

---

**UP-SCALING UMKM KABUPATEN BANDUNG DALAM UPAYA  
PENGEMBANGAN WISATA HALAL****Maya Irjayanti<sup>1</sup>, Abdurrahman Faris Indriya Himawan<sup>2</sup>, Muhammad Iqbal Alamsyah<sup>3</sup>****<sup>1,2,3</sup>Dosen Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Telkom, Bandung – Jawa Barat - Indonesia****Email: mayairjayanti@telkomuniversity.ac.id, farislike@telkomuniversity.ac.id,  
iqbalalamsyah@telkomuniversity.ac.id****ABSTRAK**

Pelatihan Up-Scaling UMKM Kabupaten Bandung yang melibatkan 21 UMKM yang terdaftar di PLUT Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para peserta. Evaluasi program menggunakan prosedur pre-test dan post-test yang mengungkapkan peningkatan substansial dalam beberapa aspek. Pada topik kearifan lokal, pengetahuan dan pemahaman peserta meningkat dari level fair menjadi sangat baik. Hal serupa terjadi pada topik wisata halal, di mana pengetahuan dan pemahaman peserta meningkat dari fair dan bad menjadi sangat baik. Selain itu, pengetahuan dan pemahaman tentang keunggulan bersaing UMKM dan strategi untuk memperolehnya juga meningkat dari fair menjadi sangat baik. Hasil evaluasi ini menunjukkan perubahan signifikan dalam pengetahuan dan pemahaman peserta terkait manajemen bisnis, khususnya implementasi strategi bagi UMKM. Namun, terdapat beberapa aspek yang masih memerlukan perhatian lebih lanjut, terutama terkait keterbatasan waktu pelatihan.

**Kata Kunci: Upscaling UMKM, Kearifan Lokal, Wisata Halal, Strategi UMKM, Keunggulan Bersaing, Digital Marketing.**

**1. PENDAHULUAN****A. Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Kabupaten Bandung. UMKM telah menunjukkan perannya yang sangat strategis bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) serta membuka lapangan kerja baru bagi pencari kerja. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, UMKM di wilayah ini menghadapi tantangan yang semakin besar. Tingginya tingkat persaingan yang disebabkan oleh berbagai faktor seperti masuknya produk asing, perkembangan teknologi, serta perubahan preferensi konsumen telah membuat UMKM lokal kesulitan untuk bersaing dan berkembang. Produk-produk asing yang sering kali lebih murah dan berkualitas tinggi menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen, sementara UMKM lokal berjuang untuk mempertahankan pangsa pasar mereka.

---

Salah satu mekanisme yang memungkinkan perusahaan meningkatkan keunggulan bersaing adalah meredam fluktuasi permintaan pesaing sehingga dapat meredam fluktuasi yang timbul karena adanya pola siklus, pola musiman, dan penyebab lainnya (Porter, 2008). Salah satu caranya adalah dengan lebih mengenal potensi dan keunggulan daerah melalui pengenalan terhadap kearifan lokal. Kearifan lokal merupakan pengetahuan dasar yang diperoleh dari hidup dalam keseimbangan dengan alam (Mungmachon, 2012). Dengan demikian, kearifan lokal merupakan cerminan dari bagaimana masyarakat memandang dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, baik lingkungan sosial maupun lingkungan fisik.

Dilihat dari potensi daerah, Kabupaten Bandung memiliki lanskap yang beragam, mulai dari pegunungan hingga pesisir pantai, yang merupakan potensi pariwisata besar. Melihat kondisi ini, sangat penting bagi UMKM di Kabupaten Bandung untuk mendapatkan pelatihan yang tepat guna meningkatkan kemampuan manajemen bisnis mereka. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan kearifan lokal sebagai keunggulan kompetitif. Kearifan lokal tidak hanya mencerminkan identitas dan budaya masyarakat setempat, tetapi juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang mencari produk-produk unik dan autentik. Selain itu, Kabupaten Bandung memiliki potensi besar dalam konsep pariwisata halal, mengingat 80% warganya beragama Islam. Potensi pariwisata halal dapat membuka peluang besar bagi UMKM di Kabupaten Bandung dengan mengintegrasikan konsep halal dalam produk dan layanan mereka, sehingga menarik wisatawan lokal dan internasional yang mencari pengalaman wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Konsep pariwisata halal dibangun agar aktivitas yang menjadi suatu keumuman bagi manusia tetap berlangsung dalam koridor agama atau “*sharia compliance*” (Surwandono et al. 2020). Wisata Syariah mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restoran, hingga aktivitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman (Widagdyo 2015).

