

# TATA KELOLA PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM DAN PERLUASAN JANGKAUAN NTB MALL

I Putu Restu Yachesta Kamala Dharma<sup>1</sup>, Jannatul Ayu S<sup>2</sup>, Kudusiah<sup>3</sup>, Lalu Ilham<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Email: [restu03022004@gmail.com](mailto:restu03022004@gmail.com)

---

## **Abstract**

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia yang berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional. Namun, UMKM di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) masih menghadapi kendala dalam akses pasar, kualitas produk, legalitas, dan pemanfaatan teknologi digital. Untuk menjawab tantangan ini, Pemerintah Provinsi NTB melalui Dinas Perdagangan mendirikan NTB Mall sebagai platform hybrid commerce yang memfasilitasi pemasaran produk UMKM sekaligus menjadi pusat edukasi dan kurasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tata kelola pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam meningkatkan produktivitas UMKM dan memperluas jangkauan pasar melalui NTB Mall. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada UMKM KUBE Waroh Maju Bersama dan Sate Goyang Lidah serta NTB Mall, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola pengembangan SDM yang dijalankan NTB Mall melalui program pelatihan, pendampingan, dan digitalisasi mampu meningkatkan kompetensi pelaku usaha dalam aspek kualitas produk, legalitas, serta pemasaran daring. Hal ini berdampak pada kenaikan omzet, perluasan pasar, dan peningkatan daya saing. Meski demikian, ditemukan juga tantangan seperti keterbatasan literasi digital UMKM, keterbatasan modal untuk inovasi, serta kebutuhan optimalisasi sistem dan strategi pemasaran NTB Mall. Dengan demikian, tata kelola pengembangan SDM yang terencana dan berkelanjutan menjadi kunci penting dalam memberdayakan UMKM agar lebih produktif, adaptif terhadap teknologi, dan kompetitif di pasar yang semakin luas.*

**Keywords:** *Tata Kelola SDM, UMKM, NTB Mall, Produktivitas, Transformasi Digital.*

---

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), UMKM menyumbang lebih dari 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), UMKM tidak hanya menjadi penggerak ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi sarana pelestarian budaya dan identitas lokal melalui produk-produk khas daerah (Disdag NTB, 2023).

Meskipun jumlahnya besar, pelaku UMKM di NTB masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya kualitas pengemasan produk, belum meratanya legalitas usaha, serta masih minimnya kemampuan penguasaan teknologi digital (Bappenas, 2022). Permasalahan ini menjadi semakin kompleks setelah pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak pelaku usaha kehilangan saluran distribusi konvensional dan mengalami penurunan omzet yang signifikan (World Bank, 2021).

Sebagai bentuk respon terhadap permasalahan tersebut, Pemerintah Provinsi NTB melalui Dinas Perdagangan membentuk NTB Mall pada tahun 2020 sebagai sebuah platform hybrid commerce yang menggabungkan sistem pemasaran offline dan online untuk memfasilitasi pemasaran produk-produk UMKM. Tidak hanya sebagai etalase penjualan, NTB Mall juga memiliki fungsi sebagai pusat edukasi, kurasi produk, legalisasi usaha, serta promosi digital. Sampai tahun 2022, NTB Mall telah mencatatkan 4.295 pelapak online dan 260 UMKM offline, dengan total produk lebih dari 21.000 item, dan omzet tahunan mencapai Rp3,51 miliar (NTB Mall, 2023).

Beberapa UMKM unggulan seperti Waroh, yang memproduksi makanan ringan khas NTB, serta Sate Rembiga, kuliner lokal yang telah dikenal luas, merupakan contoh dari pelaku usaha yang turut difasilitasi NTB Mall dalam hal pemasaran, pengemasan, dan promosi digital. Kedua UMKM ini menjadi bukti bahwa penguatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pelatihan, pendampingan, dan adaptasi teknologi mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, dalam konteks ini, tata kelola pengembangan SDM menjadi faktor kunci dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk lebih produktif, kompetitif, dan berdaya

saing tinggi secara digital. Kajian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peran strategis tata kelola SDM di NTB Mall memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas pelaku UMKM serta perluasan jangkauan pasar melalui transformasi teknologi yang diterapkan.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Konsep tata Kelola SDM**

- a. Tata Kelola dapat dipahami sebagai usaha terorganisir yang dilakukan oleh suatu instansi guna mencapai tujuannya dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen seperti perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi. TataKelola memiliki beberapa tujuan utama yaitu memberikan manfaat bagi organisasi, mengurangi risiko yang mungkin terjadi dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki (Karimah Tauhid: 2024)
- b. Tata kelola akan terwujud apabila memiliki prinsip yang membangkitkan kepercayaan, seperti akuntabilitas, efektif, efisien, berorientasi kekeluargaan, partisipasi, penegakan hukum dan transparansi (Nawawi, J. :2016).
- c. Pengelolaan SDM merupakan bagian penting dalam mewujudkan organisasi yang bergerak pada arah visi, misi, dan tujuan organisasi. Sumber Daya Manusia yang dikelola dengan baik menjadi rangkaian penentu efektivitas organisasi tersebut mencapai visi, misi, serta tujuan yang direncanakan (Nahrudin, Z. :2018).
- d. Semua proses tata Kelola SDM tersebut dimulai dari pengadaan SDM, pengembangan SDM, evaluasi SDM dan sampai dengan tahapan pemberhentian kerja. Kalau berbicara mengenai tata kelola SDM Pemerintahan maka yang dimaksud dengan SDM disini adalah Birokrat atau pegawai pemerintah, sedangkan organisasinya tentu saja adalah Birokrasi. Tata Kelola terhadap pegawai pemerintah tersebut tentu saja mempunyai banyak tujuan diantaranya adalah untuk memperbaiki kinerja Birokrasi, meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, juga untuk meningkatkan performa pegawai itu sendiri (Ashari, E. T. (2010)

