

Peningkatan Kompetensi Karyawan Melalui Pelatihan Softskill Dan Etika Pelayanan Konsumen Di Usaha Ecoprint Batik Dahon

Deden Komar Priatna^{1*}, Agus Mugiono¹, Febby Sutansyah¹, Fahry Ahyady¹, Sintia Sapitri¹, Yen Resti¹

Universitas Winaya Mukti, Sumedang, Jawa Barat. Indonesia

*e-mail korespondensi: dedenkomar@yahoo.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the national economy as well as the preservation of local culture (Marina et al., 2023). One example is Ecoprint Batik Dahon in Pangandaran, West Java, which develops creative and environmentally friendly products. Despite its potential, this business faces challenges due to low employee competence in soft skills and service ethics, which affects customer interaction quality and the business's image. This community service program aims to enhance employee skills through experiential learning-based training, covering communication, teamwork, emotional control, empathy, and the application of ethics such as honesty, responsibility, and local values. Implementation is carried out through observation, interviews, group discussions, and service simulations. Evaluation uses pre-tests, post-tests, observation, and participant reflection. As a result, there has been an increase in self-confidence, the ability to explain products, and openness to criticism. Employees have begun to apply more humane and professional service standards. Business owners are committed to continuing ongoing training and internal mentoring. This program has impacted the improvement of service quality, the strengthening of entrepreneurship values rooted in local wisdom, and support for the SDGs, particularly decent work and responsible consumption and production, as well as MBKM synergy. This model can be replicated for the development of community- and culture-based SMEs.

Keywords: SMEs; soft skills; service ethics; employee training

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian nasional sekaligus pelestarian budaya lokal (Marina et al., 2023). Salah satu contoh adalah Ecoprint Batik Dahon di Pangandaran, Jawa Barat, yang mengembangkan produk kreatif dan ramah lingkungan. Meski potensial, usaha ini terkendala rendahnya kompetensi karyawan pada aspek soft skill dan etika pelayanan, sehingga memengaruhi kualitas interaksi pelanggan dan citra usaha. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan keterampilan karyawan melalui pelatihan berbasis experiential learning, meliputi komunikasi, kerja tim, pengendalian emosi, empati, serta penerapan etika seperti kejujuran, tanggung jawab, dan nilai lokal. Pelaksanaan dilakukan melalui observasi, wawancara, diskusi kelompok, dan simulasi pelayanan. Evaluasi menggunakan pre-test, post-test, observasi, dan refleksi peserta. Hasilnya, terjadi peningkatan kepercayaan diri, kemampuan menjelaskan produk, serta keterbukaan terhadap kritik. Karyawan mulai menerapkan standar pelayanan yang lebih humanis dan profesional. Pemilik usaha berkomitmen melanjutkan pelatihan berkelanjutan dan mentoring internal. Program ini berdampak pada peningkatan kualitas layanan, penguatan nilai kewirausahaan berbasis kearifan lokal, dan mendukung SDGs, khususnya pekerjaan layak dan konsumsi-produksi bertanggung jawab, serta sinergi MBKM. Model ini dapat direplikasi untuk pengembangan UMKM berbasis komunitas dan budaya.

Kata Kunci: UMKM; soft skill; etik pelayanan; pelatihan karyawan

Accepted: 2025-06-25

Published: 2025-08-12

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional serta pelestarian budaya lokal. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, UMKM menyumbang 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). Salah satu UMKM yang berkontribusi dalam pelestarian budaya dan inovasi lingkungan adalah Ecoprint Batik Dahon, yang didirikan oleh Ibu

Elin Herlina dan Bapak Asep pada tahun 2018. Usaha ini memadukan seni batik dengan prinsip keberlanjutan, yaitu menggunakan daun lokal sebagai motif alami yang unik.

