

ANALISIS PROGRAM PELATIHAN *BRANDING, MARKETING, SELLING (BMS)* BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI RUMAH BUMN BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:
Livy Putrikita Gemellia
3111221030



**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP
BANDUNG**

2026

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS PROGRAM PELATIHAN *BRANDING, MARKETING,*
***SELLING* (BMS) BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN**
MENENGAH DI RUMAH BUMN BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Pada Program Studi S1 Administrasi Bisnis

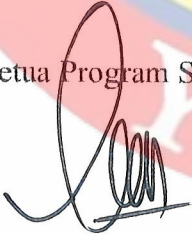
Disusun Oleh:
Livy Putrikita Gemellia
3111221030

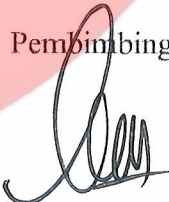


Menyetujui,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,


M. Dadi Priadi S.Sos., M.A.B
NIP. 432200210


M. Dadi Priadi S.Sos., M.A.B
NIP. 432200210

Mengetahui,

Dekan,


Dr. Hersusctiyati, Dra., M.Si
NIP. 196602031993032001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:
“Analisis Program Pelatihan *Branding, Marketing, Selling* (BMS) Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Rumah BUMN Bandung”

Merupakan benar-benar karya penulis sendiri. Penulis tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Penulis bersedia menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan apabila ditemukan pelanggaran terhadap keilmuan etika keilmuan dalam skripsi.

Bandung, 12 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Livy Putrikita Gemellia

NPM: 3111221030

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Katakanlah: “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Q.S Al-Baqarah: 286)

“Life is unpredictable and you should not think there is an answer to everything. Life is about not knowing where it will take you.” (Martin J. Edwards)

KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK:

Kedua orang tua yaitu, ibu yang telah melahirkan, menyayangi dan merawat penulis sedari kecil sampai sekarang, dan juga tak pernah putus dalam mendoakan penulis demi kesuksesan penulis, yang selalu mengusahakan segalanya yang terbaik demi menggapai harapan dan cita-cita penulis dan ayah yang telah menyayangi penulis sedari kecil hingga sekarang.

TEMAN-TEMAN:

Shifana Nurul Fathiya, Resti Septia, Thifany Nurulsina, Al Manda Yasmin Kamilah, Dewi Wulansari, dan Muhammad Algunadi, teman-teman penulis sedari awal menjadi mahasiswa baru hingga sekarang, yang selalu memberikan dukungan serta semangat, dan juga mewarnai hari-hari penulis dalam menempuh program studi Administrasi Bisnis selama empat tahun terakhir.

Aqila Zata Dzikrillah dan Angel Yohana Manalu, teman-teman seperjuangan penulis yang juga sedang berjuang menempuh pendidikan sarjana di kota yang berbeda. Keberadaan dua sahabat penulis sangat berarti dalam perjalanan emosional penulis.

