

Pelatihan Dan Pendampingan Kompetensi SDM BUMDes Dan Pelaku UMKM Untuk Meningkatkan Jejaring Usaha Di Desa Sindangsuka

Wa Ode Zusnita Muizu¹, Dara Sagita Triski²

¹Jurusan Manajemen, Universitas Padjadjaran

²Jurusan Manajemen, Universitas Padjadjaran

Email: ¹waode.zusnita@unpad.ac.id, ²dara.sagita@unpad.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) bertujuan untuk pengembangan ekonomi lokal di Desa Sindangsuka, Kabupaten Garut, dengan fokus pada penguatan peran BUMDes dan pelaku UMKM dalam bidang manajemen bisnis. Program PPM dilaksanakan untuk meningkatkan kompetensi dan kapasitas masyarakat desa dalam berbagai aspek yang menjadi fokus, termasuk pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), pemasaran, produksi, dan pembangunan jejaring usaha. Hasil kegiatan PPM tahun kedua (2024) menunjukkan adanya kemajuan signifikan dalam beberapa aspek. Terjalin komunikasi yang baik antara Dosen pelaksana PPM, Manager Restoran Adhigana (Unit Bisnis Universitas Padjadjaran), dan Direktur BUMDes Sindangsuka, yang bertujuan untuk menjalin kerjasama dalam jejaring usaha lele organik ke Restoran Adhigana. Peserta pelatihan, baik dari pihak BUMDes maupun pelaku UMKM, mengalami peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam menyusun rencana bisnis serta strategi pemasaran produk. Pelaku UMKM juga melaporkan peningkatan omzet rata-rata sebesar 20% setelah mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan kerja sama antar pelaku usaha yang difasilitasi dalam program ini. Selain itu, evaluasi menunjukkan adanya kemajuan dalam pemanfaatan infrastruktur digital yang mulai digunakan oleh pelaku UMKM untuk memperluas pasar. Pengembangan produk lokal berbasis inovasi juga berhasil dilaksanakan melalui pendampingan intensif.

Kata Kunci: BUMDes, Jejaring Usaha, Kompetensi SDM, Pemasaran, UMKM

Abstract

The Community Service Program (PPM) aims to develop the local economy in Sindangsuka Village, Garut Regency, focusing on strengthening the roles of BUMDes and MSME actors in business management. The PPM program was implemented to enhance the competencies and capacities of the village community in various focus areas, including human resource (HR) development, marketing, production, and the establishment of business networks. The results of the second-year PPM activities (2024) showed significant progress in several aspects. Effective communication was established between the PPM lecturers, the Manager of Adhigana Restaurant (a business unit of Universitas Padjadjaran), and the Director of BUMDes Sindangsuka, aiming to form a partnership in the organic catfish business network for Adhigana Restaurant. Training participants, both from BUMDes and MSME actors, experienced improved understanding and skills in drafting business plans and marketing strategies. MSME actors also reported an average revenue increase of 20% after implementing digital marketing strategies and collaboration among business actors facilitated through this program. Additionally, evaluations indicated progress in utilizing digital infrastructure, which MSME actors have begun to use to expand their markets. The development of local products based on innovation was also successfully carried out through intensive mentoring. This program adopted a more targeted and focused approach based on evaluations and feedback from the previous year. To address local economic challenges,

comprehensive efforts are needed, such as building digital infrastructure, forming networks and collaborations, supporting product development, creating business plans, and fostering partnerships to achieve inclusive and sustainable local economic development.

Keywords: BUMDes, Business Network, HR Competency, Marketing, MSMEs

PENDAHULUAN

Desa Sindangsuka, sebuah komunitas di Kecamatan Cibatu, Kabupaten Garut, Indonesia, memiliki potensi ekonomi yang besar namun diiringi dengan tantangan dalam pengembangan usaha lokal. Dalam upaya mengoptimalkan potensi tersebut, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan dukungan dalam pengembangan kompetensi sumber daya manusia (SDM), manajemen pemasaran, dan produksi. Melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) tahun kedua di Desa Sindangsuka pada tahun 2024, fokus diperkuat untuk meningkatkan kapasitas dan jejaring usaha. Pentingnya pengembangan keterampilan bisnis seiring dengan peningkatan kapasitas dalam manajemen, pemasaran, dan produksi.