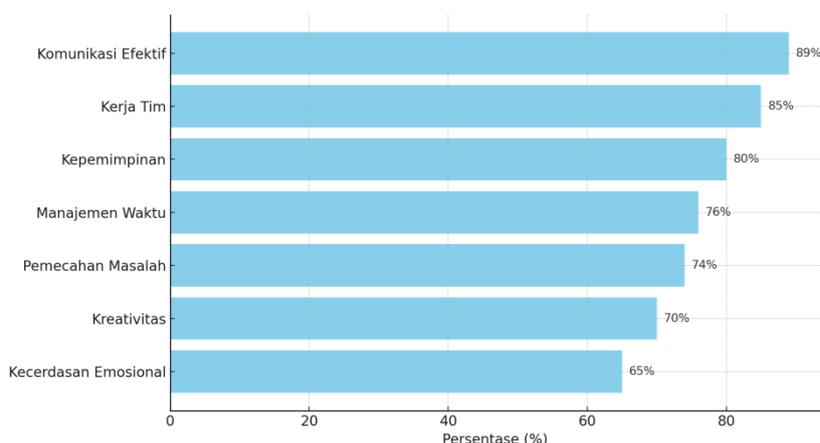
Tabel 1. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia (2019–2023)

Tahun	Jumlah UMKM (juta)	Kontribusi terhadap PDB (%)	Penyerapan Tenaga Kerja (%)
2019	64,2	60,3	96,7
2020	64,6	60,5	96,9
2021	65,0	60,6	97,0
2022	65,5	60,4	97,1
2023	66,0	60,51	97,1

Sumber: Kemenkop UKM (2023)

Meskipun telah beroperasi selama tujuh tahun dan memiliki keunggulan diferensiasi produk berbasis kearifan lokal, Ecoprint Batik Dahon menghadapi tantangan serius dalam pengembangan sumber daya manusia, khususnya dalam aspek soft skill dan etika pelayanan konsumen. Karyawan cenderung fokus pada keterampilan teknis produksi, sementara aspek non-teknis seperti komunikasi efektif, kerja sama tim, empati terhadap pelanggan, dan tata krama pelayanan masih rendah. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa 70% keberhasilan dalam pekerjaan ditentukan oleh soft skill dibandingkan hard skill (Robles, 2019).

Soft skill berperan penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Kompetensi seperti komunikasi interpersonal, sikap kooperatif, dan manajemen emosi menjadi penentu dalam membangun loyalitas konsumen (Cimatti, 2016; Sharma & Bhatnagar, 2021). Hal ini sejalan dengan temuan dari studi oleh Tamm (2022) yang menekankan bahwa pelanggan UMKM lebih cenderung loyal terhadap bisnis yang menyajikan pengalaman pelayanan yang bersifat personal dan humanis. Oleh karena itu, penguatan soft skill dan etika pelayanan menjadi keharusan strategis dalam mengembangkan kualitas layanan UMKM.



Sumber: World Economic Forum Indonesia, 2022

Gambar 1. Grafik Pentingnya Soft Skill dalam Dunia Kerja Menurut Perusahaan di Indonesia (%)

Dalam konteks UMKM seperti Batik Dahon, pelatihan soft skill harus diarahkan untuk mengembangkan kemampuan mendengarkan aktif, penyampaian informasi yang sopan, serta penanganan keluhan pelanggan secara profesional. Menurut Prasetyo et al. (2020), pelatihan soft skill yang dipadukan dengan praktik langsung lebih efektif meningkatkan performa kerja. Penelitian dari Fitriana (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang mengimplementasikan pelatihan pelayanan

konsumen berbasis pengalaman mengalami peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 35% dalam 6 bulan.

Etika pelayanan konsumen juga menjadi komponen penting dalam pembentukan citra usaha. Pelayanan yang beretika mencerminkan nilai moral dan budaya lokal, memperkuat kepercayaan konsumen, serta menghindari konflik. Menurut data dari Global Consumer Insight Survey (PwC, 2023), 71% konsumen Indonesia menyatakan bahwa pelayanan yang ramah dan jujur memengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh sebab itu, pelatihan etika pelayanan tidak hanya membentuk perilaku individu karyawan, tetapi juga berdampak pada citra dan keberlanjutan usaha.