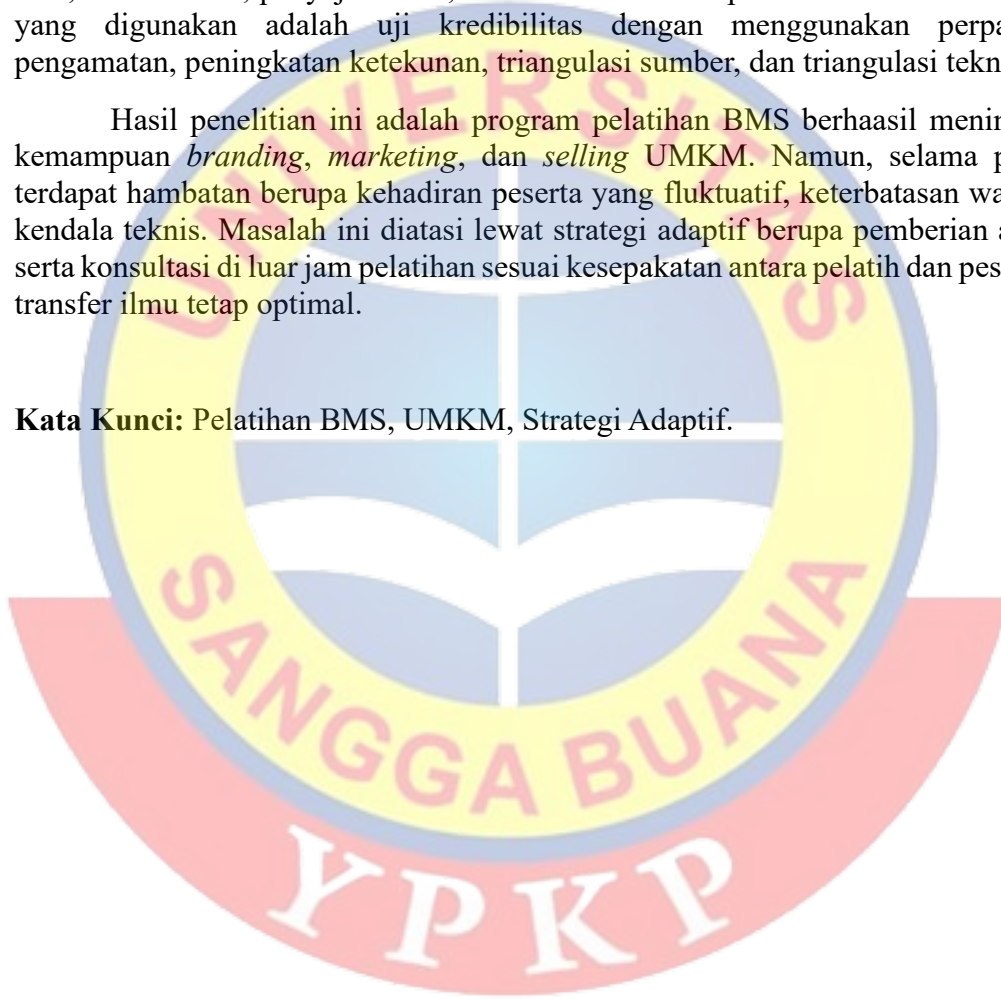
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan program pelatihan *Branding, Marketing, Selling* (BMS) yang diselenggarakan di Rumah BUMN Bandung, apa saja hambatan yang dihadapi penyelenggara dan peserta selama pelaksanaan program pelatihan, dan bagaimana cara Rumah BUMN Bandung dalam menghadapi hambatan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana penulis melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi ke lapangan. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah uji kredibilitas dengan menggunakan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi sumber, dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini adalah program pelatihan BMS berhasil meningkatkan kemampuan *branding, marketing, dan selling* UMKM. Namun, selama pelatihan terdapat hambatan berupa kehadiran peserta yang fluktuatif, keterbatasan waktu, dan kendala teknis. Masalah ini diatasi lewat strategi adaptif berupa pemberian apresiasi serta konsultasi di luar jam pelatihan sesuai kesepakatan antara pelatih dan peserta agar transfer ilmu tetap optimal.

Kata Kunci: Pelatihan BMS, UMKM, Strategi Adaptif.



