

FASILITASI PELESTARIAN IDENTITAS KAWASAN SEKARBELA SEBAGAI KAMPUNG MUTIARA RAMAH MUSLIM MELALUI GERAKAN BERSAMA KOMUNITAS

Ima Rahmawati Sushanti^{1)*}, Fariz Primadi Hirsan²⁾, Sri Rahmi Yunianti³⁾

^{1,2,3}Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia
fariz.primadi@gmail.com

Diterima 2 Juni 2026, Direvisi 22 September 2026, Disetujui 24 September 2026

ABSTRAK

Kawasan Sekarbela di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat, merupakan sentra kerajinan mutiara yang memiliki nilai strategis secara ekonomi, sosial, dan budaya. Meskipun identitas kawasan sebagai Kampung Mutiara telah tumbuh secara organik, fasilitasi sistematis terhadap pelestarian identitas tersebut belum dilaksanakan secara terpadu. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memfasilitasi pelestarian identitas Kawasan Sekarbela sebagai Kampung Mutiara Ramah Muslim melalui pendekatan gerakan bersama komunitas. Metode yang digunakan meliputi community empowerment approach, collaborative governance, dan participatory action research (PAR) yang dilaksanakan dalam lima tahap: identifikasi, perencanaan partisipatif, implementasi, monitoring-evaluasi, dan penguatan keberlanjutan. Kegiatan melibatkan komunitas perajin mutiara, tokoh masyarakat, pemerintah kelurahan, dan pemangku kepentingan terkait. Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya Kelompok Kerja Komunitas Kampung Mutiara Ramah Muslim, tersusunnya dokumen rencana aksi bersama, peningkatan kapasitas branding kawasan berbasis digital, serta penguatan identitas visual kawasan melalui desain signage dan elemen tematik. Kegiatan ini berkontribusi pada penguatan daya saing kawasan, pelestarian identitas lokal, serta implementasi prinsip pariwisata ramah Muslim yang berkelanjutan. Implikasi praktis meliputi model kolaborasi multipihak yang dapat direplikasi pada kawasan kerajinan tematik lainnya.

Kata kunci: *Identitas kawasan; Kampung Mutiara; ramah Muslim; gerakan komunitas; ekonomi kreatif.*

ABSTRACT

The Sekarbela area in Mataram City, West Nusa Tenggara Province, is a pearl craft center with strategic economic, social, and cultural value. Although the area's identity as a "Pearl Village" has grown organically, systematic facilitation for preserving this identity has not been implemented in an integrated manner. This community service activity aims to facilitate the preservation of the Sekarbela area's identity as a Muslim-Friendly Pearl Village through a joint community movement approach. The methods used include a community empowerment approach, collaborative governance, and participatory action research (PAR), implemented in five stages: identification, participatory planning, implementation, monitoring and evaluation, and strengthening sustainability. The activity involved the pearl crafting community, community leaders, the village government, and relevant stakeholders. The results of the activity indicate the formation of a Muslim-Friendly Pearl Village Community Working Group, the development of a joint action plan document, increased capacity for digital-based regional branding, and strengthening the area's visual identity through signage design and thematic elements. This activity contributes to strengthening regional competitiveness, preserving local identity, and implementing the principles of sustainable Muslim-friendly tourism. Practical implications include a multi-stakeholder collaboration model that can be replicated in other thematic craft areas.

Keywords: *Regional identity; Kampung Mutiara; Muslim-friendly; community movement; creative economy.*

PENDAHULUAN

Kawasan Sekarbela merupakan salah satu wilayah strategis di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang dikenal luas sebagai sentra

kerajinan mutiara terbesar dan paling bersejarah di Indonesia bagian tengah. Aktivitas produksi, perakitan, dan perdagangan perhiasan mutiara telah berlangsung secara turun-temurun, membentuk

struktur ekonomi lokal sekaligus menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas sosial dan budaya masyarakat setempat. Menurut UN-Habitat (2020), pembangunan kota yang berkelanjutan harus berpusat pada masyarakat (*people centered*), melibatkan komunitas dalam setiap proses perencanaan dan pengelolaan kawasan agar pembangunan yang dilakukan benar-benar mencerminkan kebutuhan dan nilai lokal.

