

## Layanan Prima dan Digitalisasi UMKM Sepatu, Sentra PIK Pulogadung

Patria Laksamana<sup>1</sup>, Saripudin<sup>2</sup>, Suharyanto<sup>3</sup>, Fangky Antoneus Sorongan<sup>4\*</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Dosen Perbanas Institute

\*Korespondensi : [f.sorongan@perbanas.id](mailto:f.sorongan@perbanas.id)

Diterima: 23 08 2023

Direvisi: 17 04 2024

Disetujui: 22 04 2024

### SUMMARY

*The Covid-19 pandemic has had a significant impact on the retail sector, including the MSME leather shoes industry. One of them is the PIK Pulogadung area, which is known as a shopping center in Jakarta, which has experienced a decrease in customer visits resulting in a decrease in sales turnover. In addition, the lack of support from building managers in carrying out promotions and the Covid-19 pandemic are the biggest challenges for leather shoe stores in PIK Pulogadung. The solution to helping the leather shoe MSME industry is to provide excellent service and digitization. By prioritizing excellent service and adopting a digitization strategy, MSME leather shoe stores can improve operational efficiency, expand market reach, and provide customers with a superior shopping experience. Accessibility and Infrastructure Improvement, Education and Training Improvement, Technology Empowerment, Market Development and Promotion, Provision of Financial Support, Formation of Networks and Collaboration. With these steps, it is hoped that the small industrial village in Pulo Gadung can continue to grow and develop as an industrial center that is competitive, creates jobs, and makes a positive contribution to the regional economy.*

**Keywords:** *UMKM, Excellent Service, Digitalization*

### RINGKASAN

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada sektor ritel, termasuk industri UMKM sepatu kulit. Salah satunya adalah Kawasan PIK Pulogadung, yang dikenal sebagai pusat perbelanjaan di Jakarta mengalami penurunan kunjungan Pelanggan sehingga mengakibatkan kepada penurunan omset penjualan. Selain itu, kurangnya dukungan dari pengelola gedung dalam melakukan promosi serta pandemi Covid-19 merupakan tantangan terbesar bagi toko sepatu kulit di PIK Pulogadung. Solusi untuk membantu industri UMKM sepatu kulit adalah dengan memberikan Layanan prima dan digitalisasi. Dengan mengedepankan layanan prima dan mengadopsi strategi digitalisasi, toko sepatu kulit UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman belanja yang unggul kepada pelanggan. Peningkatan Aksesibilitas dan Infrastruktur, Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan, Pemberdayaan Teknologi, Pengembangan Pasar dan Promosi, Pemberian Dukungan Keuangan, Pembentukan Jaringan dan Kolaborasi. langkah-langkah tersebut, diharapkan perkampungan industri kecil di PuloGadung dapat terus tumbuh dan berkembang sebagai pusat industri yang berdaya saing, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah.

**Kata Kunci:** *UMKM, Layanan Prima, Digitalisasi*

## PENDAHULUAN

Pada tahun 1966 industri-industri di Jakarta tidak lagi mampu beroperasi secara penuh akibat situasi ekonomi pada waktu itu. Tingkat produksi mereka diperkirakan hanya sekitar 30 % dari kapasitas maksimum. Kondisi perindustrian seperti ini tidak sesuai lagi dengan kedudukan DKI Jakarta yang sudah tidak memiliki sumber-sumber pertanian untuk diolah. Sebagian besar pendapatan daerah tergantung kepada hasil-hasil industri, perdagangan dan jasa.