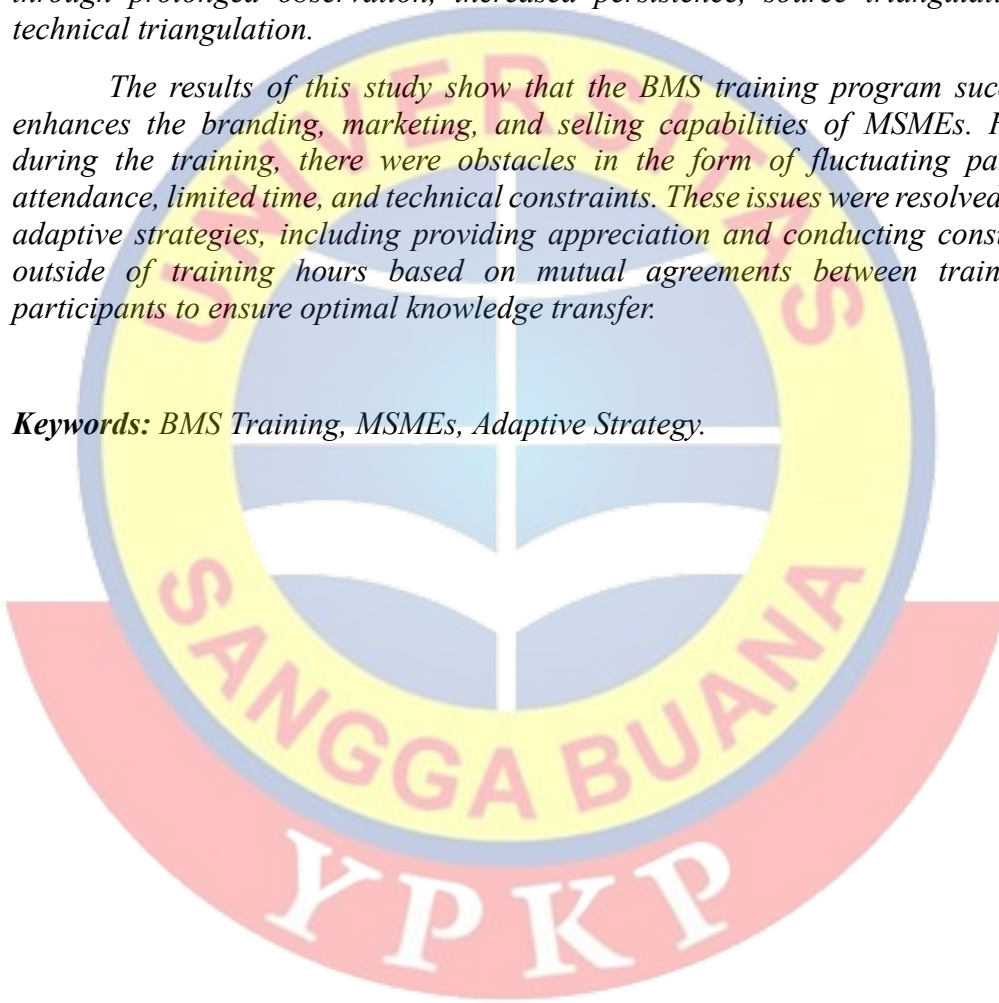
ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of the Branding, Marketing, and Selling (BMS) training program organized at Rumah BUMN Bandung, the obstacles faced by the organizers and participants during the program, and how Rumah BUMN Bandung addresses these obstacles.

This study uses a qualitative method with a descriptive approach, where the author collected data through interviews, observations, and field documentation. The data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation, and conclusion verification. The data validity technique used is credibility testing through prolonged observation, increased persistence, source triangulation, and technical triangulation.

The results of this study show that the BMS training program successfully enhances the branding, marketing, and selling capabilities of MSMEs. However, during the training, there were obstacles in the form of fluctuating participant attendance, limited time, and technical constraints. These issues were resolved through adaptive strategies, including providing appreciation and conducting consultations outside of training hours based on mutual agreements between trainers and participants to ensure optimal knowledge transfer.

Keywords: *BMS Training, MSMEs, Adaptive Strategy.*



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Program Pelatihan *Branding, Marketing, and Selling* (BMS) bagi Pelaku UMKM di Rumah BUMN Bandung” dengan baik. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi pada Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sangga Buana Yayasan Keuangan dan Perbankan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Muhammad Dadi Priadi S.Sos., M.A.B selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sangga Buana YPKP Bandung sekaligus pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama penyusunan skripsi ini
2. Ibu Dr. Hersusetiyati, Dra., M.Si dan Ibu Witri Cahyati S.Sos., M.Si selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Bapak Dr. Tatang Sudrajat, Drs., S.IP., M.Si selaku Wali Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2022 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelancaran selama penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
5. Seluruh Karyawan Rumah BUMN Bandung yang telah membantu penulis selama pelaksanaan penelitian.

6. Seluruh rekan mahasiswa program studi S1 Administrasi Bisnis FISIP USB YPKP Angkatan 2022.
7. Kakak tingkat penulis yaitu, Isnι Lutfiyani, Putri Regina Indah Puspaningrum, dan Syalwa Devi Andita yang sudah banyak membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Lima remaja laki-laki yang selalu mewarnai diluar garis yaitu, Zhao Yufan, Kim Juhoon, Martin J. Edwards, Eom Seonghyeon, dan Ahn Keonho. Walaupun tidak mengenal secara langsung, keberadaan lima remaja laki-laki ini sangat berarti bagi perjalanan emosional penulis.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan serta kritik yang bersifat membangun dari para pembaca. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan informasi yang berguna, tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi siapa pun yang membutuhkan referensi dari skripsi ini.