### **2. Peran SDM dalam UMKM**

- a. Pengembangan SDM tidak hanya mencakup peningkatan keterampilan teknis, seperti produksi dan keuangan, tetapi juga mencakup softskills seperti kepemimpinan, komunikasi, kreativitas, serta kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan bisnis yang terus berubah. (Martaningtyas, N. U. (2023). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era Digital Marketing untuk Mencapai Kesuksesan dalam Berbisnis di Media Sosial Guna Memajukan Sektor UMKM. Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC), 6(1), 556–567. )
- b. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aspek penting dalam keberhasilan dan pertumbuhan bisnis. SDM yang berkualitas memiliki peran sentral dalam menciptakan keunggulan kompetitif, meningkatkan produktivitas, dan mendorong inovasi dalam organisasi. Namun, seringkali pengelolaan SDM diabaikan atau dianggap sebagai hal yang kurang strategis, terutama dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). (Miftahul S. : 2025)
- c. Dalam uraian diatas dapat disimpulkan bahwa memperkuat SDM yang ada di sektor UMKM dapat menjadi motor penggerak utama dalam menghasilkan inovasi, produktivitas, dan daya saing yang diperlukan untuk mengangkat perekonomian lokal ke tingkat yang lebih tinggi ( Ananta N.P. dkk: Mei 2024 “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal pada Sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya”, Volume VII No 1, (hlm 73)

### 3. Transformasi Digital dan UMKM

- a. Transformasi digital menjadi kunci bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan bisnis di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Selama satu dekade terakhir, Kementerian Komunikasi dan Informatika mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan digitalisasi untuk meningkatkan kapasitas dan jangkauan distribusi (Siaran Pers No. 584/HM/KOMINFO/09/2024; Selasa, 17 September 2024, Tentang Satu Dekade, Transformasi Digital UMKM Dorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional)
- b. Transformasi digital adalah proses integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis, yang mengubah cara perusahaan beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan. Dalam konteks UMKM, transformasi digital melibatkan penerapan teknologi seperti sistem manajemen keuangan berbasis cloud, penggunaan media sosial untuk

pemasaran, dan pemanfaatan data analitik untuk memahami perilaku konsumen. (Gatotpra : 2022,)

- c. Transformasi digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada penerapan teknologi digital dan penggunaan data untuk mengoptimalkan operasi, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan bisnis. Transformasi ini bertujuan untuk membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam ekonomi digital, meningkatkan daya saing mereka, dan menghadapi tantangan yang dihadapi dalam era digital. ( Condrobimo A.R: 2023)

#### 4. Studi Kasus NTB Mall atau Platform Digital Lain

- a. Tujuan dibangunnya NTB Mall offline ini adalah untuk menyediakan platform atau lokasi di mana usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal dapat mempresentasikan dagangannya dan menjualnya dengan biaya yang wajar. Dengan cara ini, pengoperasian Mall NTB adalah pusat perbelanjaan digital (online), tetapi juga melakukan penjualan langsung (offline). (Fadli A. 2022)
- b. NTB Mall merupakan platform hybrid commerce. Peluncuran Platform Aplikasi NTB Mall dan Offline Store NTB Mall yang berlangsung di Kantor Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat yang diresmikan pada 17 Desember 2020 untuk membantu para pelaku UMKM yang ada di NTB agar dapat menjual produk yang mereka buat kepada para konsumen dan juga produk unggulan dari UMKM tersebut dapat dikenal luas oleh masyarakat baik itu di kancah Nasional maupun Internasional. Peresmian NTB Mall Offline Store dilakukan langsung oleh Bapak Gubernur Nusa Tenggara Barat Dr. H. Zulkieflimansyah, S.E., M.Sc., peresmian tersebut dilaksanakan setelah upacara Hari Ulang Tahun Nusa Tenggara Barat ke-62. Ntbmall.com.
- c. Adapun salah satu contoh e-commerce yang menggunakan strategi digital yaitu NTB Mall, platform yang dibangun untuk mendukung UMKM lokal menjual produk secara daring. NTB Mall tidak hanya hadir melalui situs web, tetapi juga memperluas visibilitasnya dengan berbagai media sosial, sehingga mempermudah konsumen dan membuka peluang lebih banyak bagi produk lokal di pasar yang lebih luas. Sejauh ini NTB Mall hanya menggunakan Instagram, Facebook, dan Tiktok untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran online yang dikelola langsung oleh tim marketing NTB Mall. Disisi lain, dengan media sosial, NTB Mall mengandalkan strategi soft selling dan

promosi seperti gratis ongkir untuk memperkenalkan produk sekaligus menjalin interaksi langsung dengan calon pelanggan. Implementasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan traffic juga memperkenalkan platform. (Alfikri H: 2023)