Tren pengembangan pariwisata kontemporer menunjukkan pergeseran yang signifikan menuju wisata berbasis pengalaman, identitas lokal, dan nilai-nilai keberlanjutan. Nasahiko Natori (2001) mendefinisikan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) sebagai kegiatan wisata yang digerakkan oleh masyarakat lokal dalam mempromosikan pertukaran sosial-budaya, serta membangun komunitas yang dinamis melalui optimalisasi potensi alam, budaya, sejarah, dan sumber daya lokal. Dalam konteks ini, Kota Mataram sebagai kota dengan mayoritas penduduk Muslim memiliki peluang besar untuk mengembangkan konsep pariwisata ramah Muslim (*Muslim friendly tourism*) yang tidak sekadar berorientasi pada fasilitas ibadah (Pamungkas, 2025; Rafli & Balqiah, 2024), tetapi juga menyentuh dimensi etika, kebersihan, kenyamanan, dan keramahan lingkungan sosial (Henderson, 2016; Battour & Ismail, 2016).

Identitas Sekarbela sebagai Kampung Mutiara Ramah Muslim sesungguhnya telah tumbuh secara alami melalui praktik sosial masyarakat, seperti etika berdagang berbasis nilai Islam, pola interaksi sosial yang guyub, serta keberadaan fasilitas keagamaan di lingkungan permukiman. Namun demikian, identitas tersebut belum difasilitasi secara sistematis dalam kebijakan penataan kawasan maupun pengelolaan pariwisata. Kavaratzis & Hatch (2013) menegaskan bahwa dinamika identitas kawasan (*place brand*) dibangun melalui pendekatan berbasis identitas yang bersifat relasional dan dinamis, bukan semata-mata oleh intervensi *top down* dari pemerintah, dimana nilai, sejarah, dan tradisi lokal tetap dijaga karena masyarakat dilibatkan sejak awal (Qonitah & Ekomadyo, 2022). Senada dengan itu, Kavaratzis & Kalandides (2015) menyatakan bahwa pembentukan identitas kawasan merupakan proses interaktif yang melibatkan pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha secara bersama-sama (*co-creation of place identity*).

Permasalahan yang dihadapi Kawasan Sekarbela dapat diidentifikasi menjadi dua dimensi utama. Pertama, lemahnya representasi identitas kawasan secara fisik dan visual: tidak adanya signage tematik, elemen street furniture yang mencerminkan karakter mutiara dan nilai Ramah Muslim, serta penataan ruang publik yang belum

mendukung kualitas pengalaman wisatawan. Kedua, terbatasnya kapasitas komunitas dalam mengelola dan mempromosikan identitas kawasan secara kolektif, termasuk kurangnya pemahaman tentang branding kawasan, digital marketing, dan pengelolaan wisata berbasis komunitas. Kondisi ini menyebabkan potensi besar Sekarbela sebagai destinasi wisata kreatif perkotaan belum berkembang secara optimal (Dempsey et al., 2011).

Fasilitasi pelestarian identitas kawasan melalui gerakan bersama komunitas diharapkan mampu mendorong tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging and place attachment*) terhadap kawasan, meningkatkan kualitas lingkungan permukiman dan ruang publik, serta memperkuat citra Sekarbela sebagai destinasi wisata kreatif perkotaan yang berkarakter dan berdaya saing. Tsaniyah & Hidayatullah (2025) menegaskan bahwa destinasi wisata perkotaan yang kompetitif adalah yang memiliki identitas lokal autentik, bukan kawasan generik tanpa karakter. Dengan demikian, pengembangan Sekarbela tidak hanya berorientasi pada peningkatan kunjungan wisata dan nilai ekonomi semata, tetapi juga pada keberlanjutan sosial, pelestarian budaya, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh sesuai dengan amanah SDG 8, SDG 11, dan SDG 17 (United Nation, 2023).

Tujuan kegiatan pengabdian ini yakni memberikan fasilitasi pelestarian identitas kawasan melalui gerakan bersama komunitas diharapkan mampu mendorong tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap kawasan, meningkatkan kualitas lingkungan permukiman dan ruang publik, serta memperkuat citra Sekarbela sebagai destinasi wisata kreatif perkotaan yang berkarakter. Richards (2021) menyatakan bahwa destinasi wisata perkotaan yang kompetitif adalah yang memiliki identitas lokal yang autentik, bukan kawasan generik tanpa karakter. Dengan demikian, pengembangan Sekarbela tidak hanya berorientasi pada peningkatan kunjungan wisata dan nilai ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan sosial, pelestarian budaya, dan kualitas hidup masyarakat.

