



Accepted: Februari 2025	Revised: Maret 2025	Published: April 2025
-----------------------------------	-------------------------------	---------------------------------

Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Pelatihan Manajemen Dan Strategi Pemasaran Pengrajin Sepatu Kulit Desa Tambakrejo Krembung, Sidoarjo

Julyanto Ekantoro¹, Amrosi Wildan Hanani², Layli Savitri³

E-mail: julyanto@ubhara.ac.id¹, wildanhananiamrosi@email.com²,
laylisavitri221103@gmail.com³

Universitas Bhayangkara Surabaya (UBARA) Surabaya Indonesia

Abstract

The development of the shoe industry offers great potential to support national economic growth in Indonesia, including in the Tambakrejo Village area, Sidoarjo, which is one of the largest producers of local shoe production in Indonesia. However, the development of shoe products in Tambakrejo Village is known to face many challenges. So, this research aims to find out what challenges are faced in developing local shoe industry MSMEs in Tambakrejo Village, Sidoarjo. Also, what are the results of the implementation of business management training and marketing strategies to develop local shoe industry MSMEs in Tambakrejo Village, Sidoarjo. This research uses the Participatory Action Research (PAR) method, which is carried out by combining active participation from the community or group that is the research subject in this research process. Data collection in this service is carried out in two ways, namely observation and interviews. The research results show that business management training and marketing strategies have a big impact in improving the quality of leather shoe products in Tambakrejo Village. The training provided helps craftsmen use digital marketing through e-commerce and social media to reach a wider market.

Keywords: Strategy; Management; Marketing; Training; Business

Abstrak

Perkembangan industri sepatu menawarkan potensi yang besar untuk mendukung pertumbuhan perekonomian nasional di Indonesia, termasuk di wilayah Desa Tambakrejo, Sidoarjo yang menjadi salah satu penghasil produksi sepatu lokal terbesar di Indonesia. Namun, dalam perkembangan produk sepatu di Desa Tambakrejo diketahui menghadapi banyak tantangan. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan UMKM industri sepatu lokal di Desa Tambakrejo, Sidoarjo. Serta, bagaimana hasil implementasi pelatihan manajemen bisnis dan strategi pemasaran untuk mengembangkan UMKM industri sepatu lokal di Desa Tambakrejo, Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR), yang dilakukan dengan menggabungkan partisipasi aktif dari komunitas atau kelompok yang menjadi subjek penelitian dalam proses penelitian ini. Pengumpulan data dalam pengabdian ini dilakukan melalui dua cara, yaitu observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan manajemen bisnis dan strategi pemasaran berdampak besar dalam meningkatkan kualitas produk sepatu kulit di Desa Tambakrejo. Pelatihan yang dilakukan membantu pengrajin dalam menggunakan pemasaran digital melalui *e-commerce* dan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Strategi; Manajemen; Pemasaran; Pelatihan; Bisnis

Pendahuluan

Sepatu adalah salah satu kategori alas kaki. Tujuan penggunaan sepatu adalah untuk menjaga kaki tetap bersih dan melindungi kaki dari benda-benda luar yang berpotensi melukai. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), sepatu diartikan sebagai “penutup atau pelindung kaki yang umumnya terbuat dari kulit (atau karet, dan sebagainya), dengan telapak dan tumit yang tebal serta kuat.” Sepatu sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari, misalnya untuk menghadiri pertemuan resmi, berolahraga, pergi ke pesta, atau menonton film agar terlihat elegan di depan teman. Banyaknya peminat sepatu di kalangan anak muda dimanfaatkan oleh beberapa individu (Galih & Anam, 2022).

Industri manufaktur sepatu telah dinilai telah menjadi tulang punggung pada beberapa daerah di Indonesia, salah satunya di wilayah Sidoarjo. Industri sepatu termasuk dalam sektor industri kreatif, Perkembangan Industri kreatif membantu regenerasi kota, pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan

kerja. Selain itu, industri ini menawarkan potensi yang sangat besar dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional di Indonesia.