#### 5. Pelatihan dan Pengembangan SDM di era Digital

- a. Pelatihan pengelolaan SDM di era digital memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM Desa Tanah Merah. Dengan adanya peningkatan kompetensi SDM, diharapkan UMKM mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin ketat. Kolaborasi yang erat antara berbagai pihak terkait merupakan kunci keberhasilan dalam memberdayakan UMKM melalui peningkatan kualitas SDM. Peran pelatihan pengelolaan SDM di era digital bagi UMKM di Desa Tanah Merah sangat vital dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. (Hamsal: 2024)
- b. Pengembangan karyawan merupakan suatu aspek yang penting bagi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan, terutama pada UMKM. Salah satu cara pengembangan karyawan yang umum digunakan adalah melalui pelatihan. Dalam penelitian yang dilakukan Rijan:2023, dilakukan tinjauan sistematis terhadap literatur tentang pengembangan karyawan di UMKM dengan fokus pada penggunaan pelatihan sebagai salah satu metode pengembangan karyawan. (Rijal: 2023). Praktik terbaik dalam pengembangan karyawan di UMKM antara lain melakukan analisis kebutuhan pelatihan secara berkala, mengembangkan program pelatihan yang relevan dan efektif, memilih instruktur atau pelatih yang berkualitas, memberikan dukungan manajemen yang cukup, menyediakan sumber daya manusia dan keuangan yang memadai, serta melakukan evaluasi dan pengukuran efektivitas pelatihan secara berkala. (Rijal M.S: 2023)

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menyajikan kerangka kerja metodologis yang menjadi landasan dalam pelaksanaan penelitian. Uraian di dalamnya mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu, subjek dan objek penelitian yang spesifik, jenis dan sumber data yang

digunakan, teknik pengumpulan data, prosedur analisis data yang sistematis, serta mekanisme pengecekan keabsahan data untuk menjamin kredibilitas hasil penelitian.

### **2.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif dipilih karena kesesuaiannya untuk mengeksplorasi dan memahami makna di balik suatu fenomena sosial yang kompleks dan kontekstual. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengukuran numerik, penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang kaya dan mendalam (in-depth understanding) mengenai proses, interaksi, dan persepsi individu. Hal ini sangat relevan dengan tujuan penelitian untuk mengkaji "tata kelola pengembangan SDM" yang melibatkan interaksi dinamis antara pemerintah, platform teknologi, dan pelaku usaha.

Pendekatan yang digunakan secara spesifik adalah studi kasus (case study). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan penyelidikan yang intensif dan terfokus pada kasus-kasus tertentu—yaitu UMKM Sate Goyang Lidah dan KUBE Waroh—dalam lingkungan alaminya. Melalui studi kasus, saya dapat menganalisis secara holistik bagaimana program pengembangan SDM yang dirancang oleh Dinas Perdagangan dan difasilitasi oleh NTB Mall diterapkan dan memberikan dampak pada unit usaha tersebut.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitis. Tahap deskriptif akan menyajikan gambaran rinci mengenai bentuk tata kelola, program pelatihan yang ada, dan kondisi produktivitas UMKM. Sementara itu, tahap analitis akan menginterpretasikan temuan-temuan tersebut untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa pengembangan SDM dapat berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan perluasan jangkauan pasar, dengan merujuk pada konsep-konsep dari tinjauan pustaka.

### **2.2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

- Lokasi Penelitian: Mengingat sifat penelitian yang mengkaji sebuah ekosistem, lokasi penelitian tidak terbatas pada satu tempat, melainkan mencakup beberapa entitas yang saling berhubungan, yaitu:
  1. **Dinas Perdagangan Provinsi NTB:** Sebagai lembaga pemerintah yang menjadi subjek utama dalam perumusan kebijakan dan tata kelola pengembangan SDM bagi UMKM.

2. **Platform NTB Mall:** Sebagai instrumen teknologi dan platform intervensi yang menjadi pusat dari strategi perluasan jangkauan pasar.
  3. **UMKM Sate Goyang Lidah dan KUBE Waroh Maju Bersama:** Sebagai studi kasus yang dipilih secara purposif (bertujuan). Keduanya dipilih karena merupakan UMKM unggulan yang aktif memanfaatkan fasilitas NTB Mall dan telah mengikuti program pengembangan yang diselenggarakan.
- **Waktu Penelitian:** Proses penelitian, mulai dari persiapan instrumen, pengumpulan data di lapangan, hingga analisis dan penyusunan laporan, akan dilaksanakan selama kurang lebih lima bulan, terhitung mulai dari Februari 2025 hingga Juli 2025.