Perkembangan jenis-jenis industri di Jakarta yang banyak ragamnya ternyata memerlukan pembinaan-pembinaan yang tersendiri. Industri-industri tertentu di Jakarta tumbuh dengan cepat, seperti industri kerajinan, industri perkayuan dan industri maritim. Pada masa jabatan Gubernur Ali Sadikin ini, sesuai rencana induk DKI Jakarta 1965-1985 dalam Lembaran Daerah No.38/1967 tanggal 3 Mei 1967, ditetapkan kebijakan relokasi industri di Jakarta dengan menyediakan areal- areal khusus sejumlah + 8000 Ha. Untuk industri maritim ditetapkan areal sepanjang Ancol dan Tanjung Priok. Industri kerajinan di Cilandak, industri batik di sekitar Karet Kuningan dan Palmerah. Industri Perkayuan di Marunda, serta industri-industri lain terletak ditetapkan di Pulogadung, Gandaria, Pulo Mas, Pluit dan Cengkareng. Maksud penetapan lokasi-lokasi industri ini diharapkan akan dapat memudahkan pembinaan terhadap mereka disamping dapat menyerap banyak tenaga kerja pada lokasi-lokasi yang mempunyai potensi berkembang industrinya. Program relokasi industri ini mensyaratkan semua industri-industri yang tidak berada pada lokasi-lokasi yang ditetapkan harus memindahkan usahanya ke daerah-daerah yang sudah diperuntukkan khusus bagi industri sesuai rencana induk. Semua industri yang terkena program relokasi ini sudah harus memindahkan usahanya pada akhir tahun 1978. Sampai akhir tahun 1975, dari 6000 industri yang ada di Jakarta, baru 1044 perusahaan yang melaksanakan program tersebut. Dalam pelaksanaan pemindahan lokasi industri-industri ini diharapkan mereka banyak yang tertarik dengan wilayah Pulogadung sebagai wilayah usahanya sepanjang cocok dengan persyaratan dan jenis usahanya. Hal ini karena wilayah Pulogadung mempunyai potensi untuk dikembangkan mengingat lokasi wilayahnya. Pada tahun 1969, sesuai Surat Keputusan KDKI Jakarta No.Ib.3/2/35/1969 tanggal 20 Mei 1969 ditetapkan wilayah Pulogadung seluas 568 Ha sebagai lokasi yang dipersiapkan untuk pengembangan kawasan industri di Jakarta.



Gambar 1. Peta PIK Pulogadung

Industri UMKM (PIK) Pulogadung dibangun pada tahun 1981 melalui Surat Keputusan Gubernur KDKI Jakarta Nomor 532 Tahun 1981 tentang Pembangunan Perkampungan Industri Kecil (PIK) di area PPL perluasan Kawasan Industri Kecil Pulogadung dan penunjukan Kepala Proyek Pelaksana Pembangunan Perkampungan Industri Kecil. PIK Pulogadung merupakan kawasan dengan luas + 44 Ha terletak di Jalan Penggilingan Raya Kecamatan Cakung Jakarta Timur. Kawasan ini

terdiri dari lahan berupa aset tanah dan bangunan dengan perincian berupa sarana untuk industri, fasilitas umum dan sosial.

Kawasan PIK Pulogadung ini mempunyai akses ke utara berupa Jalan Raya Bekasi dan akses ke selatan Jalan I Gusti Ngurah Rai (Klender). Bagian Timur berbatasan dengan akses jalan tol Cilincing, dan bagian barat merupakan lokasi kawasan industri Pulogadung. Sedangkan batas-batas fisik PIK sesuai dengan Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 1180 tahun 1989 tanggal 21 Agustus 1989 tentang penataan kembali batas fisik penguasaan perencanaan kawasan BPLIP Pulogadung, antara lain ditetapkan batas penguasaan perencanaan kawasan BPLIP Pulogadung meliputi areal seluas + 950,15.

Salah satu UMKM adalah Toko Sepatu "DEMORE" yang terletak di Jalan Raya Penggilingan PGP PIK Blok C5 No.2, Cakung, RT.6/RW.6, Penggilingan, DKI Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Toko ini dimiliki oleh seorang pria bernama Bapak IPAN. Toko Demore sudah berdiri sejak tahun 2014, sehingga memiliki pengalaman yang cukup dalam industri sepatu. Toko Demore dikenal karena koleksi sepatunya yang berkualitas dan beragam. Mereka menyediakan berbagai macam jenis sepatu untuk pria, wanita, dan anak-anak. Mulai dari sepatu formal untuk acara resmi, sepatu kasual untuk kegiatan sehari-hari, hingga sepatu olahraga untuk aktivitas fisik. Jam operasional toko Demore dimulai dari pukul 08.00 hingga 04.00. Waktu operasional yang luas ini memungkinkan pelanggan untuk mengunjungi toko pada berbagai waktu yang sesuai dengan jadwal mereka. Toko Demore juga dijaga oleh staf yang ramah dan membantu. Mereka siap membantu pelanggan dalam menemukan sepatu yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Jika Anda mencari saran tentang gaya atau ukuran sepatu, staf toko Demore akan dengan senang hati memberikan bantuan yang diperlukan.