METODE

1. Pendekatan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif berbasis masyarakat (*participatory and community-based approach*) yang menempatkan komunitas perajin mutiara sebagai subjek utama kegiatan. Tim pelaksana berperan sebagai fasilitator yang membantu komunitas dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Pendekatan ini dipilih karena terbukti lebih efektif dalam menghasilkan program yang sesuai

dengan kebutuhan lokal dan memiliki tingkat keberlanjutan yang lebih tinggi (Chambers, 2017).

Metode *Participatory Action Research* (PAR) digunakan sebagai kerangka metodologis yang mengintegrasikan tiga proses secara simultan: partisipasi komunitas dalam setiap tahap kegiatan, tindakan nyata yang menghasilkan perubahan kondisi kawasan, dan refleksi kritis terhadap proses dan hasil kegiatan. PAR dipilih karena mampu menjembatani antara pengetahuan akademis dengan kearifan lokal komunitas perajin mutiara dalam menghasilkan solusi yang kontekstual dan berkelanjutan.

2. Lokasi dan Mitra Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Kawasan Sekarbela, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Mitra utama kegiatan meliputi: (1) komunitas perajin mutiara Sekarbela; (2) pemerintah Kelurahan Sekarbela; (3) Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Mataram; (4) tokoh masyarakat dan tokoh agama setempat; serta (5) asosiasi pedagang mutiara lokal. Pemilihan mitra didasarkan pada peran strategis mereka dalam pengelolaan identitas kawasan dan pengembangan ekonomi kreatif lokal (Jefry Gasperz et al., 2023).

3. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dalam lima tahap yang saling berkaitan dan berkesinambungan:

- 1) Tahap pertama adalah Identifikasi dan Pemetaan Awal, yang dilakukan melalui observasi lapangan secara sistematis, wawancara mendalam (in-depth interview) dengan tokoh komunitas dan perajin mutiara, serta Focus Group Discussion (FGD) bersama para pemangku kepentingan kawasan. Pada tahap ini dilakukan pemetaan kondisi eksisting kawasan, identifikasi potensi dan permasalahan, serta analisis aktor dan relasi kekuasaan dalam pengelolaan kawasan.

- 2) Tahap kedua adalah Perencanaan Partisipatif, yang dilaksanakan melalui serangkaian lokakarya (workshop) yang melibatkan seluruh mitra kegiatan. Lokakarya ini bertujuan merumuskan visi bersama pengembangan Kawasan Sekarbela sebagai Kampung Mutiara Ramah Muslim, menyusun rencana aksi bersama yang terukur dan realistis, serta membangun konsensus tentang prioritas pengembangan kawasan.
- 3) Tahap ketiga adalah Pelaksanaan Program, yang meliputi: (a) pelatihan penguatan branding kawasan berbasis identitas lokal dan nilai Ramah Muslim; (b) pendampingan pembentukan Kelompok Kerja Komunitas Kampung Mutiara Ramah Muslim; (c) pengembangan sistem identitas visual kawasan meliputi desain signage, mural tematik, dan elemen street furniture; serta (d) pengembangan platform promosi digital berbasis media sosial dan peta digital komunitas.
- 4) Tahap keempat adalah Monitoring dan Evaluasi, yang dilaksanakan secara berkala menggunakan instrumen evaluasi yang dikembangkan bersama mitra. Evaluasi mencakup penilaian ketercapaian indikator program, identifikasi kendala pelaksanaan, serta perumusan rekomendasi perbaikan berbasis umpan balik langsung dari komunitas.
- 5) Tahap kelima adalah Penguatan Keberlanjutan Program, yang diarahkan pada konsolidasi kelembagaan Kelompok Kerja Komunitas Kampung Mutiara, penguatan jejaring kolaborasi dengan pemerintah daerah, serta advokasi integrasi program ke dalam kebijakan penataan kawasan Kota Mataram secara formal.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