### **2.3. Subjek dan Objek Penelitian**

- **Subjek Penelitian:** Subjek penelitian adalah para informan yang menjadi sumber data primer. Pemilihan subjek dilakukan secara purposif untuk memastikan informasi yang didapat relevan dan mendalam. Subjek penelitian meliputi:
  - Staf atau pejabat dari Dinas Perdagangan Provinsi NTB yang bertanggung jawab langsung atas program pembinaan dan kurasi UMKM untuk NTB Mall.
  - Pengelola NTB Mall yang menangani strategi pemasaran digital dan hubungan kemitraan dengan UMKM.
  - Pemilik dan karyawan kunci dari UMKM Sate Goyang Lidah dan KUBE Waroh Maju Bersama yang secara langsung mengalami dan merasakan dampak dari program pengembangan SDM.
- **Objek Penelitian:** Objek yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah proses dan dampak yang timbul dari interaksi antar subjek, yang mencakup:
  - Proses Tata Kelola Pengembangan SDM: Meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan evaluasi program pelatihan, sebagaimana konsep tata kelola yang dijelaskan oleh Karimah Tauhid (2024).
  - Peningkatan Produktivitas UMKM: Diukur secara kualitatif melalui pengamatan terhadap inovasi produk, efisiensi proses produksi, dan peningkatan kualitas kemasan.
  - Perluasan Jangkauan Pasar: Dianalisis melalui studi terhadap penerapan teknologi digital dan pemanfaatan platform NTB Mall, sesuai dengan konsep

transformasi digital yang dipaparkan oleh Kominfo (2024) dan Condrobimo A.R (2023).

#### 2.4. Jenis dan Sumber Data

1. **Data Primer:** Data utama yang digali langsung dari lapangan, mencakup hasil wawancara mendalam dengan para subjek penelitian dan hasil observasi langsung terhadap aktivitas mereka.
2. **Data Sekunder:** Data pendukung yang berasal dari studi literatur dan dokumentasi, mencakup:
  - Laporan Tahunan NTB Mall dan data statistik terkait jumlah pelapak dan omzet.
  - Dokumen kebijakan dari Dinas Perdagangan Provinsi NTB.
  - Data statistik UMKM nasional dari Kementerian Koperasi dan UKM.
  - Laporan dari lembaga seperti Bank Dunia mengenai dampak pandemi terhadap UMKM.
  - Seluruh referensi dari Tinjauan Pustaka yang membahas konsep Tata Kelola SDM, Transformasi Digital, dan peran pelatihan bagi UMKM.

#### 2.5. Teknik Pengumpulan Data

1. **Wawancara Mendalam:** Wawancara dilakukan dengan pendekatan semi-terstruktur menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan. Tujuannya adalah untuk menggali secara mendalam persepsi, pengalaman, dan tantangan yang dihadapi oleh setiap subjek terkait proses pengembangan SDM. Seluruh sesi wawancara akan direkam (atas izin) dan ditranskripsi untuk menjaga keakuratan data.
2. **Observasi Partisipatif:** Saya akan melakukan pengamatan langsung dengan terlibat dalam beberapa aktivitas, seperti proses produksi di UMKM atau mendampingi saat mereka mengelola akun media sosial. Teknik ini bertujuan untuk memahami praktik nyata di lapangan dan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari wawancara.
3. **Dokumentasi:** Saya akan mengumpulkan dokumen-dokumen relevan seperti materi pelatihan, laporan penjualan UMKM, serta melakukan dokumentasi foto atau video terhadap proses kerja dan produk sebagai bukti pendukung analisis.

## 2.6. Teknik Analisis Data

Analisis data akan dilakukan secara kualitatif dan interaktif sepanjang penelitian, melalui tiga tahapan utama:

1. **Reduksi Data:** Seluruh data mentah yang terkumpul (transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen) akan melalui proses seleksi, pemfokusan, dan penyederhanaan. Saya akan melakukan *coding* (pengkodean) untuk mengelompokkan data ke dalam tema-tema yang relevan dengan pertanyaan penelitian, seperti "Efektivitas Pelatihan", "Adopsi Teknologi", dan "Peningkatan Kualitas Produk".
2. **Penyajian Data (Data Display):** Data yang telah direduksi dan dikelompokkan akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang kaya dan terstruktur. Untuk memperjelas temuan, penyajian data akan didukung oleh matriks perbandingan antar kasus atau bagan alur, serta diperkuat dengan kutipan-kutipan otentik dari wawancara.
3. **Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing):** Pada tahap akhir, saya akan melakukan interpretasi terhadap data yang telah disajikan untuk menemukan pola dan makna. Kesimpulan akan ditarik untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif, dengan secara eksplisit menghubungkan temuan empiris di lapangan dengan kerangka konseptual yang telah dibangun dalam Tinjauan Pustaka.

## 4. PEMBAHASAN

### Analisis Komparatif Mendalam: Tata Kelola SDM pada UMKM dan Institusi Fasilitator NTB Mall

Analisis ini bertujuan untuk menguraikan secara mendalam perbedaan fundamental dalam tata kelola dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) antara pelaku usaha di tingkat mikro dengan lembaga fasilitator modern. Dengan mengambil studi kasus pada UMKM KUBE Waroh Maju Bersama dan UMKM Sate Rembiga Goyang Lidah sebagai representasi UMKM, serta NTB Mall sebagai representasi institusi, perbandingan ini akan dielaborasi melalui empat aspek utama: kebutuhan SDM, model pelatihan, manajemen kinerja, dan tantangan yang dihadapi.