Tabel 2. Persepsi Konsumen terhadap Etika Pelayanan (2023)

Kriteria Etika Pelayanan	Pengaruh terhadap Loyalitas (%)
Kejujuran dalam transaksi	78%
Keramahan staf	74%
Kepedulian terhadap pelanggan	69%
Keadilan dalam perlakuan	65%

Sumber: PwC Indonesia, 2023

Program pelatihan ini juga relevan dalam konteks penguatan model pembelajaran berbasis pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi, yang merupakan bagian dari implementasi kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Melalui sinergi antara perguruan tinggi dan UMKM, kegiatan pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi mitra usaha, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran kontekstual bagi mahasiswa dalam menerapkan keilmuannya secara nyata di masyarakat (Dewi et al., 2020). Dengan demikian, program ini memiliki nilai strategis dalam penguatan ekosistem inovasi sosial dan pemberdayaan kunitas berbasis kolaborasi.

Peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan soft skill dan etika pelayanan konsumen merupakan kebutuhan mendesak bagi Ecoprint Batik Dahon. Intervensi ini diharapkan dapat memberikan solusi atas kendala yang dihadapi mitra dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan. Pelatihan ini juga akan memperkuat dimensi pemberdayaan SDM di sektor ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kompetensi softskill karyawan pada usaha Ecoprint Batik Dahon,
2. Meningkatkan pemahaman dan penerapan etika pelayanan konsumen sebagai upaya menciptakan interaksi yang profesional, jujur, dan bertanggung jawab antara karyawan dan pelanggan.
3. Mendorong peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai langkah strategis untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM berbasis budaya lokal.

METODE

Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di lokasi usaha UMKM Ecoprint Batik Dahon, yang beralamat di Desa Cijulang, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat. Pelaksanaan program dilakukan selama tiga hari berlangsung pada tanggal 14 Juni 2025.

Mitra Kegiatan

Mitra dalam kegiatan ini adalah pemilik dan staf operasional beserta seluruh anggota keluarga yang terlibat dalam produksi, serta beberapa karyawan tidak tetap dari masyarakat sekitar yang membantu dalam proses produksi dan pelayanan konsumen. UMKM ini dipilih berdasarkan

observasi awal yang menunjukkan perlunya peningkatan kemampuan dalam pengelolaan keuangan usaha secara digital dan terstruktur.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan mencakup pendekatan partisipatif dan edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi karyawan melalui penguatan soft skill dan etika pelayanan. Rangkaian kegiatan yang dilakukan meliputi:

- a. Wawancara mendalam dengan pemilik usaha untuk menggali informasi terkait struktur organisasi usaha, manajemen SDM, strategi pelayanan konsumen, serta nilai-nilai kearifan lokal dan filosofi usaha berbasis lingkungan.
- b. Observasi langsung terhadap aktivitas produksi dan interaksi pelayanan pelanggan di lokasi usaha untuk mengidentifikasi praktik yang sudah berjalan dan area yang membutuhkan peningkatan.
- c. Diskusi kelompok terfokus (FGD) yang melibatkan pemilik, karyawan, dan fasilitator, guna menggali persepsi, tantangan, serta kebutuhan pengembangan kompetensi personal dan profesional.
- d. Pelatihan interaktif soft skill dan etika pelayanan konsumen, yang mencakup:
 - Komunikasi efektif
 - Sikap profesional dalam pelayanan
 - Empati dan kesabaran dalam menghadapi pelanggan
 - Kerja tim dan kolaborasi antar anggota usaha keluarga
- e. Simulasi pelayanan konsumen, sebagai bentuk praktik langsung dari materi pelatihan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan secara aplikatif

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi untuk memperkuat validitas temuan, meliputi:

- Wawancara terstruktur dan semi-terstruktur, dilakukan terhadap pemilik usaha dan beberapa karyawan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai kondisi eksisting dan kebutuhan pelatihan.
- Observasi partisipatif, dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk memahami konteks kerja dan interaksi dalam usaha.
- Dokumentasi, berupa pencatatan proses pelatihan, sesi diskusi, hasil simulasi, serta foto-foto kegiatan sebagai bukti fisik keterlibatan peserta.
- Kuesioner pre-test dan post-test, untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program pengabdian ini diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

- Teridentifikasinya kebutuhan pengembangan kompetensi karyawan secara spesifik melalui hasil wawancara dan FGD.
- Terpetakannya aspek soft skill dan etika pelayanan yang paling penting untuk ditingkatkan berdasarkan hasil observasi dan kuesioner awal.
- Tercapainya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test.

