



Penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Rangka Menyongsong Era Pemasaran Digital di Desa Sukaresmi

Abdul Rachman¹, Iwan Setiawan², Susilowati³, Mudanto Pamungkas⁴, Yayan Sudaryan⁵, Mukhlis Catio⁶

^{1,2,3,4,5,6} Magister Manajemen, Universitas Pamulang

E-mail : * a.rachman95@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v7i3.3304>

Info Artikel:

Diterima :

2026-07-01

Diperbaiki :

2026-07-05

Disetujui :

2026-07-06

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Pengrajin Sepatu, Usaha Mikro

Abstrak Industri alas kaki berskala mikro di Desa Sukaresmi menghadapi tantangan serius berupa keterbatasan inovasi, akses pasar yang sempit, serta rendahnya penguasaan teknologi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas modal manusia pelaku usaha agar mampu mengadopsi teknologi digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Metode pelaksanaan program ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan penyuluhan transformasi digital, pelatihan teknis fotografi produk, praktik langsung pembuatan akun toko daring, serta pendampingan manajerial secara berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis, dan motivasi pelaku usaha dalam memanfaatkan platform niaga elektronik. Hubungan hasil ini menjadi solusi nyata dalam penyelesaian masalah karena keberhasilan pengrajin mengelola identitas merek dan saluran penjualan daring secara mandiri terbukti efektif memotong jalur distribusi konvensional yang panjang, memperluas jangkauan pasar, serta membangun kemandirian ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Abstract: The micro-scale footwear industry in Sukaresmi Village faces serious challenges in the form of limited innovation, narrow market access, and low mastery of digital marketing technology. This community service activity aims to strengthen the human capital capacity of business actors so they can adopt digital technology to expand market reach and increase business

Keywords: *Community Empowerment, Digital Marketing, Micro Enterprises, Shoe Craftsmen*

competitiveness. The implementation method of this program uses a participatory approach through stages of digital transformation counseling, technical training in product photography, hands-on practice in creating online store accounts, and ongoing managerial assistance. The results of the activity show an increase in knowledge, technical skills, and motivation of business actors in utilizing electronic commerce platforms. The relationship of these results becomes a real solution in problem-solving because the success of craftsmen in independently managing brand identity and online sales channels has proven effective in cutting long conventional distribution channels, expanding market reach, and building sustainable local economic independence.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan ekonomi lokal. Kabupaten Bogor merupakan salah satu wilayah dengan dinamika ekonomi yang tinggi dan didukung oleh berkembangnya sektor industri, perdagangan, serta jasa, sehingga memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM berbasis industri kreatif. Di Kecamatan Tamansari, khususnya Desa Sukaresmi, industri sepatu dan sandal telah berkembang sebagai salah satu sentra ekonomi masyarakat yang berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan lokal. Berdasarkan penelitian Prihatini, desa ini memiliki sekitar 289 unit industri kecil sepatu dan sandal yang mempekerjakan rata-rata 7–8 pekerja pada setiap unit usaha, sehingga menjadi salah satu penggerak utama perekonomian daerah.

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, pelaku UMKM di Desa Sukaresmi masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing usahanya. Sebagian besar usaha masih mengandalkan pola pemasaran konvensional dengan pemanfaatan teknologi digital yang terbatas, sehingga sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rendahnya penguasaan media sosial, *marketplace*, manajemen merek, dan strategi pemasaran digital menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Selain itu, kajian mengenai kluster industri alas kaki di Tamansari juga menekankan bahwa keterbatasan inovasi, kapasitas sumber daya manusia (SDM), serta integrasi teknologi pemasaran masih menjadi permasalahan yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara besarnya potensi ekonomi industri sepatu dan sandal di Desa Sukaresmi dengan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan peluang transformasi digital. Dari perspektif teori

human capital, investasi pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan akan meningkatkan produktivitas serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Becker, 1993). Sejalan dengan itu, pengembangan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran digital menjadi semakin penting mengingat perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi informasi dan platform digital. Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM tidak hanya memiliki nilai akademik, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