Perkembangan teknologi yang pesat menuntut UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Sayangnya, banyak UMKM di Kabupaten Bandung yang belum memiliki kemampuan dan sumber daya yang memadai untuk memanfaatkan teknologi secara optimal. Akibatnya, mereka tertinggal dalam persaingan yang semakin ketat. Aspek digital telah menjadi aspek pemasaran strategis yang diterima; sejumlah konsep telah dikembangkan yang tidak hanya terkait dengan pemasaran online, tetapi bersifat holistik dan berdampak pada lebih dari satu aspek (Charlesworth, 2018). Teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas proses yang ada (Pascucci, 2017). Pemasaran digital berkontribusi dalam penjualan produk dengan menciptakan dan mendistribusikan konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan melibatkan audiens target (Faruk et al., 2021). Melalui pelatihan strategi branding, anggota Karang Taruna atau pemuda di desa akan belajar bagaimana membangun citra merek yang kuat, melekat di benak konsumen, dan memiliki identitas yang unik. Branding yang kuat akan membantu produk lokal Desa Pulosari menjadi lebih dikenal dan diakui di pasar, serta menciptakan loyalitas konsumen yang tinggi.

---

Mitra dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah PLUT KUMKM Kabupaten Bandung yang memiliki banyak mitra UMKM di berbagai industri seperti kuliner, fashion, kecantikan, dan kriya. Pusat Layanan Usaha Terpadu Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung (PLUT KUMKM Kabupaten Bandung) adalah bagian dari pemerintah daerah yang bertujuan mensinergikan dan mengintegrasikan seluruh potensi sumber daya produktif yang dimiliki pusat dan daerah bersama stakeholder. PLUT Kabupaten Bandung berada di lokasi strategis karena aksesnya mudah dijangkau, sangat dekat dengan gerbang tol Soroja, dan berada di tengah-tengah Bandung Raya. PLUT KUMKM telah menjadi salah satu tempat favorit berkumpulnya para pelaku usaha (UMKM) dan koperasi, serta menjadi media UMKM berkolaborasi dengan stakeholder lain untuk melakukan berbagai aktivitas seperti fasilitas layanan konsultasi, pelatihan, inkubasi bisnis, kurasi produk, dan lainnya. Visi PLUT KUMKM adalah terwujudnya KUMKM Kabupaten Bandung yang bangkit dan berdaya saing, sedangkan misinya adalah:

1. Terwujudnya pelayanan PLUT yang berkualitas bagi Koperasi, UMK, dan wirausaha;
2. Meningkatnya jangkauan dan kualitas pendampingan bagi Koperasi, UMK, dan Wirausaha;
3. Meningkatnya produktivitas, nilai tambah, dan daya saing Koperasi, UMK, dan Wirausaha;
4. Meningkatkan pertumbuhan wirausaha pemula dan naik kelas;
5. Mendorong peran serta Koperasi, UMK, dan Wirausaha dalam pengembangan potensi unggulan daerah.