Saat ini para pedagang UMKM sepatu di kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) pada umumnya dan Toko Sepatu Demore khususnya mengalami penurunan omset dan penjualan. Hal ini terjadi sejak adanya Pandemi Covid 19 yang melanda dunia. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada sektor ritel, termasuk industri sepatu kulit (Siagian & Cahyono, 2021). Kawasan PIK Pulogadung, yang dikenal sebagai pusat perbelanjaan di Jakarta, juga terdampak secara signifikan. Selain itu, kurangnya dukungan dari pengelola gedung dalam melakukan promosi telah menjadi tantangan tersendiri bagi toko sepatu kulit di kawasan tersebut. Kurangnya dukungan dari pengelola gedung dalam melakukan promosi serta pandemi Covid-19 merupakan tantangan terbesar bagi toko sepatu kulit di PIK Pulogadung.

### **Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Toko Sepatu Kulit di Kawasan PIK Pulogadung**

#### **a. Penurunan Kunjungan Pelanggan**

Pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku konsumen secara drastis (Fadhilah, 2022). Pembatasan perjalanan, penutupan sementara toko, dan kekhawatiran akan penularan virus telah menyebabkan penurunan kunjungan pelanggan ke toko sepatu kulit di PIK Pulogadung. Konsumen lebih memilih untuk berbelanja secara online atau mengurangi frekuensi kunjungan ke pusat perbelanjaan fisik.

#### **a) Menurunnya Penjualan**

Penurunan kunjungan pelanggan secara langsung berdampak pada penjualan toko sepatu kulit. Ketika pelanggan lebih memilih untuk berbelanja online atau mengurangi pengeluaran, omset toko menurun secara signifikan (Manurung, 2017). Ini menyebabkan penurunan pendapatan dan menghadirkan tantangan dalam menjaga keberlanjutan bisnis.

### **Kurangnya Dukungan dari Pengelola Gedung dalam Melakukan Promosi**

Pengelola gedung di kawasan PIK Pulogadung belum memberikan insentif yang memadai kepada toko sepatu kulit untuk melakukan promosi guna menarik pelanggan. Promosi menjadi sangat penting selama pandemi untuk menghasilkan penjualan dan membangun kepercayaan pelanggan. Dukungan

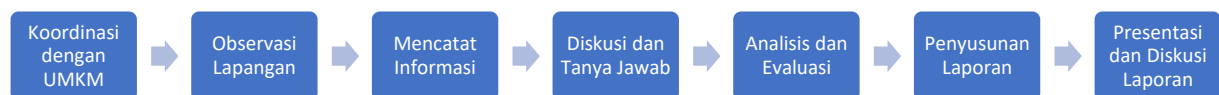
finansial atau pembebasan biaya promosi dari pengelola gedung dapat membantu toko sepatu kulit dalam meningkatkan visibilitas mereka dan menarik pelanggan baru.

Selama pandemi, banyak toko sepatu kulit berusaha untuk memanfaatkan media promosi online guna mencapai calon pelanggan yang lebih luas (Rahayu et al., 2021). Namun, kawasan PIK Pulogadung belum menyediakan infrastruktur yang memadai untuk memfasilitasi promosi online secara efektif. Dukungan dari pengelola gedung dalam menyediakan akses internet yang handal dan fasilitas teknologi yang diperlukan akan membantu toko sepatu kulit untuk memperluas jangkauan promosi mereka.

## METODE

Pendampingan UMKM dengan tema Layanan Prima dan Digitalisasi UMKM Penjual Sepatu Kulit PIK Pulogadung. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode datang langsung ke toko, dengan tahapan 1) Koordinasi dengan UMKM Penjual Sepatu Kulit PIK Pulogadung, 2) Observasi dan Pendengaran, 3) Mencatat Informasi Penting, 4) Tanya Jawab dan Diskusi, 5) Analisis dan Evaluasi, 6) Penyusunan Laporan dan Saran Pengembangan, 7) Presentasi dan Diskusi Laporan.

Metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan kegiatan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Metode Kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Layanan prima dan digitalisasi merupakan faktor penting dalam pengembangan UMKM penjual sepatu kulit di PIK PuloGadung. Dengan mengedepankan layanan prima dan mengadopsi strategi digitalisasi, toko sepatu kulit UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman belanja yang unggul kepada pelanggan (Putra et al., 2022). Berikut adalah langkah-langkah yang dapat diambil untuk menerapkan layanan prima dan digitalisasi:

1. Pelatihan Karyawan dalam Layanan Pelanggan (Putra et al., 2022) : Melakukan pelatihan karyawan dalam keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan yang baik. Mereka perlu memahami kebutuhan pelanggan, memberikan saran dan rekomendasi yang sesuai, serta memberikan pengalaman belanja yang memuaskan. Karyawan juga harus berkomitmen untuk memberikan layanan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional.
2. Peningkatan Kualitas Produk: Menjaga kualitas produk sepatu kulit dengan baik. Mengutamakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan teknik pembuatan yang cermat untuk menghasilkan produk yang tahan lama dan estetik. Mengikuti tren terkini dalam desain dan gaya sepatu kulit juga penting untuk menjaga daya tarik pelanggan.
3. Membangun Keberadaan Online: Membuka toko online atau platform e-commerce yang memungkinkan pelanggan untuk membeli sepatu kulit secara online (Suhayati & Supriatna, 2022a). Memastikan bahwa platform online mudah digunakan, memiliki deskripsi produk yang lengkap, foto yang menarik, dan sistem pembayaran yang aman. Memperluas jangkauan pasar dengan menjual produk melalui platform e-commerce dapat membantu menjangkau pelanggan yang lebih luas (Maryana et al., 2022).
4. Pemasaran Digital: Mengadopsi strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial, kampanye iklan online, dan konten pemasaran yang menarik (Suhayati & Supriatna, 2022a). Berinteraksi secara aktif dengan pelanggan melalui platform media sosial, merespons pertanyaan



- dan umpan balik, serta mempromosikan produk dan penawaran khusus. Menggunakan alat analitik digital untuk memahami perilaku pelanggan dan mengoptimalkan strategi pemasaran.
5. Penggunaan Teknologi: Memanfaatkan teknologi dalam operasional toko, misalnya menggunakan sistem manajemen inventaris atau POS (Point of Sale) yang terintegrasi untuk mengoptimalkan pengelolaan stok dan transaksi penjualan . Menerapkan teknologi yang memudahkan pelanggan, seperti pembayaran digital atau aplikasi mobile untuk mempercepat dan mempermudah proses pembelian (Zachy et al., 2022).
  6. Layanan Pengiriman yang Cepat dan Andal: Menyediakan opsi pengiriman yang cepat, andal, dan terpercaya kepada pelanggan. Menjalinkan kerjasama dengan jasa pengiriman yang handal atau mempertimbangkan pengiriman mandiri jika memungkinkan (Haryanto & Santosa, 2022). Memberikan informasi pengiriman yang jelas kepada pelanggan, termasuk estimasi waktu pengiriman dan nomor pelacakan.
  7. Personalisasi dan Program Loyalitas: Menerapkan program personalisasi dan program loyalitas untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan (Sagirani & Diradinata, 2018). Misalnya, mengumpulkan data pelanggan untuk memahami preferensi mereka, sehingga dapat memberikan rekomendasi produk yang lebih relevan. Mengirimkan penawaran khusus, diskon, atau hadiah kepada pelanggan yang loyal sebagai bentuk apresiasi atas dukungan mereka. Memperhatikan kebutuhan individual pelanggan dan memberikan pengalaman belanja yang disesuaikan dengan preferensi mereka.
  8. Meningkatkan Komunikasi dengan Pelanggan: Memastikan komunikasi yang efektif dengan pelanggan melalui berbagai saluran, baik itu melalui email, pesan teks, atau media sosial (Suhayati & Supriatna, 2022b). Menginformasikan pelanggan tentang penawaran terbaru, update produk, atau acara khusus yang sedang berlangsung. Membalas pertanyaan atau keluhan pelanggan dengan cepat dan dengan sikap yang sopan.
  9. Mengukur Kinerja dan Umpan Balik Pelanggan: Melakukan evaluasi secara berkala terhadap layanan dan pengalaman pelanggan (Lauw, 2013). Menggunakan umpan balik pelanggan untuk memperbaiki kelemahan dan mengidentifikasi area perbaikan. Mengukur kinerja toko sepatu dalam hal kepuasan pelanggan, waktu respons, dan tingkat retensi pelanggan. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi peluang pengembangan dan memastikan bahwa layanan prima terus ditingkatkan.