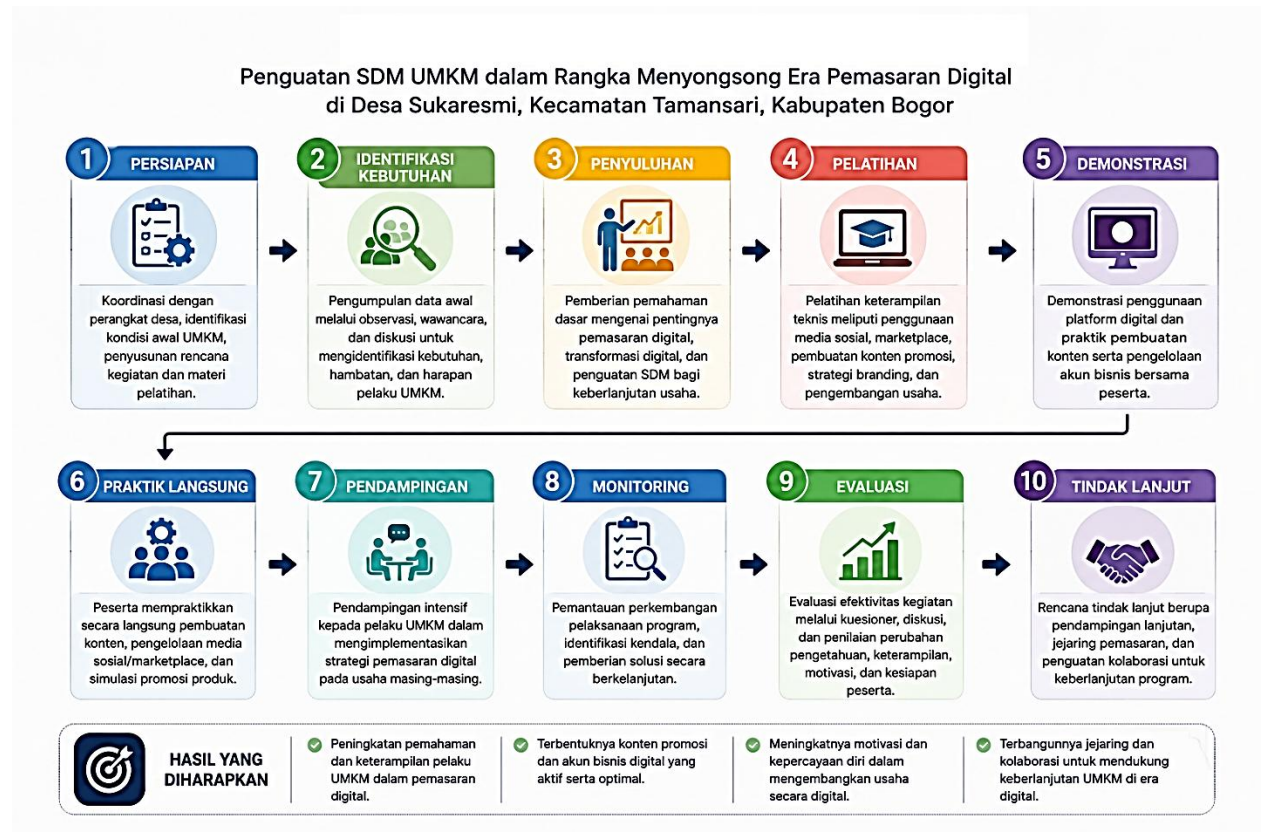
Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi program penguatan sumber daya manusia bagi pelaku UMKM industri sepatu dan sandal di Desa Sukaresmi dalam menghadapi era pemasaran digital. Secara khusus, penelitian ini mengevaluasi upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial, marketplace, serta strategi pemasaran digital sebagai sarana memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Melalui pendekatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan, penelitian ini juga menilai bagaimana intervensi berbasis pengembangan kapasitas dapat mendukung adaptasi UMKM terhadap transformasi digital.