No.	Tahap Kegiatan	Uraian Kegiatan	Peran Tim	Peran Mitra	Luaran
1	Identifikasi Awal	Observasi lapangan, wawancara mendalam, FGD dengan komunitas perajin mutiara; pemetaan aktor dan permasalahan kawasan	Memfasilitasi diskusi dan analisis data lapangan	Menyampaikan kondisi, potensi, dan permasalahan eksisting	Peta potensi dan permasalahan kawasan
2	Perencanaan Partisipatif	Lokakarya penyusunan konsep Kampung Mutiara Ramah Muslim; perumusan rencana aksi bersama multipihak	Memfasilitasi perumusan konsep dan strategi kawasan	Terlibat aktif dalam penyusunan rencana aksi	Dokumen rencana aksi bersama

No.	Tahap Kegiatan	Uraian Kegiatan	Peran Tim	Peran Mitra	Luaran
3	Pelaksanaan Program	Pelatihan branding kawasan berbasis digital, pengelolaan identitas lokal, dan wisata berbasis komunitas	Menyampaikan materi dan pendampingan teknis	Mengikuti pelatihan dan mempraktikkan langsung	Peningkatan kapasitas SDM komunitas
4	Monitoring & Evaluasi	Evaluasi berkala terhadap pelaksanaan dan hasil program; pengukuran indikator keberhasilan	Menyusun instrumen evaluasi dan analisis data	Memberikan umpan balik dan testimoni kegiatan	Laporan evaluasi kegiatan
5	Penguatan Keberlanjutan	Penguatan kelembagaan Kelompok Kerja Komunitas; jejaring kolaborasi dengan pemerintah daerah	Memfasilitasi kemitraan dan advokasi kebijakan	Menjalankan dan mengembangkan kelembagaan komunitas	Komunitas pengelola kawasan yang mandiri

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Kondisi Eksisting Kawasan Sekarbela

Hasil observasi lapangan dan FGD dengan komunitas perajin mutiara menunjukkan gambaran komprehensif tentang kondisi eksisting Kawasan Sekarbela. Kawasan ini menampung lebih dari 200 unit usaha kerajinan mutiara dengan berbagai skala, mulai dari usaha rumahan (home industry) berskala mikro hingga toko-toko perhiasan berskala menengah. Aktivitas produksi dan perdagangan berpusat di sepanjang koridor utama kawasan yang menjadi spine (tulang punggung) ekonomi lokal.

Secara fisik, kawasan menunjukkan karakteristik permukiman perkotaan dengan kepadatan sedang hingga tinggi, dengan campuran fungsi hunian, produksi, dan perdagangan yang belum terzonasi secara jelas. Identifikasi lapangan menemukan beberapa permasalahan utama: (1) tidak adanya penanda kawasan (gateway) yang mencerminkan identitas Kampung Mutiara; (2) minimnya elemen visual tematik seperti mural, signage, dan street furniture yang berkarakter; (3) keterbatasan ruang publik yang nyaman untuk interaksi sosial dan kegiatan wisata; serta (4) belum terintegrasinya elemen-elemen nilai Ramah Muslim dalam tata ruang kawasan secara fisik.

2. Perencanaan Partisipatif: Konsep Kampung Mutiara Ramah Muslim

Lokakarya perencanaan partisipatif yang diselenggarakan dalam tiga sesi menghasilkan rumusan konsep pengembangan yang komprehensif dan disepakati secara bersama oleh seluruh pemangku kepentingan. Konsep Kampung Mutiara Ramah Muslim didefinisikan sebagai kawasan kerajinan perkotaan yang mengintegrasikan empat pilar utama: (1) keunggulan produk mutiara yang berkualitas dan autentik; (2) lingkungan kawasan

yang tertata, nyaman, dan mencerminkan identitas lokal secara visual; (3) layanan dan interaksi sosial yang ramah, jujur, dan selaras dengan nilai-nilai Islam; serta (4) pengelolaan kawasan yang partisipatif, kolaboratif, dan berkelanjutan.