## 1. Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM): Operasional vs. Manajerial

Perbedaan paling mendasar terletak pada jenis dan kompleksitas keterampilan yang dibutuhkan oleh kedua entitas.

- **Pada Tingkat UMKM (Fokus pada Keterampilan Produksi dan Operasional)**

Kebutuhan SDM di UMKM seperti KUBE Waroh dan Sate Goyang Lidah sangat berorientasi pada kegiatan produksi fisik dan pelayanan langsung. Keterampilan yang paling vital adalah kemampuan untuk menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk, efisiensi dalam proses pengolahan, serta pemahaman akan standar kebersihan dan sanitasi. Selain itu, SDM juga dituntut untuk memiliki kemampuan pelayanan pelanggan dasar secara tatap muka dan mengoperasikan perangkat sederhana seperti mesin kasir. Pemasaran yang dilakukan awalnya bersifat tradisional, mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan penjualan di lokasi fisik, sehingga kebutuhan akan SDM dengan keahlian pemasaran digital belum menjadi prioritas utama.

- **Pada Tingkat Institusi NTB Mall (Fokus pada Keterampilan Manajerial dan Digital)**

Sebaliknya, NTB Mall sebagai platform *hybrid commerce* membutuhkan SDM dengan keahlian yang sangat terspesialisasi dan berorientasi pada manajemen ekosistem digital. Kebutuhan ini mencakup keterampilan dalam

**pemasaran digital (digital marketing), manajemen e-commerce, Search Engine Optimization (SEO), dan pembuatan konten visual (foto/video produk).** Secara

struktural, NTB Mall memiliki posisi-posisi manajerial seperti Manajer Operasional dan Kepala Seksi Promosi yang tugasnya adalah melakukan

**kurasi produk, membangun branding kolektif, menganalisis data penjualan,** dan merancang strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas ribuan produk UMKM secara agregat.

## 2. Model Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas: Penerima vs. Penyelenggara

Peran kedua entitas dalam ekosistem pelatihan sangat kontras, di mana UMKM menjadi objek pelatihan, sementara NTB Mall bertindak sebagai subjek atau penyelenggara.

- **Pada Tingkat UMKM (Sebagai Penerima Pelatihan)** UMKM umumnya berada pada posisi sebagai penerima program pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak eksternal. Sebagai contoh, mereka mendapatkan pelatihan mengenai standar keamanan pangan dan higienitas dari Balai POM atau lembaga pemerintah lainnya.

Untuk aspek digital, peningkatan kapasitas sering kali bersifat insidental, misalnya melalui pendampingan dari mahasiswa magang yang membantu membuat akun media sosial atau mengajarkan cara mengunggah konten. Fokus dari pelatihan yang diterima adalah untuk memenuhi standar dasar, seperti

**legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal)** dan peningkatan kapasitas produksi.

- **Pada Tingkat Institusi NTB Mall (Sebagai Penyelenggara Pelatihan)** NTB Mall secara aktif berperan sebagai **penyelenggara dan fasilitator pelatihan** bagi para mitra UMKM-nya. Melalui program seperti **"Grebek UMKM" dan "NGOPI (Ngobrol Pintar)"**, NTB Mall memberikan edukasi mengenai branding, pengemasan produk yang menarik, strategi pemasaran digital, dan pentingnya legalitas. Di sisi lain, SDM internal NTB Mall sendiri memerlukan pelatihan berkelanjutan untuk mengasah kemampuan teknis mereka dalam mengelola platform, menganalisis tren pasar dari data pelanggan, dan mengadopsi strategi pemasaran digital terbaru agar platform tetap kompetitif.

### 3. Manajemen dan Pengukuran Kinerja: Konkret vs. Agregat

Indikator keberhasilan dan cara mengukur kinerja pada kedua entitas ini berbeda secara skala dan kompleksitas.

- **Pada Tingkat UMKM (Kinerja Operasional dan Finansial Mikro)** Kinerja diukur melalui indikator yang sangat **konkret dan operasional**. Produktivitas diukur dari **kecepatan produksi, efisiensi penggunaan bahan baku, dan penurunan jumlah produk gagal**. Keberhasilan finansial diukur dari **omzet penjualan bulanan** yang diterima langsung oleh unit usaha. Sebagai contoh, KUBE Waroh mencatat keberhasilan ketika omzetnya mencapai Rp 3.000.000 per bulan setelah bergabung dengan NTB Mall. Dalam ranah digital, metrik yang digunakan masih sangat dasar, seperti melacak **jumlah penonton (views) atau "suka" (likes)** pada konten promosi di media sosial.