Bandung, 12 Juli 2026

Hormat Saya,

Livy Putrikita Gemellia

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Kegunaan Penelitian	8
1.6.1 Kegunaan Teoritis	8
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.7 Sistematika Penelitian.....	8
1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
1.8.1 Lokasi Penelitian	9
1.8.2 Waktu Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Administrasi Bisnis.....	11
2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)	11
2.2.1 Definisi dan Tujuan MSDM	11
2.2.2 Fungsi MSDM	12
2.3 Pelatihan dan Pengembangan.....	14
2.3.1 Definisi Pelatihan dan Pengembangan	14
2.3.2 <i>Training Need Analysis</i> (TNA).....	15
2.3.3 Komponen Pelatihan dan Pengembangan	15

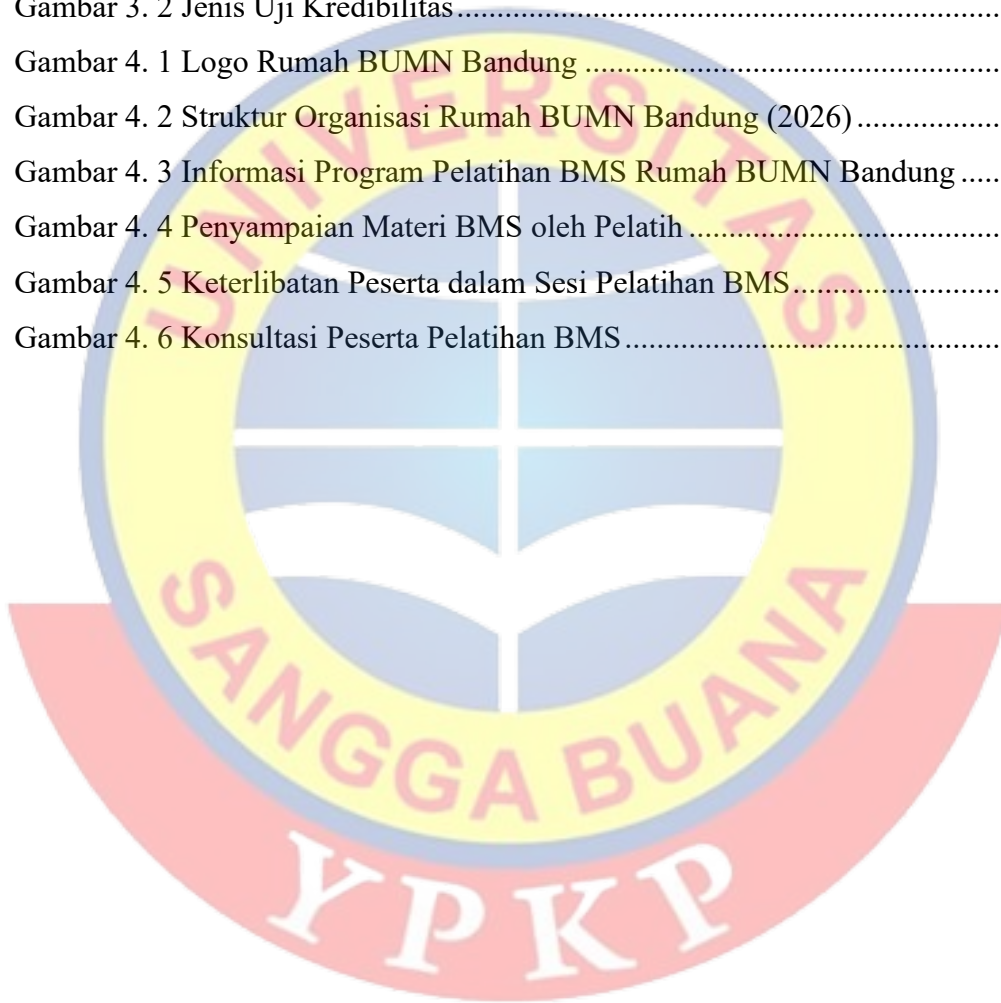
2.3.4 Tahapan Penyusunan Pelatihan dan Pengembangan	17
2.3.5 Pelaksanaan Pelatihan.....	18
2.4 <i>Branding</i> (Citra Merek)	19
2.4.1 Definisi <i>Branding</i>	19
2.4.2 Peran <i>Branding</i> dalam Bisnis	20
2.5 <i>Marketing</i> (Pemasaran)	21
2.5.1 Definisi Pemasaran	21
2.5.2 Tahapan Proses Pemasaran.....	22
2.6 <i>Selling</i> (Penjualan)	23
2.6.1 Definisi Penjualan	23
2.6.2 Jenis-jenis Penjualan	23
2.7 Penelitian Terdahulu.....	24
2.8 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.3 Informan Penelitian.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Profil Rumah BUMN Bandung	37
4.1.2 Struktur Rumah BUMN Bandung	38
4.1.3 Visi dan Misi Rumah BUMN Bandung.....	39
4.1.4 Profil Informan	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Proses Perencanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung	40
4.2.2 Proses Pelaksanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung.....	47
4.2.3 Hambatan yang Dihadapi oleh Penyelenggara dan Peserta Selama Program Pelatihan BMS serta Solusinya.	50
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Proses Perencanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung	55
4.3.2 Proses Pelaksanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung.....	60