Dokumen Rencana Aksi Bersama (RAB) yang dihasilkan memuat kerangka integrasi antara penataan fisik ruang dan penguatan kapasitas sosial: (a) Jangka Pendek (1 Tahun): Pembentukan kelembagaan KKK, penetapan standar visual/logo kawasan, pembuatan prototype signage toko, dan pengaktifan media sosial/peta digital. (b) Jangka Menengah (3 Tahun): Pembangunan gapura penanda (gateway), penataan elemen street furniture koridor utama, dan perbaikan fasilitas penunjang ramah Muslim. (c) Jangka Panjang (5 Tahun): Integrasi Sekarbela ke dalam Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) Kota Mataram sebagai Kawasan Cagar Budaya dan Kerajinan Tematik.

3. Pelaksanaan Program

a. Penguatan Kapasitas Komunitas

Serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan berhasil meningkatkan kapasitas komunitas perajin mutiara secara signifikan. Pelatihan branding kawasan berbasis identitas lokal dan nilai Ramah Muslim diikuti oleh 48 peserta yang merepresentasikan berbagai lapisan komunitas perajin. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman peserta tentang konsep branding kawasan sebesar 67,3%, dari skor rata-rata 38,2 menjadi 63,9 (skala 100). Lebih spesifik, pemahaman tentang konsep place identity meningkat 71,4%, pemahaman tentang digital marketing untuk kawasan wisata meningkat 64,8%, dan pemahaman tentang pengelolaan wisata berbasis komunitas meningkat 65,7%.

Pendampingan pembentukan Kelompok Kerja Komunitas (KKK) Kampung Mutiara Ramah

Muslim berhasil mengkonsolidasikan 20 anggota aktif yang mewakili berbagai kelompok dalam komunitas perajin: perajin mutiara (35%), pedagang perhiasan (25%), pengrajin perak (20%), pelaku jasa pariwisata (10%), dan perwakilan tokoh masyarakat (10%). Kelompok kerja ini telah menyusun Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART), program kerja tahunan, serta struktur organisasi yang fungsional dengan pembagian tugas yang jelas.



Gambar 1. Penguatan Kapasitas Komunitas Masyarakat Muslimah

(Sumber : Dokumen Kegiatan, 2026)

b. Penguatan Identitas Visual Kawasan

Komponen inovasi sistem identitas visual kawasan menghasilkan satu paket desain terpadu yang siap diimplementasikan, meliputi: (1) desain gateway/gapura masuk kawasan dengan motif mutiara dan kaligrafi Islam yang elegan; (2) sistem signage tematik yang konsisten dengan panduan warna dan tipografi yang mencerminkan identitas Kampung Mutiara Ramah Muslim; (3) konsep mural tematik untuk titik-titik strategis di koridor kawasan yang menggambarkan sejarah dan proses kerajinan mutiara; serta (4) desain elemen street furniture (tempat duduk, penerangan jalan, pot tanaman) dengan detail ornamen mutiara.

Platform promosi digital berupa akun media sosial terpadu (Instagram dan Facebook) berhasil diaktivasi dengan konten awal yang menampilkan profil kawasan, produk unggulan, proses produksi, dan nilai-nilai Kampung Mutiara Ramah Muslim. Peta digital komunitas yang dapat diakses melalui Google Maps telah dilengkapi dengan informasi tentang toko-toko anggota komunitas, fasilitas keagamaan, dan titik-titik wisata di kawasan.

Tabel 2. Rekapitulasi Capaian Luaran Kegiatan

No.	Indikator Luaran	Target	Capaian	Keterangan
1	Terbentuknya Kelompok Kerja Komunitas Kampung Mutiara Ramah Muslim	1 kelompok	1 kelompok (20 anggota aktif)	Tercapai; kelompok memiliki AD/ART dan program kerja (SK akan dibuat menyusul oleh kelurahan)
2	Dokumen Rencana Aksi Bersama	1 dokumen	1 dokumen (tervalidasi multipihak)	Tercapai; dokumen telah diverifikasi bersama stakeholder
4	Desain Sistem Identitas Visual Kawasan	1 paket desain	1 paket (signage, mural di jalan gang H.M Nur, street furniture berupa pot bunga)	Tercapai; desain siap diimplementasikan
6	Jejaring Kolaborasi Multipihak (Look Lombok, Dinas Pariwisata Kota Mataram, STP Mataram)	3 institusi	3 institusi (pemerintah, swasta, akademisi)	Tercapai; jejaring lebih luas dari rencana awal