Jurnal ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dengan memperkuat pemahaman mengenai hubungan antara pengembangan SDM, transformasi digital, dan peningkatan daya saing UMKM pada industri berbasis masyarakat. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, pemerintah, dan pemangku kepentingan dalam merancang strategi pemberdayaan UMKM yang berorientasi pada penguatan kompetensi digital dan pemasaran modern. Dari sisi praktis, temuan penelitian ini menawarkan model penguatan kapasitas SDM yang dapat direplikasi pada sentra-sentra UMKM lain untuk mendukung pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan di era digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang dipadukan dengan metode partisipatif melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Pemilihan desain studi kasus didasarkan pada tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai upaya penguatan sumber daya manusia (SDM) pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi transformasi pemasaran digital pada konteks lokal tertentu. Pendekatan partisipatif diterapkan agar pelaku UMKM tidak hanya menjadi objek kegiatan, tetapi

juga berperan aktif dalam proses identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pelatihan, praktik, pendampingan, hingga evaluasi program. Kerangka pelaksanaan juga mengacu pada prinsip pemberdayaan masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses peningkatan kapasitas (Chambers, 1995).



Gambar 1. Work breakdown structure Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan dilaksanakan di Desa Sukaresmi, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, yang dikenal sebagai salah satu sentra industri sepatu dan sandal berbasis usaha mikro dan kecil. Pemilihan lokasi didasarkan pada tingginya potensi ekonomi lokal sekaligus masih terbatasnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran yang meliputi tahap persiapan, identifikasi kebutuhan, penyuluhan, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, monitoring dan evaluasi.

Populasi penelitian mencakup pelaku UMKM industri sepatu dan sandal di Desa Sukaresmi yang terdiri atas pemilik usaha, pengelola, anggota keluarga yang terlibat dalam operasional usaha, serta sebagian tenaga kerja dan pemuda desa yang memiliki minat terhadap pengembangan kewirausahaan berbasis digital. Pemilihan partisipan dilakukan menggunakan teknik *purposive* sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dalam kegiatan usaha dan relevansi terhadap tujuan program penguatan kapasitas digital. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, sekitar 10 (Sepuluh) peserta mengikuti rangkaian penyuluhan dan pelatihan sebagai

sampel implementasi program karena dinilai mewakili kelompok sasaran yang membutuhkan peningkatan kompetensi pemasaran digital.

Tim PKM Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang menyiapkan alat dan bahan yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan agar dapat terlaksana dengan baik dan lancar, diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Bahan dan alat

No.	Alat/Bahan	Fungsi dalam Kegiatan PKM
1	Laptop atau komputer	Digunakan oleh tim PKM untuk menyampaikan materi, menampilkan presentasi, mendemonstrasikan penggunaan platform digital, serta mengelola administrasi kegiatan.
2	LCD proyektor dan layar	Menampilkan materi pelatihan, video edukasi, contoh strategi pemasaran digital, serta simulasi penggunaan media sosial dan <i>marketplace</i> .
3	Mikrofon dan sistem pengeras suara	Mendukung kelancaran penyampaian materi dan diskusi sehingga seluruh peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Perangkat ini dipersiapkan pada tahap awal pelaksanaan.
4	Smartphone (<i>smartphone</i>)	Menjadi media utama praktik peserta dalam membuat akun bisnis, mengunggah produk, mengambil foto produk, dan mengelola media sosial pemasaran.
5	Jaringan internet atau Wi-Fi	Memungkinkan peserta mengakses platform digital, media sosial, <i>marketplace</i> , dan berbagai aplikasi pendukung pemasaran daring.
6	Modul pelatihan dan materi penyuluhan	Berisi konsep pemasaran digital, strategi branding, penggunaan media sosial, dan langkah-langkah praktis yang menjadi panduan peserta selama pelatihan.
7	Media presentasi (PowerPoint dan video edukasi)	Membantu penyampaian materi secara visual sehingga lebih mudah dipahami oleh peserta.
8	Contoh produk sepatu dan sandal	Digunakan sebagai objek praktik fotografi produk, penyusunan katalog, dan simulasi promosi digital.
9	Platform media sosial dan <i>marketplace</i>	Menjadi sarana praktik pembuatan akun bisnis, pengunggahan produk, penyusunan deskripsi, dan simulasi pemasaran digital.
10	Kamera atau kamera Smartphone	Digunakan untuk dokumentasi kegiatan serta praktik pengambilan foto produk yang menarik untuk kebutuhan promosi.