Gambar 1, menunjukan Tingkat Views sebagai Tolak Ukur, Setelah Melakukan Promosi

- Pada Tingkat Institusi NTB Mall (Kinerja Agregat dan Metrik Digital Makro)** Kinerja NTB Mall diukur berdasarkan metrik agregat dalam skala besar yang mencerminkan kesehatan ekosistem secara keseluruhan. Keberhasilan finansial diukur dari **total omzet tahunan platform** yang mencapai miliaran rupiah, seperti kenaikan dari Rp2,78 Miliar pada 2021 menjadi Rp3,51 Miliar pada 2022. Indikator kinerja utama lainnya adalah **pertumbuhan jumlah mitra UMKM** yang bergabung (baik online maupun offline) dan jumlah produk yang terdaftar. NTB Mall juga menggunakan **analitik digital yang lebih canggih**, seperti melacak lalu lintas pengunjung (traffic) situs web, tingkat konversi penjualan, dan jangkauan impresi dari kampanye pemasaran digital.

Gambar 2 menunjukan Tolak Ukur yang di NTB Mall

Analisis terhadap tantangan yang dihadapi oleh UMKM di tingkat akar rumput dan institusi fasilitator seperti NTB Mall menunjukkan adanya perbedaan fundamental yang bersumber dari skala operasional, fokus kerja, dan posisi mereka dalam ekosistem ekonomi.

## Tantangan pada Tingkat UMKM (Studi Kasus KUBE Waroh & Sate Goyang Lidah)

Tantangan yang dihadapi oleh UMKM cenderung bersifat internal dan fundamental, berkaitan langsung dengan kapasitas sumber daya dan operasional harian.

1. **Keterbatasan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Teknologi** Tantangan utama adalah minimnya kemampuan dan konsistensi dalam penguasaan teknologi digital untuk pemasaran. Banyak UMKM, seperti KUBE Waroh sebelum pendampingan, memiliki akun media sosial namun tidak dikelola secara optimal dan konsisten, dengan unggahan terakhir yang sudah berjarak sangat lama. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan (*knowledge gap*) dan keterbatasan waktu atau sumber daya untuk fokus pada pemasaran digital. Kemampuan analisis penulis yang diakui masih dalam proses belajar juga mencerminkan keterbatasan SDM secara umum dalam memahami teori manajemen pelatihan atau produktivitas secara akademis.



Gambar 2, Menunjukkan Struktur Pekerja DI UMKM KUBE Waroh



Gambar 3, Menunjukkan fasilitasPekerja DI UMKM KUBE Waroh yang sebagian besar masih menggunakan metode Tradisional

2. **Akses dan Standar Pasar Modern** UMKM masih menghadapi kendala klasik dalam menembus pasar yang lebih luas. Ini mencakup **keterbatasan akses pasar** itu sendiri, **rendahnya kualitas pengemasan produk** yang belum mampu bersaing secara visual, serta **belum meratanya legalitas usaha** seperti PIRT atau sertifikasi Halal yang menjadi syarat utama untuk masuk ke ritel modern. Meskipun mendapatkan pelatihan, penerapan standar secara konsisten, seperti prosedur kebersihan atau takaran bumbu, masih menjadi tantangan sebelum adanya pembinaan rutin.
3. **Keterbatasan Modal dan Dokumentasi Usaha** Modal yang terbatas menjadi hambatan bagi UMKM untuk melakukan ekspansi, inovasi produk, atau investasi dalam pemasaran yang lebih masif. Selain itu, seperti yang diakui dalam laporan magang, UMKM sering kali tidak memiliki **data kuantitatif atau dokumentasi yang tercatat dengan baik**, misalnya catatan rinci mengenai produktivitas sebelum dan sesudah pelatihan. Hal ini menyulitkan proses evaluasi kinerja secara objektif dan menghambat akses ke lembaga keuangan formal.

### **Tantangan pada Tingkat Institusi NTB Mall**

Tantangan yang dihadapi NTB Mall lebih bersifat strategis dan manajerial, berkaitan dengan posisinya sebagai lembaga semi-pemerintah yang beroperasi di tengah pasar yang kompetitif.

1. **Keterbatasan Infrastruktur Fisik dan Pengelolaan Display** Salah satu kendala operasional yang paling menonjol adalah **keterbatasan ruang display** di galeri fisik. Dengan jumlah mitra UMKM mencapai ratusan dan produk lebih dari 21.000 item, rak dan meja display sering kali cepat penuh. Kondisi ini berisiko mengurangi estetika penataan galeri, kenyamanan pengunjung, dan visibilitas masing-masing produk.
2. **Meningkatkan Lalu Lintas Pengunjung (Traffic) dan Persaingan** Sebagai pusat oleh-oleh yang dikelola pemerintah, NTB Mall menghadapi tantangan dalam hal jumlah pengunjung yang cenderung stabil dan **tidak seramai toko ritel swasta** yang berlokasi di pusat keramaian atau destinasi wisata utama. Hal ini secara langsung memengaruhi tingkat penjualan di galeri offline. NTB Mall perlu strategi promosi yang lebih agresif untuk meningkatkan visibilitasnya di kalangan wisatawan dan bersaing dengan pusat oleh-oleh lainnya.