Desa Tambakrejo terletak di wilayah Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Desa ini memiliki posisi strategis di kawasan Sidoarjo yang dikenal sebagai daerah penyangga utama bagi kota Surabaya. Letaknya dekat dengan jalur utama yang menghubungkan beberapa kecamatan di Kabupaten Sidoarjo, membuatnya cukup mudah dijangkau. Mayoritas penduduk Desa Tambakrejo berprofesi sebagai petani, petambak, pengrajin, dan pekerja di sektor informal. Sebagian lainnya bekerja sebagai buruh pabrik mengingat banyaknya kawasan industri di sekitar Sidoarjo. Dari beberapa jenis mata pencaharian penduduk tersebut, khususnya dari pengrajin industri kecil dan menengah, terdapat potensi yang sangat menjanjikan dari desa Tambakrejo yaitu dengan adanya pengrajin sepatu dan sandal kulit pada desa Tambakrejo. Dilihat dari demografi mata pencaharian penduduk secara umum, mata pencaharian warga masyarakat Desa Tambakrejo dapat terindikasi ke dalam beberapa sektor, seperti pertanian, jasa/perdagangan, industri, dan lain-lain. Sehingga, sebenarnya usaha industri sepatu sangat memungkinkan untuk menjadi lebih berkembang dan maju.

Akan tetapi, dalam proses pemasaran produk sepatu dari Desa Tambakrejo menunjukkan bahwa para pengrajin masih kurang maksimal di bidang manajemen dan pemasaran produknya. Aspek pemasaran dari produk sepatu yang kurang optimal menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh pengrajin. Hal ini dinilai karena industri sepatu di Desa Tambakrejo cenderung usaha yang dilakukan secara turun temurun dan para pengrajin cenderung hanya sebatas pemasok untuk pasar yang ada di Sidoarjo. Oleh sebab itu, proses pemasaran produk sepatu cenderung tidak berjalan secara optimal karena kurangnya pengetahuan dari pengrajin.

Adapun salah satu pengrajin sepatu kulit pada desa Tambakrejo adalah bapak Muti. Namun, berbagai tantangan masih dihadapi oleh bapak Muti dalam meningkatkan kualitas usaha. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan dalam pengelolaan usaha. Pengrajin tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang bagaimana menjalankan bisnis, termasuk dalam hal keuangan, produksi, dan distribusi. Selain itu, pemasaran menjadi isu penting karena pengrajin hanya menggunakan cara pemasaran tradisional seperti menjual langsung di pasar

setempat. Hal ini mengakibatkan produk mereka kurang dikenal di pasar yang lebih luas, meskipun kualitasnya mampu bersaing dengan produk dari wilayah lain.

Untuk mengatasi tantangan ini, pelatihan tentang manajemen bisnis dan strategi pemasaran kekinian menjadi kebutuhan yang mendesak. Manajemen yang efektif dapat mendukung pengrajin dalam memaksimalkan sumber daya yang tersedia, sedangkan strategi pemasaran yang sesuai akan menciptakan kesempatan untuk menjelajahi pasar yang lebih luas. Melalui pelatihan ini, diharapkan pengrajin dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis secara profesional, memperbaiki efisiensi produksi, dan memperluas cakupan pemasaran produk. Dengan menggunakan teknologi digital, seperti *platform e-commerce* dan media sosial, pengrajin sepatu kulit dari Desa Tambakrejo bisa memasarkan produk mereka dengan lebih efisien dan efektif. Inisiatif ini tidak hanya akan memperbaiki penjualan, tetapi juga meningkatkan reputasi produk lokal sebagai kerajinan unggulan di Sidoarjo.

Disamping itu, pelatihan manajemen bisnis dan strategi pemasaran dilakukan untuk menambah pengetahuan dan wawasan pengrajin sepatu Desa Tambakrejo dalam bidang manajemen usaha sekaligus di bidang strategi pemasaran. Pelatihan bisnis ini juga dinilai dapat meningkatkan kualitas produk sepatu yang dihasilkan sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar saat ini. Pelatihan juga dilakukan untuk meningkatkan *branding* produk sepatu dari Desa Tambakrejo, sehingga desain sepatu yang diproduksi memiliki keberagaman model dan bahan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan pembelian produk sepatu.