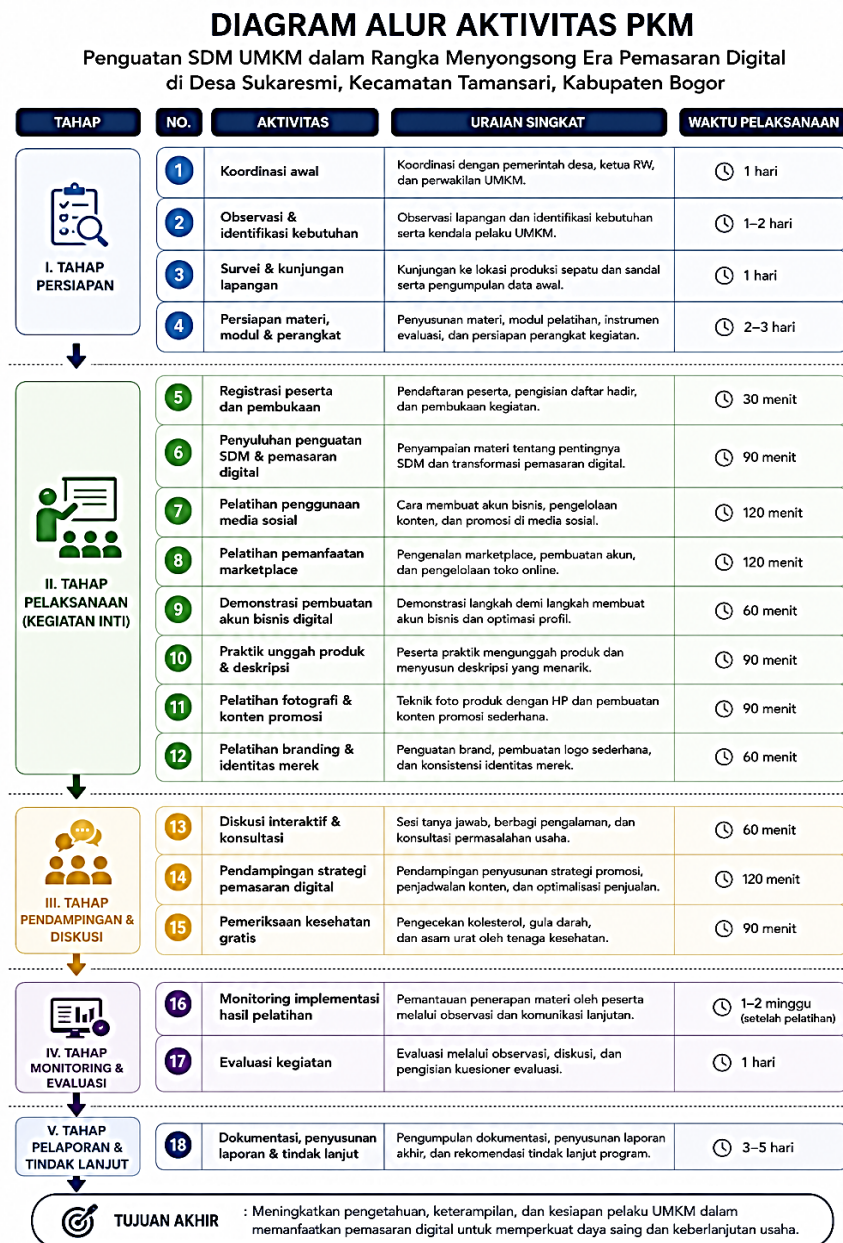
11	Kuesioner evaluasi	Digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman, kepuasan, serta perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan.
12	Lembar observasi dan pedoman wawancara	Membantu tim PKM mengumpulkan data mengenai kondisi awal, kebutuhan peserta, proses pelaksanaan, dan hasil kegiatan.
13	Alat tulis kantor (ATK)	Digunakan untuk pencatatan, pengisian daftar hadir, penyusunan catatan diskusi, dan administrasi kegiatan.
14	Dokumentasi kegiatan (foto dan video)	Berfungsi sebagai bukti pelaksanaan program sekaligus mendukung penyusunan laporan dan publikasi hasil PKM.

