3277-3284.
- N. L., H., & M., A. (2023). *Pengembangan Organisasi PT C Berdasarkan Tahap Pertumbuhan Organisasi*. 1(2), 21-27.
- Rustu, Muhammad Gibran, et al. (2025). *Literature Review : Strategi Manajemen Perubahan dan Transformasi Digital dalam Pengembangan Organisasi dan UMKM di Era Digital*. 03(04), 2001-2006.
- Sukandi, P., Lisdayanti, A., Hapsari, A. Y., Nilasari, I., & Latifah, I. (2025). *MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIS UMKM STRATEGI ADAPTASI DI ERA DIGITAL*. 6(1), 635-639.
- Irianto, O., Syahrul, R. S., & Aziz, R. A. (2025). *Transformasi Ekonomi Kreatif di Era Digital: Strategi dan Implementasi Pengembangan Unit Mikro Kecil dan Menengah*. *Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi*, 3(3), 231-242.
- Pertiwi, W. N. B. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Produk Fashion Lokal (Studi Kasus Thenblank)*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 2(2), 37-45.
- Ifani, D., Febrianti, R. A., & Bastomi, M. (2024). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM ZIGMARIE HOMESET & FASHION)*. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 828-836.
- Sudana, I. W., Sakakibara, M., & Karuni, N. K. (2023). *Influence of Various Factors on the Development of Karawo Traditional Textiles in Gorontalo Province, Indonesia*. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 38(4), 385-394.
- Waty, M., Soesanto, S., Haryanto, E., & Sugiarto, E. (2025). *Optimizing Karawo Art-Based Digital Learning Media to Strengthen Local Cultural Identity*. *JTP-Jurnal Teknologi Pendidikan*, 27(2), 694-706.
- Mannan, A., & Tamrin, M. M. (2021). *Pusat Produksi Dan Informasi Kerajinan Seni Karawo Di Gorontalo Dengan Pendekatan Arsitektur vernakular*. *Venustas: Jurnal Arsitektur, Sains Bangunan, Kota Dan Permukiman*, 1(1), 31-37.
- Gonzalez-Varona, J. M., López-Paredes, A., Poza, D., & Acebes, F. (2024). *Building and development of an organizational competence for digital transformation in SMEs*. *arXiv preprint arXiv:2406.01615*.
- Lokuge, S., & Duan, S. X. (2021). *Towards understanding enablers of digital transformation in small and medium-sized enterprises*. *arXiv preprint arXiv:2111.05989*.