Desa Sindangsuka, dengan kondisi lingkungan dan ekonomi lokal yang unik, menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses pengetahuan dan keterampilan manajemen, kurangnya pengembangan jaringan usaha, serta minimnya pemahaman akan strategi pengelolaan SDM, pemasaran, dan produksi yang efisien.

Kegiatan ini menjadi sangat mendesak mengingat keberlanjutan ekonomi desa bergantung pada peningkatan kompetensi pelaku usaha dan BUMDes sebagai penggerak utama ekonomi lokal. Tanpa adanya intervensi yang terarah, keterbatasan infrastruktur, minimnya akses pasar, dan rendahnya produktivitas SDM akan terus menghambat perkembangan ekonomi Sindangsuka, sehingga berpotensi meningkatkan kesenjangan sosial dan ekonomi di wilayah tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) di Desa Sindangsuka

@ Wa Ode Zusnita Muizu, dan Dara Sagita Triski

Analisis situasi menyajikan gambaran umum tentang Desa Sindangsuka, yang terdiri dari 3 Dusun dan 13 RW, dengan mayoritas penduduk bergantung pada pertanian sebagai mata pencarian utama. Namun, tantangan seperti keterbatasan air, kurangnya lapangan kerja untuk generasi muda, dan infrastruktur yang belum berkembang menjadi hambatan dalam pengembangan ekonomi lokal. Permasalahan yang dihadapi BUMDes dan pelaku UMKM, seperti keterbatasan pengetahuan manajemen SDM, kurangnya jaringan usaha, dan kualitas produksi yang tidak konsisten, menjadi dasar untuk merumuskan tujuan kegiatan. Tujuan tersebut mencakup penguatan keterampilan dan pengetahuan, identifikasi peluang kolaborasi, dan pengembangan jaringan usaha.

Melalui penguatan jejaring dan pengembangan kapasitas SDM ini, kegiatan diharapkan mampu menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang lebih mandiri, terhubung secara efektif dengan pasar, dan mendukung transformasi ekonomi Desa Sindangsuka menuju pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Manfaat dari kegiatan ini meliputi peningkatan produktivitas SDM, ekspansi jaringan usaha, kemandirian masyarakat melalui peningkatan kompetensi, dan peningkatan keterlibatan aktif dalam pengembangan desa, sebagai upaya bersama untuk meningkatkan kompetensi SDM, pemasaran, dan produksi sebagai langkah menuju pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif di Desa Sindangsuka.

mengadopsi pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan. Metode pelaksanaan

yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi, diskusi, dan evaluasi.

Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan dan pelatihan yang disampaikan oleh narasumber. Materi yang disampaikan mencakup pemahaman manajemen SDM, organisasi, manajemen pemasaran, produksi, dan peningkatan jejaring usaha. Sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta terkait aspek-aspek tersebut agar dapat diterapkan dalam kegiatan usaha.

Diskusi

Setelah pemaparan materi oleh narasumber, dilakukan diskusi antara narasumber dan seluruh partisipan, termasuk perangkat desa, pengurus

BUMDes, dan pelaku UMKM di Desa Sindangsuka. Diskusi bertujuan untuk memperjelas pemahaman peserta, membuka ruang bagi pertanyaan dan pembahasan lebih lanjut, serta merumuskan strategi penerapan materi dalam konteks lokal.

Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai hasil dan progres dari pelaksanaan program PPM. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi BUMDes dan pelaku usaha sebelum dan setelah pelaksanaan program. Indikator evaluasi mencakup peningkatan pemahaman tentang aspek manajemen SDM, organisasi, pemasaran, produksi, dan jejaring usaha. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, wawancara, dan observasi terhadap partisipan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen SDM dan organisasi BUMDes serta pelaku UMKM menunjukkan peran penting dalam memperkuat jejaring usaha di Desa Sindangsuka. Dengan meningkatnya keterampilan dan pengetahuan melalui pelatihan yang tepat, anggota BUMDes dan pelaku UMKM dapat lebih efektif dalam mengelola usaha mereka. Kompetensi yang ditingkatkan tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memungkinkan mereka untuk membangun jaringan yang kuat dengan pihak terkait dan pelaku UMKM lainnya. Pengembangan kompetensi sumber daya manusia (SDM) telah menjadi fokus utama dalam manajemen organisasi yang efektif. Menurut Armstrong (2009), kompetensi SDM mencakup keterampilan, pengetahuan, dan perilaku yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang diinginkan dalam suatu posisi atau peran dalam organisasi. Dalam literatur, pendekatan pengembangan kompetensi