Gambar 3. Foto Kegiatan dan Diskusi dengan Toko Sepatu "DEMORE"

Dengan menerapkan layanan prima dan digitalisasi, UMKM penjual sepatu kulit di PIK Pulo Gadung dapat mengoptimalkan operasional mereka, menjangkau pelanggan yang lebih luas, dan memberikan pengalaman belanja yang unggul. Ini akan membantu memperkuat reputasi dan memenangkan loyalitas pelanggan dalam industri yang kompetitif.

Dalam melanjutkan penerapan layanan prima dan digitalisasi, UMKM penjual sepatu kulit di PIK Pulo Gadung juga dapat mempertimbangkan langkah-langkah berikut:

1. Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan: Selain pelatihan karyawan dalam layanan pelanggan, UMKM dapat memberikan perhatian khusus pada aspek-aspek lain yang mempengaruhi kualitas layanan, seperti kecepatan respons, kejelasan komunikasi, dan penyelesaian masalah yang efisien. Memastikan bahwa pelanggan merasa didengar, dihargai, dan puas dengan pengalaman belanja mereka.
2. Mengoptimalkan Proses Pengadaan dan Produksi: Melakukan kerjasama yang erat dengan pemasok dan produsen untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas dan waktu produksi yang efisien. Menggunakan sistem pengadaan yang terorganisir dan efektif untuk menghindari kekurangan stok atau kelebihan persediaan. Dengan demikian, UMKM dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan tepat waktu.
3. Memanfaatkan Analisis Data: Menggunakan data yang dikumpulkan dari transaksi penjualan, perilaku pelanggan, dan preferensi produk untuk mendapatkan wawasan berharga. Analisis data dapat membantu UMKM memahami tren pasar, mengidentifikasi peluang peningkatan, dan mengambil keputusan berdasarkan data yang faktual. Misalnya, melihat pola pembelian pelanggan untuk menentukan produk yang paling diminati atau mengoptimalkan strategi harga.
4. Berkolaborasi dengan Mitra dan Influencer: UMKM dapat menjalin kerjasama dengan mitra bisnis atau influencer yang memiliki basis pengikut yang besar dan relevan. Mengadakan kerjasama promosi atau menyelenggarakan acara bersama untuk meningkatkan visibilitas dan kepercayaan pelanggan terhadap toko sepatu kulit. Dengan memanfaatkan kekuatan jejaring dan pengaruh, UMKM dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kehadiran merek mereka.
5. Memperhatikan Pengalaman Pengiriman dan Pengemasan: Selain menawarkan layanan pengiriman yang cepat dan andal, UMKM juga dapat memperhatikan pengalaman pengiriman dan pengemasan produk. Memastikan produk dikemas dengan baik dan aman untuk menghindari kerusakan selama pengiriman. Menyertakan pesan terima kasih atau hadiah kecil sebagai tanda penghargaan kepada pelanggan. Pengalaman pengiriman yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat citra merek.
6. Memperbarui dan Menyesuaikan Strategi: Lingkungan bisnis terus berubah, oleh karena itu penting bagi UMKM untuk terus memperbarui dan menyesuaikan strategi mereka. Memantau tren terbaru dalam industri sepatu kulit, teknologi, dan kebutuhan pelanggan. Bersikap fleksibel dan inovatif dalam menghadapi perubahan, sehingga dapat tetap relevan dan bersaing dalam pasar yang berubah dengan cepat.