Instrumen penelitian meliputi lembar observasi, pedoman wawancara semi-terstruktur, panduan diskusi kelompok (*focus group discussion*), dokumentasi kegiatan, serta kuesioner evaluasi yang digunakan untuk mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, partisipasi, dan kesiapan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Indikator evaluasi meliputi pemahaman konsep pemasaran digital, kemampuan menggunakan media sosial dan *marketplace*, kemampuan menyusun konten promosi, peningkatan kemampuan manajerial, tingkat partisipasi peserta, perubahan motivasi terhadap transformasi digital, kepuasan terhadap pelaksanaan program, serta potensi keberlanjutan implementasi hasil pelatihan. Instrumen disusun berdasarkan tujuan kegiatan dan digunakan secara konsisten selama proses monitoring dan evaluasi.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas usaha dan pelaksanaan pelatihan, wawancara dengan pelaku UMKM dan perangkat desa, diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*), dokumentasi kegiatan, serta kunjungan lapangan ke lokasi produksi. Observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi awal dan perubahan perilaku peserta selama program berlangsung, sedangkan wawancara dan diskusi kelompok dimanfaatkan untuk menggali kebutuhan, hambatan, dan persepsi peserta mengenai pemasaran digital. Dokumentasi berupa foto, daftar hadir, materi pelatihan, dan hasil praktik digunakan sebagai data pendukung dalam proses evaluasi.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil observasi, wawancara, diskusi, dokumentasi, serta evaluasi pelaksanaan program. Data dianalisis dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah intervensi untuk mengidentifikasi perubahan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan peserta dalam

mengadopsi strategi pemasaran digital. Analisis dilakukan secara manual tanpa menggunakan perangkat lunak statistik khusus karena fokus penelitian adalah memberikan interpretasi komprehensif terhadap proses pelaksanaan dan dampak program penguatan SDM bagi pelaku UMKM di Desa Sukaresmi.



Gambar 2. Diagram Alur Aktivitas PKM

Adapun alur aktivitas pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Sukaresmi Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor dapat diuraikan pada table di bawah ini:

Tabel 2. Uraian Aktivitas Pelaksanaan PKM

No.	Aktivitas	Peserta	Perangkat yang Digunakan
1	Koordinasi awal dengan pemerintah desa dan pemangku kepentingan	Tim PKM, perangkat desa, ketua RW, perwakilan UMKM	Laptop, dokumen koordinasi, alat tulis, <i>Smartphone</i>
2	Observasi dan identifikasi kebutuhan UMKM	Tim PKM dan pelaku UMKM	Lembar observasi, kamera/ <i>Smartphone</i> , alat tulis
3	Survei dan kunjungan ke lokasi produksi sepatu dan sandal	Tim PKM dan pemilik usaha	Kamera, <i>Smartphone</i> , formulir survei, alat tulis
4	Persiapan materi dan modul pelatihan	Tim PKM	Laptop, perangkat lunak presentasi, printer, modul pelatihan
5	Registrasi dan pembukaan kegiatan PKM	Tim PKM, peserta UMKM, pemerintah desa	Meja registrasi, daftar hadir, alat tulis
6	Penyuluhan tentang penguatan SDM dan pemasaran digital	Narasumber dan pelaku UMKM	Laptop, LCD proyektor, layar, mikrofon, pengeras suara
7	Pelatihan penggunaan media sosial untuk promosi usaha	Tim PKM dan pelaku UMKM	<i>Smartphone</i> , laptop, koneksi internet, LCD proyektor
8	Pelatihan pemanfaatan marketplace	Tim PKM dan pelaku UMKM	<i>Smartphone</i> , laptop, internet, akun marketplace
9	Demonstrasi pembuatan akun bisnis digital	Tim PKM dan pelaku UMKM	<i>Smartphone</i> , laptop, proyektor, jaringan internet
10	Praktik pengunggahan produk dan penyusunan deskripsi produk	Pelaku UMKM dengan pendampingan tim PKM	<i>Smartphone</i> , laptop, contoh produk, internet
11	Pelatihan fotografi produk dan pembuatan konten promosi	Tim PKM dan pelaku UMKM	Kamera atau <i>Smartphone</i> , contoh produk