SDM melibatkan identifikasi kebutuhan kompetensi, perencanaan pelatihan yang efektif, dan evaluasi terhadap pencapaian kompetensi yang diinginkan (Noe et al., 2019).

Selain itu, pentingnya pengembangan kompetensi SDM juga terkait erat dengan peran SDM dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Menurut Barney (1991), sumber daya manusia yang kompeten dapat menjadi salah satu sumber daya yang sulit ditiru oleh pesaing dan dapat memberikan keunggulan jangka panjang bagi organisasi. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi SDM menjadi krusial dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif organisasi di pasar yang kompetitif (Boxall & Purcell, 2016). Hal ini tidak hanya meningkatkan akses mereka terhadap sumber daya dan peluang, tetapi juga memperkuat daya saing di pasar lokal. Peningkatan kompetensi SDM dan organisasi juga

memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi lokal dengan mendorong pertumbuhan ekonomi di Desa Sindangsuka dan menciptakan lapangan kerja baru.

Pengembangan aspek pemasaran dan produksi memiliki manfaat yang signifikan dalam meningkatkan jejaring usaha BUMDes dan pelaku UMKM di Desa Sindangsuka. Pemasaran merupakan salah satu aspek kunci dalam strategi bisnis yang memainkan peran penting dalam mencapai keberhasilan organisasi. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses manajemen yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran produk dan nilai. Dalam konteks pemasaran, konsumen menjadi fokus utama, dan perusahaan harus memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen untuk merancang strategi pemasaran yang efektif (Kotler & Keller, 2016). Pemasaran modern juga telah mengalami transformasi signifikan dengan adopsi teknologi informasi dan media digital. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemasaran digital telah menjadi semakin penting dalam mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi dengan konsumen secara langsung melalui berbagai platform online seperti media sosial, mesin pencari, dan situs web perusahaan. Pentingnya integrasi strategi pemasaran tradisional dengan pemasaran digital telah menjadi sorotan dalam literatur terkait (Ryan & Jones, 2009).

Selain itu, pembentukan merek (branding) juga menjadi bagian integral dari strategi

pemasaran. Keller (2016) mengungkapkan bahwa merek yang kuat dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dengan membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing dan membangun hubungan emosional dengan konsumen. Oleh karena itu, manajemen merek dan reputasi perusahaan menjadi penting dalam konteks pemasaran (Aaker, 1996). Dalam konteks pemasaran, pengembangan strategi pemasaran yang efektif dapat membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan daya saing di pasar. Di sisi produksi, pengembangan proses produksi membawa manfaat dalam meningkatkan efisiensi produksi, meningkatkan kualitas produk, dan memungkinkan diversifikasi produk. Namun, untuk berhasil dalam hal ini, mereka perlu memiliki pengetahuan tentang teknologi produksi, keterampilan manajemen produksi, dan akses terhadap sumber daya produksi yang memadai. Kegiatan PPM telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman BUMDes dan pelaku usaha terkait manajemen SDM, pemasaran, dan produksi. Peningkatan pemahaman dari 60% sebelum kegiatan menjadi 90% setelahnya menunjukkan efektivitas pelatihan dan pendampingan yang dilakukan. Tantangan seperti akses terhadap pelatihan, infrastruktur, dan koordinasi masih perlu diperhatikan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.