- Tersusunnya rekomendasi strategi pengembangan usaha berbasis nilai kekeluargaan, lingkungan, dan orientasi pelanggan, yang dapat diimplementasikan oleh pemilik usaha.
- Tumbuhnya kesadaran karyawan dan pemilik akan pentingnya pelayanan konsumen yang beretika dan humanis sebagai keunggulan kompetitif usaha berbasis kearifan local (Marina, et al, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Mitra

Usaha Ecoprint Batik Dahon yang berlokasi di Pangandaran, Jawa Barat, merupakan usaha mikro kreatif yang mengangkat filosofi go green sebagai dasar produksinya. Usaha ini dirintis sejak tahun 2018 oleh pasangan Ibu Elin Herlina dan Bapak Asep, terinspirasi oleh potensi lokal seperti daun jati dan tumbuhan lainnya yang banyak dijumpai di sekitar wilayah pantai dan hutan mangrove.

Pada tahap awal, usaha ini menghadapi tantangan dari segi konsistensi kualitas warna dan teknik produksi ecoprint, hingga akhirnya mampu mengatasi hal tersebut melalui proses belajar informal bersama jaringan pengrajin lain. Modal awal yang sangat terbatas (Rp200.000), berhasil tumbuh dengan omzet penjualan mencapai Rp1.200.000 pada transaksi pertama, dan terus berkembang melalui partisipasi dalam pameran desa dan dukungan promosi dari Bank Indonesia.

Dari segi sumber daya manusia, struktur organisasi usaha ini bersifat kekeluargaan. Hampir seluruh kegiatan operasional, mulai dari produksi, keuangan, hingga pemasaran dilakukan oleh anggota keluarga inti. Saat menghadapi lonjakan permintaan, tenaga kerja tambahan direkrut dari kalangan tetangga dan kerabat. Hal ini menunjukkan keterbatasan dalam profesionalisasi tenaga kerja dan belum adanya pelatihan formal terkait komunikasi pelayanan pelanggan atau etika kerja.

Sebelum pelatihan dilakukan, sistem pelayanan masih bersifat spontan dan intuitif, didasarkan pada nilai kekeluargaan tanpa standar pelayanan baku. Meskipun pelanggan umumnya puas, potensi pengembangan pelayanan berbasis soft skill belum dimaksimalkan, terutama dalam menghadapi pasar yang lebih luas dan konsumen dari berbagai latar belakang.

Proses Pelatihan

Pelatihan peningkatan kompetensi karyawan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu penguatan soft skill dan pemahaman etika pelayanan konsumen. Pelatihan disusun dalam bentuk kegiatan interaktif berbasis pengalaman (*experiential learning*) agar peserta mudah memahami dan menerapkan materi dalam konteks kerja sehari-hari.

a. Pelatihan Soft Skill

Materi soft skill meliputi:

- Keterampilan komunikasi verbal dan non-verbal: Kemampuan menyampaikan informasi secara jelas melalui kata-kata, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh untuk membangun kesan positif pada pelanggan.
- Kemampuan mendengarkan aktif: Keterampilan memahami dengan penuh perhatian saat konsumen berbicara, agar dapat merespons secara tepat dan menghargai pendapat mereka.
- Kerja sama dalam tim: Kemampuan bekerja harmonis dengan rekan kerja untuk menyelesaikan tugas bersama secara efisien dan saling mendukung.
- Pengendalian emosi saat menghadapi konsumen yang kritis: Kemampuan tetap tenang dan sabar saat menghadapi konsumen yang kritis agar pelayanan tetap profesional.
- Sikap profesional dan empati: Bersikap sopan, bertanggung jawab, serta mampu memahami perasaan dan kebutuhan konsumen secara tulus.
- Metode pelatihan melibatkan simulasi (*role play*), diskusi kasus nyata yang pernah dialami oleh usaha Batik Dahon, serta latihan menyampaikan informasi produk secara persuasif.