4. Monitoring dan Evaluasi

a. Efektivitas Pendekatan Gerakan Bersama Komunitas

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan gerakan bersama komunitas (community

movement approach) terbukti efektif dalam memfasilitasi pelestarian identitas kawasan. Hal ini konsisten dengan argumen Ansell & Gash (2008), menegaskan bahwa collaborative governance menghasilkan solusi yang lebih kontekstual, lebih

diterima oleh masyarakat, dan lebih berkelanjutan dibandingkan pendekatan top down. Terbentuknya Kelompok Kerja Komunitas yang solid dengan keanggotaan multistakeholder mencerminkan keberhasilan membangun "collaborative regime" yang menjadi prasyarat governance kolaboratif yang efektif (Kirana & Artisa, 2020).

Proses perencanaan partisipatif yang dilaksanakan melalui serangkaian lokakarya berhasil menghasilkan Rencana Aksi Bersama yang legitimasinya bersumber dari konsensus komunitas, bukan sekadar mandat formal dari atas. Legitimasi berbasis konsensus ini merupakan modal sosial kritis yang meningkatkan kemungkinan implementasi dan keberlanjutan program. Rasyid & Darumurti (2022) menekankan bahwa *shared motivation* (motivasi bersama) yang tumbuh dari proses inklusif dan demokratis adalah faktor kunci keberhasilan *collaborative governance* jangka panjang.

b. Konstruksi Identitas Kawasan melalui Co-Creation

Proses pembentukan identitas Kawasan Sekarbela sebagai Kampung Mutiara Ramah Muslim yang dilaksanakan dalam kegiatan ini merepresentasikan model *co-creation* identitas kawasan yang sesuai dengan kerangka teoretis Kavaratzis & Kalandides (2015). Identitas yang dirumuskan bukan semata-mata citra yang dirancang oleh pemerintah atau akademisi, melainkan hasil negosiasi dan konstruksi bersama yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan kawasan.

Menarik dicatat bahwa identitas "Ramah Muslim" yang dirumuskan dalam kegiatan ini bukan merupakan label eksternal yang ditempelkan dari luar, melainkan refleksi dari nilai-nilai yang telah hidup dan dipraktikkan secara autentik dalam kehidupan sehari-hari komunitas perajin mutiara. Hal ini sesuai dengan argumen Kavaratzis & Hatch (2013) bahwa *expressed identity* yang paling kuat dan autentik adalah yang berakar pada *experienced identity* komunitas, yaitu cara komunitas menghayati dan memaknai identitas kawasannya sendiri. Autentisitas ini merupakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh kawasan lain.

5. Penguatan Keberlanjutan

a. Penguatan Kapasitas dan Transformasi Komunitas

Peningkatan kapasitas komunitas dalam aspek branding kawasan dan pengelolaan wisata berbasis komunitas yang ditunjukkan oleh hasil *pre-post test* merupakan indikator transformasi pengetahuan (*knowledge transformation*) yang penting (Padang et al., 2022). Namun, perlu dicatat bahwa peningkatan pengetahuan belum tentu serta-merta diterjemahkan menjadi perubahan perilaku dan praktik. Diperlukan pendampingan jangka panjang untuk memastikan bahwa pengetahuan yang

diperoleh benar-benar diinternalisasi dan dipraktikkan dalam pengelolaan kawasan sehari-hari.

Pembentukan KKK Kampung Mutiara Ramah Muslim merupakan inovasi kelembagaan (*institutional innovation*) yang signifikan. Kelembagaan komunitas yang solid merupakan prasyarat keberlanjutan program pengembangan kawasan berbasis komunitas. Keberadaan AD/ART dan program kerja yang jelas memberikan kerangka akuntabilitas internal yang penting untuk memastikan tata kelola kelompok yang baik. Tantangan ke depan adalah mempertahankan komitmen anggota dan memastikan regenerasi kepemimpinan yang berkelanjutan.

b. Relevansi dengan SDGs dan Asta Cita

Kegiatan ini memiliki relevansi yang kuat dengan agenda pembangunan berkelanjutan global maupun nasional. Dalam kerangka SDGs, kegiatan ini berkontribusi pada: SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) melalui penguatan kapasitas UMKM kerajinan mutiara; SDG 11 (Kota dan Permukiman Berkelanjutan) melalui pelestarian identitas kawasan dan peningkatan kualitas lingkungan permukiman; serta SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan) melalui pembangunan jejaring kolaborasi multipihak (United Nation, 2023).