12	Pelatihan branding dan identitas merek	Narasumber dan pelaku UMKM	Laptop, <i>LCD proyektor</i> , materi presentasi
13	Diskusi interaktif dan konsultasi permasalahan usaha	Tim PKM dan seluruh peserta	Mikrofon, papan tulis/flipchart, alat tulis
14	Pendampingan penyusunan strategi pemasaran digital	Tim PKM dan pelaku UMKM	Laptop, <i>Smartphone</i> , media sosial, marketplace
15	Pemeriksaan kesehatan gratis (kolesterol, gula darah, dan asam urat)	Tenaga kesehatan/mahasiswa dan masyarakat	Alat ukur gula darah, kolesterol, asam urat, alat medis pendukung
16	Monitoring implementasi hasil pelatihan	Tim PKM dan pelaku UMKM	Lembar monitoring, <i>Smartphone</i> , kamera
17	Evaluasi kegiatan melalui observasi, diskusi, dan kuesioner	Tim PKM dan seluruh peserta	Kuesioner, alat tulis, laptop
18	Dokumentasi dan penyusunan laporan akhir	Tim PKM	Kamera, laptop, perangkat lunak pengolah dokumen, dokumentasi foto dan video

Hasil dan Pembahasan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) industri alas kaki di Desa Sukaresmi, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam menghadapi transformasi pemasaran digital melalui peningkatan literasi digital, penguatan manajemen usaha, serta penguasaan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi.

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki kemampuan produksi yang baik dan menghasilkan produk dengan kualitas yang kompetitif. Namun demikian, kemampuan tersebut belum diimbangi dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Sebagian besar mitra masih mengandalkan sistem penjualan konvensional melalui pelanggan tetap, pengepul, maupun jaringan pemasaran lokal sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Selain itu, rendahnya kemampuan pengelolaan administrasi usaha dan

pencatatan keuangan sederhana menjadi kendala dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.



Gambar 3. Pelaku UMKM sedang melakukan penyelesaian produksi alas kaki

Berdasarkan kondisi tersebut, tim PKM melaksanakan rangkaian kegiatan yang terdiri atas penyuluhan, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan. Tahap pertama berupa penyuluhan mengenai transformasi digital dan literasi keuangan. Materi yang diberikan meliputi perubahan perilaku konsumen pada era digital, pentingnya pemasaran berbasis internet, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pemanfaatan lembaga keuangan sebagai alternatif pembiayaan usaha. Kegiatan ini memberikan pemahaman baru kepada peserta mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang profesional sebagai dasar peningkatan daya saing UMKM.



Gambar 4. Pelaku UMKM menerima pelatihan teknis pemasaran digital oleh para mahasiswa Universitas Pamulang

Tahap berikutnya berupa pelatihan teknis pemasaran digital yang dilaksanakan menggunakan pendekatan praktik langsung (*hands-on training*). Peserta didampingi dalam membuat akun media sosial bisnis dan marketplace, melakukan pengambilan foto produk menggunakan telepon pintar, menyusun deskripsi produk yang menarik, serta membuat katalog digital sederhana. Pendekatan praktik dipilih agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan tersebut secara mandiri dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya perubahan kemampuan peserta setelah mengikuti kegiatan. Sebagian besar peserta telah berhasil membuat akun bisnis digital, mengunggah produk secara mandiri, serta mulai memahami teknik penyusunan konten promosi yang lebih menarik. Selain itu, peserta mulai menerapkan pencatatan sederhana terhadap transaksi usaha sehingga mampu membedakan arus kas usaha dengan keuangan pribadi. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi digital mampu mendorong perubahan perilaku pengelolaan usaha ke arah yang lebih profesional.