**Beberapa point diskusi dan masukan agar dapat menunjang kinerja bisnis perusahaan adalah sebagai berikut:**

1. Layanan Prima : Layanan pelanggan yang prima adalah suatu konsep di mana perusahaan atau organisasi memberikan pelayanan yang luar biasa kepada pelanggan mereka. Layanan pelanggan yang prima ditandai dengan sikap positif, kesabaran, profesionalisme, kesopanan, daya tanggap atau respons yang cepat, inisiatif, pemecahan masalah, akuntabilitas, ramah atau rasa hormat dan niat memberikan yang terbaik serta upaya maksimal untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Memperkuat Branding: Mengembangkan identitas merek yang kuat dan konsisten. Menyusun pesan dan visual yang mencerminkan kualitas, keunikan, dan nilai tambah dari produk sepatu

kulit UMKM. Memastikan bahwa merek dan logo toko terlihat konsisten di semua saluran komunikasi dan promosi.

3. Meningkatkan Keterlibatan Pelanggan: Melibatkan pelanggan secara aktif dalam kegiatan dan pengambilan keputusan. Mengadakan survei kepuasan pelanggan, diskusi kelompok, atau kompetisi yang melibatkan pelanggan untuk memperoleh wawasan dan umpan balik yang berharga. Melibatkan pelanggan dalam proses perancangan produk atau pemilihan koleksi baru juga dapat meningkatkan keterikatan mereka dengan merek.
4. Mengoptimalkan SEO dan Pemasaran Konten: Menggunakan strategi SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan peringkat toko sepatu kulit di mesin pencari. Memastikan situs web dan platform online dioptimasi dengan kata kunci yang relevan, deskripsi yang menarik, dan konten yang berkualitas. Membuat konten pemasaran yang informatif, inspiratif, dan menarik untuk menarik perhatian calon pelanggan.
5. Menjaga Kualitas dan Keberlanjutan Produk: Melakukan pengawasan kualitas yang ketat untuk memastikan bahwa produk sepatu kulit yang dijual tetap memenuhi standar yang tinggi. Selain itu, mempertimbangkan aspek keberlanjutan dengan memilih bahan yang ramah lingkungan dan proses produksi yang lebih berkelanjutan. Hal ini dapat menarik pelanggan yang peduli dengan lingkungan dan meningkatkan citra toko sebagai bisnis yang bertanggung jawab.
6. Membangun Jaringan dan Kolaborasi: Mengikuti acara atau pameran industri sepatu kulit untuk membangun jaringan dengan pemasok, produsen, dan pemangku kepentingan lainnya. Menjalinkan kolaborasi dengan desainer lokal atau pengusaha sepatu lainnya untuk menghadirkan produk yang berbeda dan menarik bagi pelanggan. Kolaborasi ini dapat membantu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kesadaran merek.
7. Menggunakan Media Sosial untuk Mempromosikan Produk: Memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai platform pemasaran yang efektif. Membuat konten visual yang menarik, berbagi cerita di balik produk, dan melibatkan pelanggan melalui kontes atau undian di media sosial. Memanfaatkan influencer yang relevan dengan industri sepatu kulit untuk memperluas jangkauan merek dan mencapai audiens yang lebih luas.
8. Mengukur dan Menganalisis Kinerja: Melakukan pengukuran secara teratur untuk mengukur kinerja toko sepatu kulit. Memantau metrik seperti penjualan, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan,

## SIMPULAN

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada sektor ritel, termasuk industri sepatu kulit. Kawasan PIK PuloGadung, yang dikenal sebagai pusat perbelanjaan di Jakarta, juga terdampak secara signifikan. Beberapa langkah yang dapat diambil untuk melanjutkan perkembangan perkampungan industri kecil di PuloGadung adalah sebagai berikut:

- Peningkatan Aksesibilitas dan Infrastruktur: Pemerintah dan pihak terkait perlu terus meningkatkan aksesibilitas ke perkampungan industri kecil, termasuk memperbaiki jalan, transportasi publik, dan sarana pendukung lainnya. Infrastruktur yang baik akan memudahkan mobilitas barang dan karyawan, serta mendukung kelancaran operasional usaha kecil.
- Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan: Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada pengusaha kecil dan karyawan di perkampungan industri kecil sangat penting untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Ini akan membantu meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan inovasi di sektor industri.
- Pemberdayaan Teknologi: Mendorong penggunaan teknologi dalam proses produksi, manajemen, dan pemasaran dapat membantu usaha kecil di PuloGadung menjadi lebih efisien dan kompetitif. Pemerintah dapat memberikan bantuan dan dukungan dalam hal digitalisasi, penerapan e-commerce, dan pelatihan dalam penggunaan teknologi.