Dalam konteks pembangunan nasional, kegiatan ini selaras dengan arah Asta Cita, khususnya Asta Cita 3 (Meningkatkan Kualitas Pertumbuhan Ekonomi yang Berkeadilan) melalui penguatan ekonomi kreatif berbasis komunitas, Asta Cita 5 (Memperkuat Pembangunan Berbasis Kebudayaan dan Kearifan Lokal) melalui pelestarian identitas Kampung Mutiara Ramah Muslim yang berbasis budaya lokal (Ilhamuddin et al., 2018), serta Asta Cita 8 (Memperkuat Tata Kelola Pemerintahan yang Kolaboratif) melalui model *collaborative governance* yang dikembangkan dalam kegiatan ini.

c. Implikasi Praktis dan Keterbatasan Kegiatan

Kegiatan ini menghasilkan beberapa implikasi praktis yang dapat direplikasi pada konteks kawasan kerajinan tematik lainnya. Pertama, model fasilitasi berbasis gerakan bersama komunitas menunjukkan efektivitasnya dalam membangun konsensus dan legitimasi program pengembangan kawasan. Kedua, pendekatan *co-creation* identitas kawasan yang mengintegrasikan nilai-nilai religius lokal terbukti menghasilkan identitas yang lebih autentik dan berkelanjutan dibandingkan pendekatan branding generik. Ketiga, investasi dalam penguatan kapasitas komunitas melalui pelatihan dan pendampingan menghasilkan modal sosial yang menjadi fondasi keberlanjutan program jangka panjang.

Kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara jujur. Pertama, durasi kegiatan yang terbatas menyebabkan evaluasi

dampak jangka menengah belum dapat dilakukan; diperlukan penelitian tindak lanjut untuk mengukur perubahan yang lebih substantif. Kedua, implementasi fisik sistem identitas visual kawasan masih dalam tahap desain dan belum sepenuhnya terwujud secara fisik, sehingga dampak terhadap daya tarik wisata kawasan belum dapat diukur secara langsung. Ketiga, keberhasilan program sangat bergantung pada komitmen dan keberlanjutan keterlibatan pemerintah daerah, yang memerlukan advokasi kebijakan yang konsisten dan berkelanjutan.



Gambar 2. Kegiatan fasilitasi identitas Kampung Mutiara Ramah Muslim
(Sumber : Dokumen Kegiatan, 2026)

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan fasilitasi pelestarian identitas Kawasan Sekarbela sebagai Kampung Mutiara Ramah Muslim melalui gerakan bersama komunitas telah berhasil dilaksanakan dengan capaian yang melebihi target dalam beberapa indikator kunci. Pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang digunakan terbukti efektif dalam membangun konsensus komunitas, meningkatkan kapasitas kolektif, dan menghasilkan produk-produk kegiatan yang legitimasinya bersumber dari komunitas itu sendiri.

Tiga temuan utama dapat digarisbawahi dari pelaksanaan kegiatan ini: (1) identitas Kampung Mutiara Ramah Muslim yang dibangun melalui proses co-creation menghasilkan konstruksi identitas yang lebih autentik, relevan, dan berkelanjutan dibandingkan pendekatan top-down; (2) penguatan kapasitas komunitas melalui pelatihan dan pendampingan menghasilkan peningkatan pengetahuan yang signifikan (rata-rata 67,3%) dan mendorong terbentuknya kelembagaan komunitas yang solid; serta (3) pendekatan collaborative governance yang dikembangkan berhasil

membangun jejaring kolaborasi multipihak yang melampaui target awal, mencakup lima institusi dari berbagai sektor.