Temuan tersebut mendukung **Human Capital Theory** yang dikemukakan oleh Gary Becker, yang menyatakan bahwa investasi pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan merupakan faktor utama dalam meningkatkan produktivitas individu maupun organisasi. Dalam konteks kegiatan PKM ini, peningkatan literasi digital menjadi bentuk investasi sumber daya manusia yang mampu meningkatkan kesiapan

pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Rendahnya adopsi teknologi yang sebelumnya dialami oleh mitra bukan semata-mata disebabkan oleh keterbatasan modal finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh rendahnya kesiapan kompetensi digital pelaku usaha.

Hasil tersebut juga sejalan dengan konsep pengembangan sumber daya manusia yang dikemukakan oleh Gary Dessler, yang menegaskan bahwa peningkatan kompetensi akan efektif apabila didasarkan pada analisis kebutuhan nyata organisasi. Materi pelatihan yang disusun berdasarkan kebutuhan riil pelaku UMKM terbukti mampu meningkatkan partisipasi peserta sekaligus mempercepat proses transfer pengetahuan.

Dari perspektif pemasaran, kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace menunjukkan bahwa digital marketing memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung pada jalur distribusi konvensional. Kondisi ini mendukung konsep pemasaran modern yang dikemukakan oleh Philip Kotler bahwa teknologi digital memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan langsung dengan konsumen, meningkatkan visibilitas produk, serta memperkuat citra merek melalui komunikasi pemasaran yang lebih efektif.

Keberhasilan program juga dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung. Faktor internal yang paling dominan adalah tingginya motivasi peserta untuk mempelajari teknologi baru serta pengalaman mereka dalam memproduksi alas kaki berkualitas. Sementara itu, faktor eksternal berupa berkembangnya perdagangan elektronik nasional, tingginya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta dukungan Pemerintah Desa Sukaresmi terhadap kegiatan pemberdayaan masyarakat turut mempercepat proses implementasi pemasaran digital.

Meskipun demikian, pelaksanaan program masih menghadapi beberapa kendala. Rendahnya kemampuan digital awal menyebabkan peserta memiliki tingkat pemahaman yang berbeda sehingga proses pendampingan memerlukan waktu lebih lama. Selain itu, keterbatasan perangkat pendukung, kualitas jaringan internet yang belum stabil, dan kesibukan peserta dalam kegiatan produksi menjadi hambatan dalam pelaksanaan praktik secara optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh peningkatan kompetensi individu, tetapi juga memerlukan dukungan infrastruktur dan pendampingan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil PKM menunjukkan bahwa penguatan kapasitas SDM melalui peningkatan literasi digital merupakan strategi yang efektif dalam

mempercepat transformasi pemasaran UMKM. Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam memanfaatkan platform digital, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional, adaptif, dan berorientasi pada pengembangan pasar. Dengan demikian, kegiatan PKM memberikan kontribusi praktis sebagai model pemberdayaan UMKM berbasis pengembangan kapasitas manusia yang dapat direplikasi pada sentra industri kecil lainnya yang memiliki karakteristik serupa.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan pembahasan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Sukaresmi, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM industri alas kaki melalui penguatan literasi digital, manajemen usaha, dan pemasaran berbasis teknologi. Peningkatan kompetensi tersebut memberikan dampak nyata terhadap kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk, sehingga mampu mengurangi ketergantungan pada pola pemasaran konvensional yang selama ini terbatas pada jaringan pelanggan tetap dan perantara. Selain itu, peserta telah mampu mengoperasikan berbagai platform digital secara mandiri, mulai dari pembuatan akun bisnis, penyusunan katalog digital, fotografi produk, hingga penyusunan konten promosi yang menarik. Penguatan keterampilan digital yang diintegrasikan dengan pemahaman dasar mengenai pengelolaan keuangan dan administrasi usaha turut mendorong tumbuhnya kemandirian dalam mengelola bisnis. Dengan demikian, peningkatan kapasitas modal manusia (*human capital*) melalui pengembangan kompetensi digital terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing serta mempersiapkan UMKM industri alas kaki Desa Sukaresmi untuk beradaptasi dengan transformasi pemasaran di era digital.