Gambar 2. Diskusi Tim Kuliah Kerja Usaha (KKU)

b. Etika Pelayanan Konsumen

Materi etika pelayanan mencakup:

- Sikap sopan santun dan menyambut tamu: Karyawan menyambut tamu dengan salam dan senyuman sebagai bentuk penghormatan, menciptakan kesan ramah dan nyaman sejak awal interaksi.
- Kejujuran dalam menyampaikan informasi produk: Informasi tentang bahan, proses, dan harga produk disampaikan secara jujur untuk membangun kepercayaan dan menghindari kesalahpahaman.
- Konsistensi dalam menjaga kualitas layanan: Pelayanan diberikan secara konsisten kepada semua pelanggan untuk menjaga kepuasan dan membangun loyalitas.
- Tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan: Karyawan bertanggung jawab atas kepuasan pelanggan dengan bersikap tanggap terhadap masukan dan keluhan.
- Prinsip pelayanan berbasis nilai-nilai local: Nilai lokal seperti kekeluargaan dan gotong royong diterapkan dalam pelayanan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan dilibatkan.



Gambar 3. Bahan Alam Untuk Ecoprint

Peserta pelatihan diajak merefleksikan praktik pelayanan mereka selama ini, mengidentifikasi kelebihan dan kekurangannya, serta menyusun standard operating procedure (SOP) pelayanan sederhana yang bisa dijadikan pedoman kerja



Gambar 4. Demonstrasi Teknik Ecoprint

Pelatihan yang dirancang secara experiential learning terbukti efektif untuk meningkatkan kompetensi SDM UMKM. Metode seperti simulasi, diskusi kasus, dan latihan praktis juga digunakan oleh Marlina et al. (2020) dalam pelatihan komunikasi UMKM, yang menunjukkan bahwa metode ini meningkatkan keterlibatan peserta dan transfer keterampilan dalam situasi nyata

Evaluasi Pemahaman

Evaluasi dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu observasi, wawancara reflektif, pre-post test sederhana, serta simulasi praktik layanan setelah pelatihan.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep komunikasi yang efektif dan pentingnya etika dalam interaksi dengan pelanggan. Karyawan mampu:

- Menyampaikan informasi produk : Karyawan kini menjelaskan produk dengan urutan yang jelas, dari bahan, proses, hingga manfaatnya, sehingga lebih mudah dipahami konsumen.
- mempraktikkan sikap empati saat menghadapi pertanyaan dari konsumen: Karyawan kini menjelaskan produk dengan urutan yang jelas, dari bahan, proses, hingga manfaatnya, sehingga lebih mudah dipahami konsumen.
- Menerima kritik dan masukan dengan lebih terbuka: Karyawan lebih terbuka terhadap kritik, menerima masukan tanpa defensif, dan menggunakannya untuk perbaikan layanan.
- Menunjukkan antusiasme untuk menerapkan standar pelayanan baru: Ada semangat tinggi dari karyawan untuk menerapkan pelayanan yang lebih ramah, sopan, dan konsisten sesuai hasil pelatihan.

Beberapa peserta mengaku baru pertama kali mendapatkan pelatihan seperti ini, dan menyatakan bahwa pendekatan ini membantu mereka lebih percaya diri dalam menghadapi konsumen yang bukan berasal dari komunitas lokal.

Hasil serupa dari studi Hidayat et al. (2022), yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis kasus nyata membantu peserta mengubah sikap kerja menjadi lebih terbuka dan profesional. Dalam konteks Batik Dahon, evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku, yang merupakan indikator kuat keberhasilan pelatihan menurut model Kirkpatrick.