Dalam proses pelatihan, UMKM akan belajar strategi untuk mendapatkan keunggulan bersaing dengan melihat lingkungan sekitar sebagai kearifan lokal. Hal ini akan membantu membangun jiwa kepemimpinan dan kreativitas dalam mengembangkan bisnis lokal. Diharapkan pemilik usaha atau wirausaha yang memiliki pengetahuan dan pemahaman ini dapat menjadi agen perubahan dalam pengembangan ekonomi desa. Pelatihan ini juga akan memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas di antara UMKM binaan PLUT KUMKM Kabupaten Bandung, sehingga meningkatkan semangat gotong royong dan kepedulian terhadap kemajuan desa. Diharapkan pelatihan Upscaling UMKM Kabupaten Bandung akan memberikan manfaat jangka panjang bagi kemajuan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa secara keseluruhan. Solusi yang diusulkan berupa pelatihan dan workshop dirancang secara terperinci untuk memastikan efektivitas dan pemahaman yang mendalam.

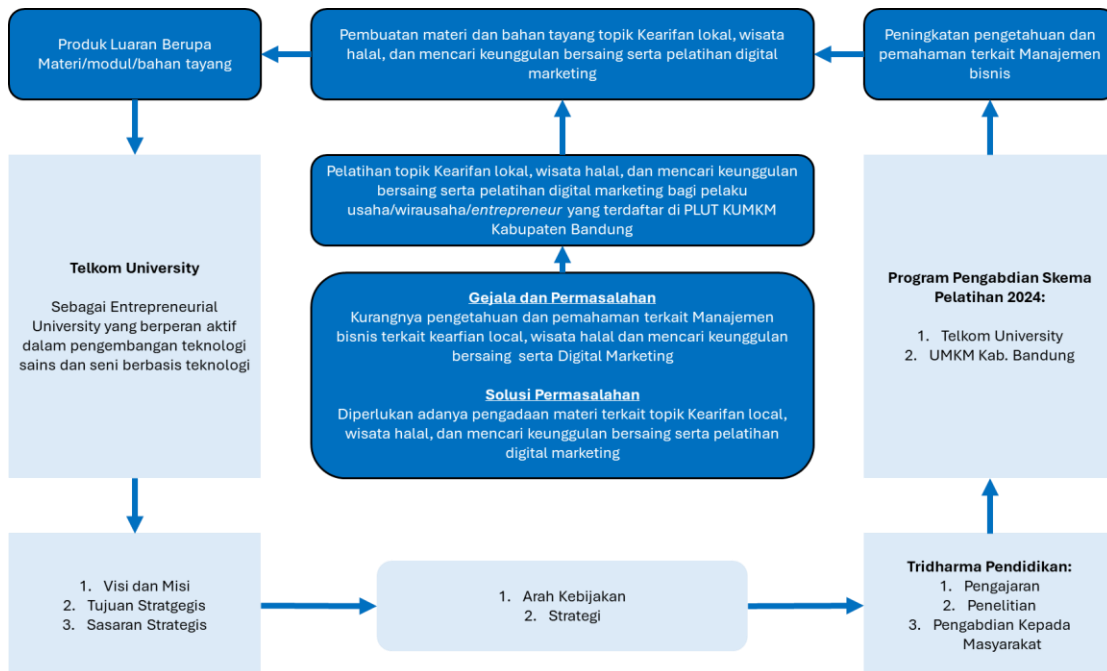
**DedikasiMU (Journal of Community Service)****Volume 6, Nomor 3, September 2024****Tabel 1. Mekanisme Pelatihan dan Workshop**

<b>Mekanisme Workshop</b>	<b>Keterangan</b>
1 Pemberian Pre-test	1) melihat seberapa jauh kemampuan Peserta pada materi 2) sebagai salah satu tolok ukur keberhasilan program
2 Penyampaian Materi Pelatihan	Penyampaian materi mengenai kearifan lokal, wisata halal dan strategi UMKM dalam mencari keunggulan bersaing pada Peserta Pelatihan
3 Workshop Digital Marketing	Melakukan praktek secara langsung terkait pembuatan Kampanye Pemasaran
4 Evaluasi (post-test)	Membandingkan kemampuan masing-masing peserta setelah dilakukan pemberian materi, roleplay ataupun mentoring untuk setiap materi.
5 Evaluasi Akhir	penyebaran kuesioner tentang tanggapan peserta pada pelatihan yang telah dilakukan.