Gambar 1. Lokasi Pengrajin

Pengabdian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran terhadap peningkatan kualitas usaha pengrajin sepatu kulit di Desa Tambakrejo. Dengan memahami keuntungan dan tantangan yang muncul selama pelaksanaan pelatihan, diharapkan pengabdian ini bisa memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tingkat lokal, serta memberikan saran untuk kebijakan pengembangan industri kreatif di kawasan pedesaan. Dalam UMKM, faktor kelemahan yang sering ada adalah pada pengelolaan dan taktik pemasarannya. Dalam tulisan ini, yang akan diulas dan dilakukan adalah meningkatkan keterampilan berbisnis dari para UMKM melalui pelatihan dalam manajemen dan strategi pemasaran.

Pertumbuhan ekonomi yang kuat suatu bangsa harus melibatkan seluruh usaha masyarakat dalam menciptakan kekuatan ekonomi, termasuk UMKM. Kegiatan yang berkaitan dengan pendampingan dan pembinaan usaha kecil menengah harus selalu dilakukan karena UMKM memiliki posisi yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, menumbuhkan dan terus membina UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi.

Pemasaran adalah suatu proses sosial di mana orang dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan membuat, menjual, dan bebas menukar nilai tercatat produk dan layanan. Perusahaan tidak

dapat berhasil tanpa pemasaran. Perusahaan yang memiliki banyak penjualan pasti memiliki strategi pemasaran yang handal dan terencana. Pemasaran juga penting untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan saat ini dan potensial, jadi upaya pemasaran harus membuat pelanggan puas. Aspek pemasaran sangat penting. Produk yang disukai oleh pelanggan, harga yang tepat, lokasi dan jalur distribusi yang tepat, dan promosi yang tepat akan dapat meningkatkan pemasaran dan keuntungan yang diperoleh bisnis Anda (Baharsyah & Suherman, 2023).

Pelatihan dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *branding* produk sepatu dari Desa Tambakrejo, dengan melakukan pelatihan di aspek manajemen dan pemasaran produk. Selain itu, pelatihan yang dilakukan juga bertujuan untuk menambah pengetahuan pengrajin sepatu untuk membuat produk sesuai standarisasi yang harus dimiliki oleh produk sesuai dengan lembaga sertifikasi produk Balai Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia (BPIPI). Selain itu, penjualan produk sepatu dari Desa Tambakrejo, diharapkan dapat dijual kepada *audies* yang lebih luas lagi dan. Selain itu, pelatihan yang dilakukan secara langsung diharapkan dapat mengembangkan UMKM sepatu di Desa Tambakrejo Krembung, Sidoarjo. Sehingga, perekonomian lokal di Desa Tambakrejo diharapkan dapat meningkat menjadi lebih baik lagi.

Metode

Metode pengabdian yang diterapkan dalam studi ini adalah metode *Participatory Action Research* (PAR). Metode *Participatory Action Research* (PAR) merupakan pendekatan penelitian yang dilakukan dengan menggabungkan partisipasi aktif dari komunitas atau kelompok yang menjadi subjek penelitian dalam proses penelitian ini, dalam hal ini kelompok yang dimaksud yaitu para pengrajin sepatu di Desa Tambakrejo, Krembung, Sidoarjo.

Dalam penelitian ini, alur metode PAR dilakukan dengan beberapa langkah, antara lain: 1) mengidentifikasi masalah dan kebutuhan pengrajin sepatu di Desa Tambakrejo, 2) merencanakan dan menyusun desain penelitian, 3) mengumpulkan data dari responden penelitian, 4) Melakukan analisis data, 5) mengembangkan dan mengimplementasikan solusi dari permasalahan, serta 6) melakukan evaluasi dan refleksi atas solusi permasalahan.