Gambar 5. Hasil Produk Ecoprint

Implementasi dan Tindak Lanjut

Pasca pelatihan, mitra mulai mengimplementasikan hasil pembelajaran dalam kegiatan sehari-hari, antara lain:

- Menyambut pelanggan dengan ucapan salam, senyuman, dan ajakan dialog
- Menjelaskan proses ecoprint dengan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dipahami
- Memberikan pelayanan yang sama baiknya kepada semua tamu, baik yang membeli maupun yang hanya berkunjung

Sebagai tindak lanjut, pemilik usaha menyatakan akan menyusun pelatihan berkala minimal setiap enam bulan sekali dan membuat sistem mentoring internal, di mana anggota keluarga senior bertugas membimbing anggota baru. Selain itu, upaya memperluas jejaring kemitraan dengan lembaga pelatihan dan pelaku industri kreatif lokal juga direncanakan untuk memperkuat profesionalisme usaha.

Rencana pelatihan berkala dan sistem mentoring internal seperti yang diterapkan Batik Dahon sesuai dengan strategi pengembangan berkelanjutan yang dikembangkan dalam program community-based enterprise development (CBED), sebagaimana dijelaskan oleh Kurniawan et al. (2020). Pendekatan tersebut menjamin bahwa keterampilan yang sudah diperoleh tidak hilang, dan dapat diwariskan secara berjenjang.

Pembahasan

Peningkatan kompetensi yang terjadi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyentuh aspek sikap kerja dan kesadaran nilai pelayanan. Para peserta pelatihan menunjukkan:

- Peningkatan kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan pelanggan: Karyawan lebih percaya diri saat menjelaskan produk dan melayani konsumen secara langsung.
- Kesadaran etis dalam memperlakukan tamu sebagai mitra bukan semata pembeli: Setiap tamu kini diperlakukan dengan hormat, terlepas dari apakah mereka membeli atau tidak.
- Peningkatan kualitas komunikasi tim dalam produksi dan pemasaran: Kerja tim menjadi lebih kompak, dengan komunikasi yang lebih terbuka dan terarah.
- Komitmen untuk menjaga kualitas layanan sebagai bagian dari identitas usaha Batik Dahon: Karyawan bertekad menjaga layanan terbaik sebagai ciri khas usaha Batik Dahon.

Dampak yang mulai terlihat antara lain adalah meningkatnya umpan balik positif dari pelanggan yang merasa lebih dihargai dan teredukasi tentang nilai ecoprint (Marina, et al, 2023). Selain itu, pola kerja kolaboratif semakin terbentuk karena anggota keluarga dan pekerja tambahan mulai menyadari pentingnya peran masing-masing dalam membangun citra usaha.

Peningkatan yang terjadi tidak hanya pada keterampilan teknis, tetapi juga pada aspek afektif dan sosial. Hal ini sejalan dengan temuan Lestari et al. (2020) bahwa perubahan perilaku dan

sikap kerja merupakan indikator penting dalam pembangunan kapasitas SDM UMKM. Karyawan Batik Dahon kini lebih percaya diri, memiliki kesadaran etis yang tinggi, serta mampu menjaga kualitas layanan dengan rasa memiliki terhadap usaha.