Kabupaten Bandung memiliki beragam potensi yang dapat dikembangkan dalam bidang kewirausahaan. Pertama, potensi sumber daya alam dan pertanian yang subur sangat mendukung pengembangan usaha pertanian dan peternakan. Lahan yang subur dan kondisi iklim yang mendukung memungkinkan variasi tanaman pangan, sayuran, buah-buahan, dan perkebunan. Potensi ini tidak hanya terbatas pada pertanian, tetapi juga mencakup kekayaan alam seperti hutan, danau, dan sumber air yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan ekowisata yang berkelanjutan, termasuk wisata halal. Untuk mengoptimalkan potensi ini, pelatihan, pendampingan, serta akses terhadap sumber daya yang diperlukan bagi para wirausaha lokal akan menjadi kunci kesuksesan dalam mengembangkan potensi kewirausahaan. Dengan kerjasama dan dukungan yang kuat, UMKM di Kabupaten Bandung dengan PLUT KUMKM sebagai fasilitatornya akan menjadi contoh sukses dalam pengembangan kewirausahaan lokal yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi desa tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

**2. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam rangka memberikan solusi melalui pelatihan dan workshop terkait manajemen bisnis dan digital marketing pada pelaku usaha (UMKM) di kabupaten Bandung yang terdaftar pada PLUT Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung. Pelaksanaan kegiatan dapat diuraikan dalam rencana pelaksanaan pengabdian sebagai berikut.



**Gambar 1.** Rencana Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat yang melibatkan pemilik usaha/wirausaha/*entrepreneur* Kabupaten Bandung didesain untuk menghadirkan konsep transfer pengetahuan dan pemahaman dari dua sumber utama: lembaga pendidikan tinggi dan praktisi yang berpengalaman. Langkah-langkah dalam program ini difokuskan pada penyampaian materi yang sesuai dengan kebutuhan pemilik usaha/wirausaha/*entrepreneur*. Langkah pertama adalah melibatkan lembaga pendidikan tinggi, dimana dosen atau tenaga pengajar dari institusi ini akan berperan dalam menyampaikan materi-materi terkini dan relevan dalam bidang yang diperlukan. Materi yang disampaikan disesuaikan dengan kebutuhan UMKM yaitu Manajemen bisnis dengan tujuan dapat meningkatkan skala bisnisnya, maka dalam hal ini pemahaman terkait kearifan lokal, pariwisata halal, dan strategi UMKM untuk memperoleh keunggulan bersaing serta pelatihan digital Marketing perlu dilakukan.

Selanjutnya dalam Pengabdian ini dilakukan kolaborasi dengan Komunitas yaitu *local creative movement* yang memiliki kepakaran dalam digital marketing. Melalui kolaborasi antara akademisi dengan praktisi maka program ini akan menghadirkan sudut pandang yang berharga bagi pemilik usaha/wirausaha/*entrepreneur*. Dosen dan praktisi tersebut akan memberikan wawasan langsung tentang penerapan teori dalam konteks nyata di dunia usaha dan dunia industri, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang situasi di lapangan, dan menyoroti keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia usaha dan dunia industri.

Keduanya, baik dari lembaga pendidikan tinggi maupun komunitas, akan menyampaikan materi-materi yang tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga praktis dan sesuai dengan kebutuhan usaha dan industri. Hal ini akan memberikan peluang bagi pemilik usaha untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang komprehensif dan terkini seiring dengan perkembangan dunia usaha dan dunia industri yang dinamis.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara bertahap sesuai dengan target tim. Mitra dalam kegiatan ini adalah PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) yang menaungi para UMKM dibawah Dinas Koperasi dan UKM. PLUT KUKM ikut berpartisipasi dalam program ini dengan rincian sebagai berikut:

1. Inisiasi kegiatan dan kebutuhan masyarakat. Mitra menyediakan waktu untuk sosialisasi dan koordinasi terkait kegiatan PKM.
2. Menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan. Kegiatan dilaksanakan di ruang kelas PLUT KUMKM Kab. Bandung.
3. Mengundang peserta (pemilik usaha/wirausaha/entrepreneur) yang akan di jadikan peserta kegiatan ini. Peserta yang diundang dalam kegiatan ini adalah maksimal sebanyak 20 peserta. Namun dalam pelaksanaannya yang hadir dalam kegiatan berjumlah 21 peserta (yang mewalkili 21 UMKM).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Pelatihan Up-Scaling UMKM Kabupaten Bandung dilakukan terhadap 21 UMKM yang terdaftar di PLUT Dinas Koperasi dan UKM Kab. Bandung, pelaksanaan kegiatan dilakukan di ruang kelas gedung PLUT KUMKM, dapat dilihat pada gambar-gambar berikut.





**Gambar 2.** Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Evaluasi program menggunakan prosedur pre-test dan post-test. Penilaian ini terkait dengan penilaian pengetahuan wirausaha/*entrepreneur*/pemilik usaha tentang kearifan lokal, wisata halal, strategi entrepreneurship dan keunggulan bersaing.

**Tabel 2.** Hasil Pre-test dan Post-test

No	Parameter	Pre-test	Post-test
1	Pengetahuan peserta terkait kearifan lokal	Fair	Very good
2	Pemahaman peserta tentang produk dengan kearifan lokal	Fair	Very good
3	Pengetahuan peserta terkait pariwisata halal	Fair	Very good
4	Pemahaman peserta tentang strategi pengembangan pariwisata halal	Bad	Very good
5	Pengetahuan peserta terkait keunggulan bersaing UMKM	Fair	Very good
6	Pemahaman peserta terkait strategi UMKM untuk memperoleh keunggulan bersaing	Fair	Very good

Berdasarkan tabel 2. Tingkat pengetahuan dan pemahaman pada topik kearifan lokal awalnya tergolong fair. Lalu terjadi peningkatan, mencapai level yang sangat baik (*very good*), menunjukkan adanya tambahan pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam terkait kearifan lokal dan produk-produk yang mengangkat kearifan lokal. Tingkat pengetahuan dan pemahaman pada topik wisata meningkat tinggi, di pre-test peserta merasa memiliki pengetahuan yang cukup (*fair*) dan pemahaman yang buruk (*bad*), namun setelah pelatihan terjadi peningkatan mencapai level yang sangat baik (*very good*). Hal ini menunjukkan adanya tambahan pengetahuan dan pemahaman dari para peserta pelatihan terkait pariwisata halal dan strategi pengembangan pariwisata halal. Sama halnya dengan topik pelatihan sebelumnya, pada topik pelatihan terkait keunggulan bersaing UMKM dan strategi UMKM untuk memperoleh keunggulan bersaing pun peserta mengalami penambahan pengetahuan dan pemahaman yang pada awalnya hanya merasa cukup (*fair*) menjadi merasa memiliki pengetahuan dan pemahaman yang sangat baik (*very good*), hal tersebut menunjukkan adanya perkembangan pemahaman yang substansial terkait strategi UMKM untuk memperoleh keunggulan bersaing.

Hasil evaluasi pretest dan posttest menunjukkan perubahan signifikan dalam pengetahuan dan pemahaman peserta terkait manajemen bisnis khususnya Implementasi strategi bagi UMKM. Pembahasan atas hasil evaluasi ini menyoroti aspek-aspek yang telah meningkat dan yang masih memerlukan perhatian lebih lanjut, karena tidak dapat dipungkiri masih kurangnya waktu pelatihan menjadi Batasan dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan Up-Scaling UMKM Kabupaten Bandung yang melibatkan 21 UMKM yang terdaftar di PLUT Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para peserta. Evaluasi program yang menggunakan prosedur pre-test dan post-test mengungkapkan peningkatan substansial dalam beberapa aspek berikut:

1. **Kearifan Lokal:** Pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai kearifan lokal awalnya tergolong fair, namun meningkat menjadi sangat baik (*very good*) setelah pelatihan. Hal ini menunjukkan adanya tambahan pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam terkait kearifan lokal dan produk-produk yang mengangkat kearifan lokal.
2. **Wisata Halal,** Pada awalnya, peserta memiliki pengetahuan yang cukup (*fair*) dan pemahaman yang buruk (*bad*) tentang wisata halal. Setelah pelatihan, pengetahuan dan pemahaman mereka meningkat ke level sangat baik (*very good*), menunjukkan adanya peningkatan pemahaman tentang pariwisata halal dan strategi pengembangannya.



3. **Keunggulan Bersaing**, Pengetahuan dan pemahaman peserta tentang keunggulan bersaing UMKM dan strategi untuk memperolehnya awalnya hanya cukup (*fair*). Setelah pelatihan, pengetahuan dan pemahaman mereka meningkat menjadi sangat baik (*very good*), menunjukkan perkembangan pemahaman yang substansial terkait strategi UMKM untuk memperoleh keunggulan bersaing.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan perubahan signifikan dalam pengetahuan dan pemahaman peserta terkait manajemen bisnis, khususnya implementasi strategi bagi UMKM. Meskipun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih memerlukan perhatian lebih lanjut, terutama terkait keterbatasan waktu pelatihan. Saran yang dapat dihasilkan ialah:

1. **Peningkatan Durasi Pelatihan**, Mengingat adanya keterbatasan waktu dalam pelaksanaan pelatihan, disarankan untuk meningkatkan durasi pelatihan agar materi dapat disampaikan dengan lebih mendalam dan komprehensif.
2. **Pendampingan Berkelanjutan**, Selain pelatihan, diperlukan pendampingan berkelanjutan bagi para UMKM untuk memastikan implementasi strategi yang telah dipelajari berjalan dengan baik dan efektif.
3. **Penguatan Kolaborasi**, Meningkatkan kerjasama antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat untuk memberikan dukungan yang lebih kuat dalam pengembangan UMKM, terutama dalam akses terhadap sumber daya dan teknologi.
4. **Pengembangan Modul Pelatihan**, Mengembangkan modul pelatihan yang lebih spesifik dan terfokus pada kebutuhan UMKM di Kabupaten Bandung, termasuk modul tentang digitalisasi dan pemasaran online untuk meningkatkan daya saing di era digital.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Charlesworth, A. (2018). *Digital marketing: A practical approach* (3rd ed.). Routledge.
- Faruk, M., Rahman, M., & Hasan, S. (2021). How digital marketing evolved over time: A bibliometric analysis on scopus database. *Heliyon*, 7(12).
- Mungmachon, M. R. (2012). Knowledge and local wisdom: Community treasure. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(13), 174-181.
- Pascucci, F. (2017). Lo stato della trasformazione digitale nelle PMI italiane e sfide emergent. In F. Pascucci, & V. Temperini (Eds.), *Trasformazione digitale e sviluppo delle PMI: Approcci strategici e strumenti operativi*. Giappichelli Editore.
- Pascucci, F., Savelli, E. & Gistri, G. (2017). How digital technologies reshape marketing: evidence from a qualitative investigation. *Ital. J. Mark.* 2023, 27–58. <https://doi.org/10.1007/s43039-023-00063-6>.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard business review*, 86(1), 78.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. simon and schuster.

**DedikasiMU (Journal of Community Service)**

**Volume 6, Nomor 3, September 2024**

---

- Sudarmanto. (2015). *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Surwandono, Nursita, R.D., Diana, R., & Meiliyana, A. (2020). Polemik Kebijakan Wisata Halal Di Indonesia Serta Tinjauannya Dalam Maqashid Syariah. *TSAQAFAH* 16(1): 100.
- Widagdyo, Gilang K. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics* 1(1): 76.