Pengumpulan data dalam pengabdian ini dilakukan melalui dua cara, yaitu observasi dan wawancara. Observasi akan dilakukan di pengusaha pengrajin sepatu yang berada di desa Tambakrejo, Krembung, Sidoarjo, Jawa Timur dalam proses wawancara dilakukan oleh narasumber pengrajin sepatu kulit yaitu bapak Muti. Dengan melakukan survei awal yang mencakup wawancara untuk memahami kondisi usaha pengrajin, termasuk tantangan utama yang bapak Muti selaku pengrajin dalam menghadapi manajemen usaha dan pemasaran.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, hasil pengabdian diuraikan sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan dan keterampilan pengrajin, pelatihan Digital.

Pak Muti menggunakan teknik tradisional dalam melakukan pemasaran penjualan. Pak Muti menggunakan teknik pemasaran dengan melakukan penawaran yang dilakukan oleh beliau sendiri ke toko-toko besar dan juga toko Mall. Tidak hanya itu, Pemasaran yang dilakukan pak Muti juga menggunakan teknik dari mulut ke mulut. Meskipun pemasaran yang diterapkan Pak Muti cukup berhasil dalam penjualan, cara tradisional ini kini kurang efektif di era digital. Setelah dilakukan pelatihan ini, pak Muti ingin meningkatkan peningkatan dengan membuat akun bisnis di media sosial dan mulai memanfaatkan platform e-commerce.

“Saya mulai memasarkan produk di grup WhatsApp dan Facebook. Respons pelanggan cukup bagus.” – ujar bapak Muti, Pengrajin sepatu kulit.

“Pelatihan membantu saya membuat foto produk yang menarik. Ternyata, pelanggan lebih suka kalau ada gambar yang jelas.” – ujar bapak Muti, Pengrajin sepatu kulit.

Pelatihan ini terbukti berhasil mengubah cara pandang pengrajin dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital. Strategi pemasaran digital sangat berperan dalam meningkatkan jangkauan pasar. Pak Muti yang dulunya hanya mengandalkan penjualan di daerah kini dapat mengakses pelanggan dari kota-kota besar seperti Surabaya dan Malang. Pengaruh ini menunjukkan

bahwa pemasaran digital mempunyai kemungkinan besar untuk memperkuat daya saing produk lokal di pasar yang lebih besar.

2. Dampak pada kualitas produk, pelatihan panduan kemasan yang menarik.

Kemasan yang digunakan oleh pak Muti adalah kemasan sederhana dengan kotak polos. Setelah adanya pelatihan, pak Muti meningkatkan branding dan pengemasan yang lebih menarik yaitu dengan menambahkan label dan logo pada kotak kemasan. Dengan peningkatan tersebut, pak Muti menyadari jika dengan meningkatkan branding dan pengemasan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk. Branding dan kemasan yang efektif tidak hanya menambah nilai visual produk tetapi juga memperkuat persepsi produk di pandangan konsumen.

3. Peningkatan Efisiensi Produksi dan Pengelolaan Usaha.

Pak Muti belum efektif dalam menentukan jadwal produksi, terkadang bahan baku yang ingin dibeli pak Muti tidak tersedia karena pak Muti tidak mengatur jadwal produksinya dengan baik, yang pada akhirnya pak Muti membeli bahan baku seadanya dan hasilnya pun tidak memuaskan. Dengan adanya pelatihan ini, pak Muti mulai mengatur jadwal produksi secara lebih terencana dan menggunakan bahan baku dengan lebih efisien agar meningkatkan kualitas produk.

“Saya sekarang lebih terencana dalam membeli bahan baku, sehingga tidak banyak yang terbuang.” – ujar bapak Muti, Pengrajin sepatu kulit.

Pelatihan mengenai pengelolaan sumber daya membantu pak Muti mengerti betapa pentingnya efisiensi untuk menurunkan biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan. Pengrajin yang lebih teratur biasanya lebih mampu dalam memenuhi pesanan besar atau dengan batas waktu yang ketat.



Gambar 2. Pak Muti menunjukkan bahan sepatu kulit yang lebih efisien.



Gambar 3. Sepatu kulit rancangan Pak Muti.

Dengan perencanaan yang lebih baik, pak Muti dapat meningkatkan efisiensi dalam produksi dan mengurangi pemborosan. Peningkatan kualitas produk, terutama terkait branding dan kemasan, membantu menciptakan citra produk yang lebih positif di depan konsumen.