3. **Stabilitas Sistem dan Teknologi** Ketergantungan pada teknologi juga membawa tantangan tersendiri. Pada beberapa kesempatan, **sistem kasir di NTB Mall mengalami kendala teknis**, seperti transaksi yang lambat atau sistem yang tidak dapat diakses sementara waktu. Gangguan semacam ini dapat menghambat proses pembayaran dan berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan. Pemeliharaan dan peningkatan sistem secara berkala menjadi sebuah keharusan untuk menjaga kelancaran operasional.
4. **Manajemen Stok dan Produk Makanan** Dengan banyaknya produk makanan yang memiliki masa kedaluwarsa, NTB Mall menghadapi tantangan dalam **manajemen stok**. Diperlukan sistem rotasi stok yang lebih ketat dan strategi untuk menangani produk yang mendekati masa kedaluwarsa agar tidak merugikan UMKM maupun konsumen.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis bagaimana tata kelola pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) berperan dalam meningkatkan produktivitas UMKM serta memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan transformasi digital, dengan mengambil studi kasus pada NTB Mall sebagai institusi fasilitator, dan UMKM KUBE Waroh Maju Bersama serta Sate Goyang Lidah sebagai representasi pelaku usaha mikro.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola pengembangan SDM yang diterapkan melalui sinergi antara pemerintah daerah (Dinas Perdagangan Provinsi NTB), NTB Mall, serta para pelaku UMKM telah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas usaha. Program-program pelatihan, pendampingan teknis, serta berbagai inisiatif digitalisasi yang dijalankan terbukti membantu UMKM dalam mengatasi tantangan klasik seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya kualitas pengemasan, serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran. Hal ini tampak pada kasus KUBE Waroh dan Sate Goyang Lidah yang setelah mendapatkan pendampingan, mulai memanfaatkan platform daring NTB Mall serta aktif mempromosikan produk melalui media sosial, sehingga dapat meningkatkan visibilitas dan omzet usaha.

NTB Mall sebagai platform hybrid commerce memegang peranan strategis dalam ekosistem ini, tidak hanya menyediakan kanal distribusi online dan offline tetapi juga menjadi pusat edukasi, kurasi produk, serta fasilitasi legalitas usaha. Keberhasilan NTB Mall dalam mengakomodasi lebih dari 4.000 pelapak online dan lebih dari 21.000 item produk dengan omzet tahunan yang mencapai miliaran rupiah menunjukkan bahwa strategi pengembangan SDM dan transformasi digital yang diterapkan cukup efektif dalam mendorong pertumbuhan UMKM di NTB.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya sejumlah tantangan yang masih memerlukan perhatian. Pada level UMKM, kendala utama terletak pada keterbatasan kapasitas SDM dalam hal literasi digital dan manajemen usaha modern, minimnya modal untuk melakukan inovasi produk, serta lemahnya dokumentasi data usaha yang berdampak pada sulitnya melakukan evaluasi kinerja secara kuantitatif. Di sisi lain, NTB Mall menghadapi tantangan manajerial seperti keterbatasan ruang display fisik, stabilitas sistem kasir digital, serta perlunya strategi lebih agresif untuk menarik traffic pengunjung baik secara daring maupun luring agar dapat bersaing dengan pusat oleh-oleh swasta.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa tata kelola pengembangan SDM merupakan fondasi penting dalam membangun ekosistem UMKM yang produktif, adaptif terhadap teknologi, serta mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kolaborasi erat antara pemerintah, platform digital, pelaku UMKM, dan stakeholder lainnya perlu terus diperkuat agar tujuan pemberdayaan ekonomi lokal melalui penguatan UMKM dapat tercapai secara optimal. Dengan pendekatan tata kelola SDM yang terencana, terukur, dan berkelanjutan, transformasi digital di sektor UMKM dapat berjalan lebih efektif, sehingga tidak hanya meningkatkan daya saing produk tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas baik di tingkat nasional maupun internasional.

## **Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk memperkuat tata kelola pengembangan SDM dalam mendukung produktivitas dan perluasan pasar UMKM di NTB, khususnya melalui fasilitasi NTB Mall, yaitu:

### **1. Peningkatan Program Pelatihan Berkelanjutan**

Pemerintah daerah melalui Dinas Perdagangan dan NTB Mall diharapkan dapat merancang program pelatihan yang lebih sistematis dan berkelanjutan, terutama dalam

aspek pemasaran digital, manajemen keuangan sederhana, dan standardisasi mutu produk, agar UMKM dapat lebih mandiri dalam mengelola usahanya.

## **2. Optimalisasi Pendampingan Digital Marketing**

Mengingat masih lemahnya kapasitas SDM UMKM dalam memanfaatkan teknologi, perlu dilakukan pendampingan langsung secara periodik terkait strategi pemasaran digital, termasuk pengelolaan media sosial, pembuatan konten, dan analitik sederhana untuk memantau perkembangan pasar.

## **3. Penguatan Infrastruktur NTB Mall**

NTB Mall sebagai institusi fasilitator perlu terus meningkatkan kapasitas platform digital dan sarana fisik, seperti penataan display produk dan sistem manajemen stok yang terintegrasi, agar mampu menangani jumlah produk dan mitra UMKM yang terus bertambah dengan lebih efektif.