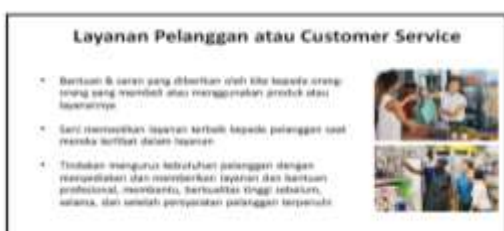


- Pengembangan Pasar dan Promosi: Membantu usaha kecil untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui program promosi, partisipasi dalam pameran, dan kolaborasi dengan pemasok dan distributor lokal maupun internasional. Pemerintah juga dapat membantu memfasilitasi akses ke pasar ekspor dan membantu mencari peluang bisnis di luar negeri.
- Pemberian Dukungan Keuangan: Memberikan akses ke sumber pembiayaan yang terjangkau dan bantuan keuangan kepada usaha kecil di perkampungan industri kecil dapat membantu mereka dalam pengembangan usaha, pembelian peralatan, dan peningkatan kapabilitas produksi.
- Pembentukan Jaringan dan Kolaborasi: Mendorong usaha kecil untuk saling berkolaborasi, berbagi pengalaman, dan membentuk jaringan bisnis yang kuat (Suryadharma et al., 2023). Ini dapat membantu mereka dalam meningkatkan daya saing, berbagi sumber daya, dan memperluas kesempatan kerjasama.
- Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan perkampungan industri kecil di PuloGadung dapat terus tumbuh dan berkembang sebagai pusat industri yang berdaya saing, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah.

### LAMPIRAN KEGIATAN



### Materi Presentasi





**DAFTAR PUSTAKA**

- Fadhilah, H. N. (2022). Perubahan Perilaku Belanja Masyarakat Jakarta di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 24(2), 662–667.
- Haryanto, J. V. A., & Santosa, W. (2022). Pengaruh Strategi Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Operasional Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 63–88.
- Lauw, J. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square dan The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Manurung, H. P. (2017). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot UMKM Kisaran. *Economic Science: Jurnal Ilmiah Dan Ekonomi*, 1(1).
- Maryana, S., Suhartini, D., Mulya, Y., & Putra, A. P. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Optimalisasi Pemasaran Dan Promosi Dalam Revitalisasi Daya Tahan Ukm Sepatu Menghadapi Pandemi Covid-19 Dan Revolusi Industri 4.0. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(1), 1–7.
- Putra, E. Y., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka Penjualan. *ABDI WINA JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 2(1), 31–41.
- Rahayu, S., Al Muhairah, N., & Nazipawati, N. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Masa Pandemi COVID 19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2217–2230.
- Sagirani, T., & Diradinata, M. E. (2018). Perancangan sistem informasi bagi usaha mikro kecil dan menengah dalam meningkatkan layanan pada pelanggan. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(1), 18–29.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217.
- Suhayati, E., & Supriatna, N. N. (2022a). Strategi Penjualan Di Marketplace Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan Sepatu Kulit Pada 10 Umkm di Cibaduyut Bandung. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 34–50.
- Suhayati, E., & Supriatna, N. N. (2022b). Strategi Penjualan Di Marketplace Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan Sepatu Kulit Pada 10 Umkm di Cibaduyut Bandung. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 34–50.
- Suryadharma, M., Asthiti, A. N. Q., Putro, A. N. S., Rukmana, A. Y., & Mesra, R. (2023). Strategi Kolaboratif dalam Mendorong Inovasi Bisnis di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif pada Perusahaan Desain Grafis. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 172–181.
- Zachy, A. A., Umami, I., & Azhari, M. G. (2022). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Produk Sepatu Umkm Berbasis Website. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(2), 432–445.