KESIMPULAN

Pelatihan soft skill dan etika pelayanan konsumen yang diterapkan pada UMKM Ecoprint Batik Dahon terbukti efektif meningkatkan kompetensi karyawan, terutama dalam aspek komunikasi, empati, dan profesionalisme pelayanan. Kegiatan ini tidak hanya mendorong perubahan perilaku kerja menjadi lebih etis dan ramah konsumen, tetapi juga memperkuat citra usaha serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Pendekatan pelatihan berbasis pengalaman, simulasi langsung, dan refleksi kasus nyata berhasil membangun kepercayaan diri karyawan serta mempererat kerja tim dalam lingkungan usaha keluarga, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM berbasis kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Cimatti, B. (2016). Definition, development, assessment of soft skills and their role for the quality of organizations and enterprises. *International Journal of Quality Research*, 10(1), 97–130.
- Dewi, M. A., & Rahman, M. S. (2021). Digital financial literacy dan implikasinya bagi keberlangsungan UMKM. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 9(2), 88–99.
- Fitriana, N. (2021). Pengaruh experiential learning dalam pelatihan pelayanan konsumen UMKM. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 7(1), 55–67.
- Global Consumer Insight Survey (PwC). (2023). *Survei Konsumen Global Indonesia 2023*. Jakarta: PwC Indonesia.
- Goleman, D. (2013). *Focus: The Hidden Driver of Excellence*. New York: HarperCollins.
- Hidayat, T., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh pelatihan terhadap peningkatan kapasitas SDM UMKM. *Jurnal Pengembangan Usaha Kecil*, 7(3), 109–120.
- Hidayat, T., et al. (2022). Evaluasi model pelatihan softskill berbasis studi kasus pada UMKM. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 8(2), 67–75.
- Kemenkop UKM. (2023). *Profil UMKM Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kurniawan, A., Suryana, Y., & Hakim, R. (2020). Pengembangan usaha mikro berbasis community-based enterprise development (CBED). *Jurnal Ekonomi Lokal Indonesia*, 8(1), 35–44.
- Lestari, A. P., & Hartono, R. (2020). Transformasi sikap kerja melalui pelatihan softskill pada UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 122–130.
- Lussier, R. N. (2020). *Human Relations in Organizations: Applications and Skill Building* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Marina, I., & Dinar, D. (2024). Household business transformation: Application of digital marketing in increasing sales of agricultural products. *Water-Air-Soil for Sustainable Agriculture and People Well-Being*, 180.
- Marina, I., Andayani, S. A., Sumantri, K., & Wiranti, S. E. (2023). Review of food crop leading commodities: Analysis of location and economic growth in Majalengka Regency. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*, 2(2), 7–14.
- Marina, I., Mukhlis, M., & Harti, A. O. R. (2024). Development strategy of leading agricultural commodities: Findings from LQ, GRM, and shift-share analysis. *Journal of Applied Agricultural Research*, 24(2), 181–190.

- Marina, I., Sujadi, H., & Indriana, K. R. (2023). Optimizing soybean cultivation efficiency through agricultural technology integration in plant monitoring system. *Greenation International Journal of Engineering Science*, 1(2), 115–127.
- Marina, I., Sukmawati, D., Juliana, E., & Safa, Z. N. (2024). Dinamika pasar komoditas pangan strategis: Analisis fluktuasi harga dan produksi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 12(1), 160–168.
- Marlina, T., Pranata, R., & Dewi, K. (2020). Efektivitas pelatihan komunikasi interpersonal berbasis simulasi pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Pelatihan UMKM*, 6(1), 51–60.
- Prasetyo, A., & Wulandari, S. (2022). Transformasi digital keuangan pada UMKM pasca pandemi. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Teknologi*, 10(1), 65–74.
- Prasetyo, A., Wulandari, S., & Handayani, T. (2020). Pengaruh pelatihan experiential learning terhadap kinerja pelayanan UMKM. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 6(2), 99–110.
- Purwanto, A., Susanto, Y., & Riyadi, S. (2021). Pemberdayaan ekonomi lokal melalui UMKM berbasis lingkungan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 118–129.
- Robles, M. M. (2019). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453–465.
- Sharma, S., & Bhatnagar, D. (2021). Impact of soft skills training on customer service performance: Evidence from micro businesses. *International Journal of Small Business Management*, 13(1), 22–35.
- Suarta, I. M., Suwintana, I. K., Sudhana, I. P., & Hariyanti, N. K. D. (2017). Employability skills required by the 21st century workplace: A literature review of labor market demand. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 102, 337–342.
- Tamm, M. (2022). Humanized customer experience in small businesses: The role of soft skill enhancement. *Journal of Consumer Behavior*, 18(3), 155–166.
- Widyaningsih, S., & Mardiana, R. (2021). Etika pelayanan konsumen dan loyalitas pelanggan pada UMKM batik tradisional. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(2), 112–120.
- World Economic Forum Indonesia. (2022). *The Future of Jobs Report: Indonesia Chapter*. WEF.
- Yuliani, E., & Handayani, T. (2022). Etika pelayanan dalam peningkatan kepuasan konsumen UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 95–105.