Gambar 1. Memberikan materi tentang kompetensi SDM aspek pemasaran dan produksi



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab dan Diskusi

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kegiatan PPM ini dilaksanakan di Desa Sindangsuka Kecamatan Cibatu, Kabupaten Garut Jawa Barat. Mitra kegiatan ini adalah BUMDes Perkasa desa Sindangsuka dan pelaku usaha (UMKM) dalam wilayah desa Sindangsuka. Kegiatan PPM ini merupakan kegiatan lanjutan dari tahun pertama (tahun 2023).
2. Telah terjalin komunikasi antara Dosen pelaksana PPM, Manager Restoran Adhigana (Unit Bisnis Universitas Padjadjaran) dengan Direktur BUMDes Sindangsuka, dalam rangka rencana untuk menjalin jejaring usaha lele organic (produk unggulan BUMDes) ke Restoran Adhigana. Untuk Prosedurnya diserahkan lebih lanjut kepada BUMDes dan Pihak Restoran.
3. Pengembangan kompetensi dan kapasitas dalam aspek pemasaran, produksi, dan SDM sangat penting

untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Sindangsuka.

4. Permasalahan yang diidentifikasi dalam aspek pemasaran, produksi, dan kompetensi SDM meliputi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, akses terhadap teknologi, infrastruktur yang kurang memadai, keterbatasan dana, serta masih kurangnya koordinasi antara pelaku UMKM dengan BUMDes.
5. Diperlukan upaya seperti penyediaan pelatihan dan bimbingan, pembangunan infrastruktur digital, pembentukan jejaring dan kolaborasi, dukungan pengembangan produk, pengembangan rencana bisnis, serta penjalinan kemitraan untuk mengatasi permasalahan tersebut.
6. Melalui upaya PPM yang terarah dan berkelanjutan, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang kondusif bagi pengembangan kompetensi dan kapasitas dalam aspek pemasaran,

produksi, dan SDM akan memungkinkan terciptanya jejaring usaha yang lebih kuat, termasuk kolaborasi dengan mitra, sehingga dapat memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Sindangsuka.

Saran

- a. Pemerintah terkait bersama Pemerintahan Desa Sindangsuka dapat memperbaiki infrastruktur digital dan teknologi untuk mendukung transformasi digital dan pemasaran produk secara online, serta memfasilitasi kemitraan yang kuat antara BUMDes, pelaku UMKM, dan mitra untuk meningkatkan distribusi produk lokal.
- b. Desa bersama BUMDes dapat memperkuat peran BUMDes sebagai agen pembangunan ekonomi dengan fokus pada pengembangan kompetensi anggota, dan mengoptimalkan pengelolaan

kegiatan PPM untuk memberikan manfaat maksimal bagi anggota BUMDes.

- c. Pelaku UMKM dapat terlibat aktif dalam program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dalam pemasaran, produksi, dan pengembangan SDM, mencari kemitraan dengan BUMDes dan mitra untuk memperluas pasar dan distribusi produk, serta memanfaatkan infrastruktur digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan efisiensi operasional.
- d. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) Universitas Padjadjaran dapat mengembangkan program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan anggota BUMDes dan pelaku UMKM, meningkatkan akses terhadap infrastruktur digital untuk mendukung transformasi digital di tingkat desa, dan mendorong kolaborasi aktif antara BUMDes, pelaku UMKM, dan pihak swasta untuk menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Armstrong, M. (2009). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. Kogan Page.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*.
- Becker, B. E., Huselid, M. A., & Ulrich, D. (2001). *The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance*. Harvard Business Press.
- 9). Advanced Manufacturing Technologies: A Strategic Approach. CRC Press.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson.
- Keller, K. L. (2016). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Boxall, P., & Purcell, J. (2016). *Strategy and Human Resource Management*. Palgrave Macmillan.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2018). *Operations Management for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2019). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. Pearson.
- Gupta, V., & Sharma, S. (201)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Richard D. Irwin, Inc.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2019). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.

- Ridwansyah, M. et al. (2021). Penguatan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dengan Memaksimalkan Pemanfaatan Berbagai Fasilitas Digital. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 39-48.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page.
- Saputri, M. W. (2022). Pengaruh Kompetensi Pengawas, Pengalaman Kerja, dan Komitmen Organisasi Terhadap Penyalahgunaan Dana Pada BUMDes Bina Usaha. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2). <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki/article/view/1524/909>
- Sarkis, J. (2019). Green and Sustainable Manufacturing of Advanced Material. Wiley.
- Ulrich, D., & Brockbank, W. (2005). The HR Value Proposition. Harvard Business Press.