Pembahasan

Dalam era digital yang semakin pesat, UMKM, khususnya pengrajin, dihadapkan pada tantangan untuk tetap relevan dan bersaing. Salah satu kendala yang sering dihadapi adalah terbatasnya pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. PkM bertujuan untuk menganalisis dampak pelatihan digital marketing terhadap peningkatan penjualan produk kerajinan sepatu kulit Pak Muti. Melalui observasi dan wawancara, kami akan mengungkap perubahan yang terjadi setelah Pak Muti mengikuti pelatihan tersebut.

Maka dalam hal ini penulis menganalisis sehingga menghasilkan pembahasan sebagai berikut :

1. Transformasi Digital

Pelatihan digital marketing telah menjadi angin segar bagi UMKM seperti usaha Pak Muti. Dari seorang pengrajin sepatu kulit dengan pemasaran tradisional yang terbatas, Pak Muti kini menjelma menjadi pengusaha modern yang mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Transformasi digital tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga membuka peluang bagi produk-produk lokal untuk bersaing di kancah nasional bahkan internasional. Kisah sukses Pak Muti membuktikan bahwa dengan pemanfaatan teknologi yang tepat, UMKM dapat tumbuh dan berkembang pesat.

Dunia bisnis terus bergerak dinamis, menuntut pelaku usaha untuk terus beradaptasi. Pelatihan digital marketing telah mendorong Pak Muti untuk keluar dari zona nyaman dan mencoba hal-hal baru. Dari sekadar membuat produk berkualitas, Pak Muti kini harus memikirkan bagaimana cara memasarkan produknya secara efektif di dunia digital. Transformasi ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi.

Transformasi digital bukan hanya sekadar tren, tetapi merupakan sebuah revolusi yang mengubah cara kita berbisnis. Melalui kasus Pak Muti, kita dapat melihat potensi besar ekonomi digital dalam memberdayakan masyarakat, khususnya UMKM. Dengan memanfaatkan platform digital, produk-produk lokal dapat menembus pasar yang lebih luas dan menciptakan lapangan kerja baru. Ini adalah bukti nyata bahwa ekonomi digital dapat menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Suksesnya transformasi digital Pak Muti tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, termasuk pemerintah. Pelatihan yang diselenggarakan merupakan salah satu bentuk dukungan pemerintah dalam mendorong pengembangan UMKM. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya peran pemerintah dalam memfasilitasi akses UMKM terhadap teknologi dan informasi. Dengan dukungan yang berkelanjutan, diharapkan semakin banyak UMKM di Indonesia yang dapat mengikuti jejak kesuksesan Pak Muti.

2. Pentingnya Branding dan Kemasan

Branding dan kemasan adalah dua elemen kunci yang telah terbukti mampu meningkatkan daya tarik dan nilai jual suatu produk, termasuk produk kerajinan tangan. Dalam konteks PkM yang Anda lakukan, peningkatan kualitas branding dan kemasan pada produk sepatu kulit Pak Muti telah memberikan dampak yang signifikan.

Branding tidak hanya sekadar logo atau nama merek, tetapi juga mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh produk tersebut. Dengan menciptakan branding yang kuat, Pak Muti berhasil membangun citra produknya sebagai produk berkualitas tinggi yang memiliki nilai seni dan budaya. Hal ini membuat produknya lebih mudah diingat oleh konsumen dan membedakannya dari produk pesaing.

Kemasan juga berperan penting dalam menarik perhatian konsumen. Desain kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu, kemasan yang baik juga berfungsi sebagai pelindung produk selama proses distribusi. Dalam kasus Pak Muti, peningkatan kualitas kemasan telah memberikan kesan yang lebih premium pada produknya, sehingga dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

Dalam konteks PkM, peningkatan kualitas branding dan kemasan tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pengrajin. Dengan memiliki branding dan kemasan yang kuat, pengrajin dapat membangun bisnis yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, upaya peningkatan branding dan kemasan juga dapat mendorong pengembangan produk-produk kerajinan

lokal lainnya, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global.