Keberlanjutan program penguatan kapasitas SDM perlu didukung melalui kegiatan pendampingan yang bersifat berkesinambungan agar kemampuan digital yang telah diperoleh dapat terus berkembang dan diterapkan secara optimal. Model pendampingan berbasis komunitas (*peer-to-peer mentoring*) dapat diterapkan dengan melibatkan pelaku UMKM yang telah menguasai teknologi digital sebagai pendamping bagi anggota lainnya sehingga proses transfer pengetahuan tetap berlangsung setelah program PKM selesai. Selain itu, materi pelatihan pada kegiatan selanjutnya disarankan disusun secara lebih adaptif, sederhana, dan modular dalam bentuk panduan visual maupun video tutorial agar mudah dipelajari kembali sesuai dengan waktu luang pelaku usaha. Pemerintah desa juga diharapkan dapat mendukung transformasi digital melalui penyediaan fasilitas bersama berupa pusat layanan digital UMKM yang dilengkapi dengan akses internet yang memadai dan perangkat pendukung untuk kegiatan pemasaran daring. Di sisi lain, perguruan

tinggi bersama mitra pemerintah, dunia usaha, dan komunitas perlu memperluas kolaborasi dalam bentuk pendampingan jangka panjang dengan menambahkan materi yang lebih inovatif, seperti pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) untuk pembuatan konten promosi, analisis pasar digital, dan pengelolaan media sosial. Sinergi yang berkelanjutan diharapkan mampu mempercepat transformasi digital sekaligus meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Desa Sukaresmi.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Universitas Pamulang, khususnya Direktorat Pascasarjana dan Program Studi Magister Manajemen, yang telah memberikan dukungan administratif, fasilitas, serta ruang akademis bagi terlaksananya Tri Dharma Perguruan Tinggi ini.
2. Bapak Dr. Yayan Sudaryana, M.M. dan Bapak Dr. Mukhlis Catio, M.Ed., selaku Dosen Pendamping PKM, yang telah mencurahkan bimbingan, arahan strategis, serta masukan teoretis dan praktis yang sangat berharga sejak tahap perencanaan hingga penyusunan artikel ilmiah ini.
3. Pemerintah Desa Sukaresmi, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, khususnya kepada Kepala Desa Bapak Rukmana, S.I.P., Sekretaris Desa Bapak Ariadi, beserta seluruh perangkat desa dan pengurus RW, atas izin, dukungan fasilitas di SMPN 2 Tamansari, dan koordinasi lapangan yang luar biasa.
4. Para Pelaku UMKM Pengrajin Sepatu dan Sandal di Desa Sukaresmi, selaku mitra sasaran utama, atas antusiasme, partisipasi aktif, keterbukaan, dan semangat kolaborasi yang tinggi di sepanjang rangkaian kegiatan penyuluhan, pelatihan, hingga kunjungan lapangan.
5. Rekan-rekan Mahasiswa Kelas MM01S2ME001C Magister Manajemen Universitas Pamulang, atas kerja keras, solidaritas, kontribusi swadaya, dan dedikasi penuh dalam mengawal seluruh tahapan program pengabdian ini demi kemajuan ekonomi lokal masyarakat.

Referensi

- Becker, G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education* (3rd ed.). Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Harlow, England: Pearson.

- Chambers, R. (1995). *Poverty and livelihoods: Whose reality counts?* Brighton, England: Institute of Development Studies.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). New York, NY: Pearson.
- Gendalasari, G., & Triandi. (2018). Potret kinerja UMKM sepatu dan sandal di Bogor dalam berkompetisi pada perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 6(2), 102-108. doi:10.37641/jimkes.v6i2.159
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). New York, NY: Pearson.
- Prihatini, J. (2019). Tantangan industri kecil sepatu sandal dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 untuk meningkatkan pendapatan pengrajin (Studi di Desa Sukaresmi Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(1), 66-74. doi:10.31334/bijak.v16i1.325
- Putra, G. S. A., & Maulana, N. (2019). Strategi meningkatkan daya saing industri kreatif Indonesia: Studi kasus pengembangan klaster industri alas kaki Kecamatan Tamansari, Bogor. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 97-109. doi:10.31337/manajemen.v10i2.825
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.