Berdasarkan temuan dan refleksi kritis terhadap pelaksanaan kegiatan, beberapa saran yang diajukan. Bagi pemerintah Kota Mataram, disarankan untuk mengintegrasikan Rencana Aksi Bersama yang telah disusun ke dalam dokumen perencanaan kawasan formal (RDTR/RTRW) dan mengalokasikan anggaran khusus untuk implementasi sistem identitas visual kawasan. Bagi komunitas perajin mutiara, disarankan untuk mempertahankan dan memperkuat kelembagaan KKK Kampung Mutiara melalui program kerja yang terencana dan akuntabel. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan evaluasi dampak jangka menengah dan panjang dari kegiatan ini, serta mengembangkan model replikasi untuk kawasan kerajinan tematik lainnya di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tim pelaksana juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada komunitas perajin mutiara di Kawasan Wisata Belanja Sekarbela, Pemerintah Kelurahan Karang Pule, Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Mataram, serta seluruh pemangku kepentingan yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Chambers, R. (2017). *Can We Know Better? Practical Action Publishing*. <https://doi.org/10.3362/9781780449449>
- Dempsey, N., Bramley, G., Power, S., & Brown, C. (2011). The social dimension of sustainable development: Defining urban social sustainability. *Sustainable Development*, 19(5), 289–300. <https://doi.org/10.1002/sd.417>

- Henderson, J. C. (2016). Muslim travellers, tourism industry responses and the case of Japan. *Tourism Recreation Research*, 41(3), 339–347.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2016.1215090>
- Ilhamuddin, H. M., Rusminah, R., Hilmiati, H., & Ahyar, M. (2018). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Perhiasan Mutiara Di Kota Mataram. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 7(1), 58–69.
<https://doi.org/10.29303/jmm.v7i1.402>
- Jefry Gasperz, Christina Sososutiksno, Yuyun Yuniarti Layn, Jabida Latuamury, Revy Wilhelmina Silooy, Franco B. Limba, Shella Gilby Sapulette, Alfrin Ernest M. Usmany, Kathleen Asyera Risakotta, Trisye M. Kilay, M. Rifkhi Fauzan S., & Zalni. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pada Kelompok Ibu-Ibu PKK Desa Galala. *PUBLICA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 92–94.
<https://doi.org/10.58738/publica.v1i2.21>
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands. *Marketing Theory*, 13(1), 69–86.
<https://doi.org/10.1177/1470593112467268>
- Kavaratzis, M., & Kalandides, A. (2015). Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 47(6), 1368–1382.
<https://doi.org/10.1177/0308518X15594918>
- Kirana, C. A. D., & Artisa, R. A. (2020). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Collaborative Governance di Kota Batu. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, 6(1), 68–84.
<https://doi.org/10.26618/kjap.v6i1.3119>
- Nasihiko Natori. (2001). *A guidebook for tourism-based community development*.
- Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2022). Penerapan Strategi City Branding Dalam Mewujudkan Subulussalam Sebagai Kota Santri. *Jurnal Common*, 5(2), 165–177.
<https://doi.org/10.34010/common.v5i2.6342>
- Pamungkas, P. (2025). Tinjauan Literatur Mengenai Keberlanjutan Kebijakan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 3(1), 38–48.
<https://doi.org/10.61696/juparita.v3i1.634>
- Qonitah, L., & Ekomadyo, A. S. (2022). Creative Placemaking pada Kampung Batik Semarang Studi Kasus Kelurahan Rejomulyo. *ARSITEKTURA*, 20(2), 289.
<https://doi.org/10.20961/arst.v20i2.60074>
- Rafli, M., & Balqiah, E. (2024). Peran halal-friendly destination attributes dan experience dalam meningkatkan revisit intention dunia fantasi. *Journal of Youth and Outdoor Activities*, 1(2), 129–158.
<https://doi.org/10.61511/jyoa.v1i2.2024.1396>
- Rasyid, K., & Darumurti, A. (2022). Collaborative Governance dalam Pengelolaan Obyek Wisata Bahari Wilayah Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika di Kabupaten Lombok Tengah Tahun 2020-2021. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 3(2), 75–91.
<https://doi.org/10.18196/jpk.v3i2.13476>
- Tsaniyah, N., & Hidayatullah, N. L. (2025). Strategi City Branding Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan Oleh Pokdarwis Untuk Menarik Minat Wisatawan Mancanegara. *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, 5(2), 216–225.
<https://doi.org/10.30742/juisspol.v5i2.4496>
- UN-HABITAT. (2020). *World cities report 2020 : the value of sustainable urbanization: xxxvii, 377 p.* (World Cities Report).
<https://unhabitat.org/wcr>
- United Nation. (2023). *The Sustainable Development Goals Report 2023: Special Edition*.