Singkatnya, branding dan kemasan adalah investasi jangka panjang yang dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi UMKM, termasuk usaha kerajinan tangan. Melalui PkM ini, kita telah membuktikan bahwa dengan memberikan pelatihan dan pendampingan yang tepat, pengrajin dapat meningkatkan kualitas produknya dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

3. Efisiensi Produk

Efisiensi produksi adalah kunci keberhasilan bagi setiap usaha, termasuk UMKM. Dalam konteks PkM yang Anda lakukan, peningkatan efisiensi produksi pada usaha sepatu kulit Pak Muti telah memberikan dampak yang signifikan. Dengan mengatur jadwal produksi yang lebih baik, memanfaatkan bahan baku secara optimal, dan menerapkan teknik produksi yang lebih efektif, Pak Muti berhasil meningkatkan kualitas produknya, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan keuntungan.

Efisiensi produksi tidak hanya berdampak pada kinerja keuangan usaha, tetapi juga pada kualitas hidup pengrajin. Dengan waktu produksi yang lebih singkat dan proses produksi yang lebih lancar, Pak Muti memiliki lebih banyak waktu untuk berkreasi dan mengembangkan produk-produk baru. Selain itu, lingkungan kerja yang lebih efisien juga dapat meningkatkan kepuasan kerja pengrajin.

Dalam konteks PkM, peningkatan efisiensi produksi memiliki implikasi yang lebih luas. Dengan memproduksi lebih banyak produk dengan kualitas yang lebih baik, Pak Muti dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih besar dan memperluas jangkauan bisnisnya. Selain itu, peningkatan efisiensi produksi juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Singkatnya, efisiensi produksi adalah fondasi bagi keberhasilan setiap usaha. Melalui PkM ini, kita telah membuktikan bahwa dengan memberikan pelatihan dan pendampingan yang tepat, pengrajin dapat meningkatkan efisiensi produksinya dan mencapai tujuan bisnisnya.

4. Potensi Pengembangan

Potensi pengembangan dari PkM ini sangatlah luas. Setelah berhasil meningkatkan keterampilan digital, kualitas produk, dan efisiensi produksi Pak Muti, ada sejumlah peluang menarik yang dapat digali lebih lanjut. Pertama, ekspansi produk menjadi salah satu potensi yang menjanjikan. Dengan dasar yang sudah kuat, Pak Muti dapat mengembangkan variasi produk sepatu kulit, seperti sepatu dengan desain yang lebih modern atau menggunakan bahan-bahan alternatif. Kedua, pembuatan komunitas pengrajin dapat memperkuat jaringan dan saling tukar pengetahuan. Dengan membentuk komunitas, para pengrajin dapat saling mendukung, berbagi sumber daya, dan bahkan melakukan kolaborasi untuk menciptakan produk-produk inovatif. Ketiga, pengembangan pariwisata berbasis kerajinan dapat menjadi alternatif sumber pendapatan bagi daerah. Dengan memamerkan produk-produk kerajinan lokal, seperti sepatu kulit Pak Muti, dapat menarik wisatawan dan meningkatkan perekonomian daerah. Terakhir, integrasi dengan teknologi yang lebih canggih seperti penggunaan perangkat lunak desain 3D atau mesin produksi otomatis dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk secara signifikan.

Singkatnya, potensi pengembangan dari PkM ini sangatlah besar. Dengan terus berinovasi dan memanfaatkan peluang yang ada, Pak Muti dan pengrajin lainnya dapat meningkatkan kesejahteraan mereka dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. Potensi ini tidak hanya terbatas pada peningkatan skala usaha, tetapi juga pada pengembangan kualitas hidup masyarakat melalui pelestarian budaya dan kearifan lokal.