## **4. Kolaborasi Multi Pihak**

Kolaborasi lintas sektor dengan akademisi, lembaga keuangan, dan pelaku industri kreatif perlu diperluas untuk membuka akses pembiayaan, inovasi produk, dan peluang pasar baru bagi UMKM, sehingga dampak transformasi digital dapat dirasakan lebih merata.

## **5. Penelitian Lanjutan**

Untuk memperkaya wawasan, disarankan dilakukan penelitian lebih lanjut yang bersifat kuantitatif atau mix-method guna mengukur secara numerik peningkatan produktivitas dan omzet UMKM pasca mengikuti program pengembangan SDM, sehingga dapat menjadi dasar penyusunan kebijakan yang lebih terarah.

## **6. UCAPAN TERIMAKASIH**

Dalam proses pembuatan jurnal pengabdian ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan dorongan dari banyak pihak, jurnal pengabdian ini tidak dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan, oleh sebab itu, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang tanpa henti senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi dalam setiap langkah yang di ambil. Dukungan mereka baik secara moril maupun

materil telah menjadi pilar kekuatan dan sumber semangat selama proses kegiatan yang dilaksanakan. Kasih sayang, ketulusan, dan kepercayaan yang mereka curahkan memberi keyakinan, keteguhan hati, dan energi untuk menyelesaikan setiap tahapan dengan baik. Tanpa doa yang tulus dan dorongan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai pencapaian ini.

2. Bapak Dr. Ihsan Rois, ST., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram.
3. Ibu Dr. Luluk Fadliyanti, SE., M.Si., Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram.
4. selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan penuh dalam proses penyusunan laporan akhir magang.
5. pembimbing lapangan di Dinas Perdagangan Provinsi NTB yang telah banyak memberikan ilmu dan masukan berharga.
6. Seluruh Pegawai dan Staf Dinas Perdagangan Provinsi NTB, yang telah membantu, memberikan arahan, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung selama proses magang berlangsung.
7. Seluruh rekan seperjuangan magang di Dinas Perdagangan Provinsi NTB atas kebersamaan, semangat, dan kerja samanya.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis namun tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala kontribusinya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfikri, H. (2023). *Strategi komunikasi pemasaran online NTB Mall dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di NTB* [Skripsi, Universitas Mataram]. Eprints Universitas Mataram. <https://eprints.unram.ac.id/47209/2/Jurnal>
- Ananta, N. P., dkk. (2024). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya. *[Nama Jurnal Tidak Tersedia]*, VII(1), 73.

- Ashari, E. T. (2010). Reformasi pengelolaan SDM aparatur, prasyarat tata kelola birokrasi yang baik. *Jurnal Borneo Administrator*, 6(2), 1–17.
- Bappenas. (2022). *Rencana induk UMKM nasional 2021–2024*. Kementerian PPN/Bappenas.
- Condrobimo, A. R. (2023). *Transformasi digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Binus University.
- Dinas Perdagangan Provinsi NTB. (2023). *Laporan tahunan Dinas Perdagangan*. Dinas Perdagangan Provinsi NTB.
- Fadli, A. (2022). *Peran NTB Mall dalam peningkatan pangsa pasar produk andalan daerah di Kota Mataram*. [Jenis Publikasi Tidak Diketahui].
- Gatotpra. (2025). *Peran transformasi digital untuk meningkatkan daya saing UMKM meraih pasar melalui tata kelola keuangan dan strategi pemasaran yang optimal*. STEI. Diakses pada 1 Juli 2025, dari [stei.ac.id/4854/](http://stei.ac.id/4854/)
- Hamsal. (2024). Pelatihan pengelolaan SDM di era digital pada UMKM di Desa Tanah Merah. *Ijtima': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/ijtima>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024, 17 September). *Satu dekade, transformasi digital UMKM dorong pertumbuhan ekonomi nasional* (Siaran Pers No. 584/HM/KOMINFO/09/2024).
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Data statistik UMKM Indonesia tahun 2022*.
- Martaningtyas, N. U. (2023). Pengembangan sumber daya manusia di era digital marketing untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis di media sosial guna memajukan sektor UMKM. *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)*, 6(1), 556–567.
- Miftahul, S. (2025, 24 Juni). *Sumber daya manusia kunci dalam keberlanjutan bisnis UMKM*. KEBUMEN24.
- Nahrudin, Z. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi tata kelola SDM pemerintahan. *[Nama Jurnal Tidak Tersedia]*, 1, 5–6.
- Nawawi, J. (2016). Membangun kepercayaan dalam mewujudkan good governance. *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2(1), 19–30.
- NTB Mall. (2023). *Profil dan laporan tahunan NTB Mall*. Dinas Perdagangan Provinsi NTB.
- NTB Mall. (n.d.). *About NTB Mall*. Diakses pada 1 Juli 2025, dari <https://ntbmall.com/about>
- Nurhazizah, & Purnamasari. (2024). [Judul artikel tidak tersedia]. *Jurnal Karimah Tauhid*, 3(11).

- Rijal, M. S. (2023). Kajian studi literatur: Pelatihan untuk pengembangan karyawan UMKM. *[Nama Jurnal Tidak Tersedia]*, 4(5).
- World Bank. (2021). *Indonesia economic prospects: Boosting the recovery*.