Penutup

Pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan mengenai manajemen bisnis dan strategi pemasaran berdampak besar dalam meningkatkan kualitas usaha pengrajin sepatu kulit di Desa Tambakrejo. Pelatihan tersebut membantu pengrajin, seperti Pak Muti, beralih dari cara pemasaran tradisional ke pemasaran digital, dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, perbaikan pada branding dan kemasan produk berhasil menarik minat konsumen. Pengelolaan usaha yang lebih terstruktur juga

meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi pemborosan bahan baku, dan meningkatkan margin keuntungan. Untuk menjaga keberlanjutan, diperlukan pendampingan yang terus-menerus serta peningkatan literasi digital agar pengrajin dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih baik dalam mempromosikan dan mengembangkan usahanya. Pengabdian ini menekankan pentingnya inovasi dan strategi modern dalam mendukung daya saing UMKM lokal di pasar yang lebih luas.

Acknowledgements

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan pengabdian yang dituangkan dalam jurnal ini. Dukungan, kerja sama, dan kontribusi mereka sangat berarti dalam keberhasilan program ini. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Julyanto Ekantoro, S.E, S.S, M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan dan inspirasi yang diberikan selama proses berlangsungnya pengabdian KKN. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Tambakrejo beserta jajarannya, yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini, sehingga semua proses berjalan lancar dan sesuai rencana. Ketua Karang Taruna Desa Tambakrejo, atas kerja sama dan semangat yang diberikan dalam mendukung program ini demi kemajuan desa. Pelatih dan Pembina Desa Tambakrejo, yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada masyarakat, khususnya dalam pelatihan manajemen dan pemasaran. Pelaku UMKM Desa Tambakrejo, yang antusias mengikuti pelatihan serta berkomitmen untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik. Guru PAUD Kenikir Desa Tambakrejo, atas dedikasi dan perannya dalam mendidik generasi muda serta partisipasi aktif dalam mendukung program pengembangan masyarakat. Kepala Sekolah SD Tambakrejo 1, atas keterbukaan dan kolaborasi dalam mendukung kegiatan pendidikan dan pemberdayaan di desa. Dr. Jamil, SH, MH, sebagai narasumber yang telah berbagi wawasan dan pengalaman berharga selama pelaksanaan kegiatan ini. Dr. Amirullah, ST, MT, yang telah memberikan kontribusi untuk monitoring dan evaluasi mendukung pengembangan program ini. Kami berharap semua upaya dan kerja sama yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat Desa Tambakrejo dan

menjadi fondasi bagi program-program pengembangan selanjutnya. Terima kasih atas segala bantuan dan dedikasi yang telah diberikan.

Daftar Pustaka

- Afriyani, A., Muhafidin, D., & Susanti, E. (2022). Transformasi Digital Pelayanan Perizinan Berusaha (Si Ice Mandiri) di Mal Pelayanan Publik Kabupaten Sumedang. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 13(2), 148-165.
- Baharsyah, S., & Suherman, U. M. (2023). Pelatihan Manajemen Pemasaran untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Promosi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pendahuluan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Dipengaruhi oleh Berbagai Faktor, Salah Satunya Keterlibatan UMKM. *Usaha Mikro, Kecil, dan. Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5636(3), 298–307.
- Fabrianita, N., Maflahah, I., Mu'tamar, M. F. F., & Asfan, D. F. (2023). Analisis Desain Kemasan Garam Mandi (Bath Salt) Dengan Menggunakan Metode Value Engineering. *Jurnal Agroindustri*, 13(1), 24-33.
- Galih, A. R. D., & Anam, C. (2022). Perancangan Produk Sepat Pria Dengan Memanfaatkan Material Kulit Kayu Ulin Khas Kalimantan. *Jurnal Desain*, 9(2), 159-173.
- Hidayatuloh, S., Haryanto, L. W. O., & Sa'adah, A. (2025). Peningkatan Manajemen Produksi dan Strategi Pemasaran Industri Sepatu Kulit “Bintang Sepatu Purwokerto” Banyumas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 35-48.
- Munfaqiroh, S., Andiani, L., & Syadeli, M. (2020). Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Pelatihan Manajemen dan Strategi Pemasaran. *Jurnal ABM-Mengabdi*, 7(1), 70–76.
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model *Participation Action Research* Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62-71.
- Sudrajat, G. A. (2021). The Acceleration of Digital Transformation in the Ministry of Finance: What Are The Driven Factors?. *Iapa Proceedings Conference*, 45. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2021.514>