4.3.3 Hambatan yang Dihadapi oleh Penyelenggara dan Peserta Selama Program Pelatihan BMS serta Solusinya.	61
BAB V PENUTUP	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Rekomendasi.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69



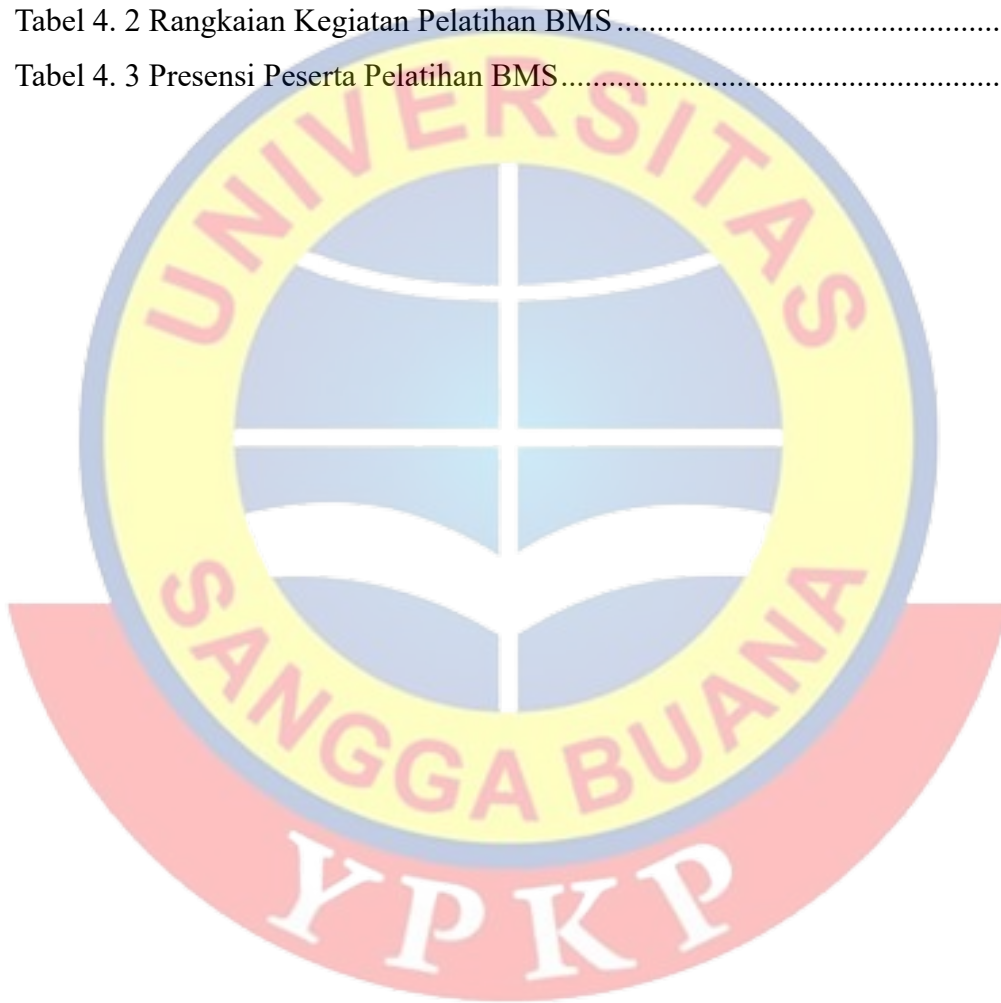
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Pelatihan Rumah BUMN Bandung 2017-2024.....	3
Gambar 1. 2 Pamflet Program Pelatihan BMS Rumah BUMN Bandung	6
Gambar 1. 3 Lokasi Penelitian (Rumah BUMN Bandung)	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3. 1 Tahapan dan Bagan Alur Analisis Data	32
Gambar 3. 2 Jenis Uji Kredibilitas	34
Gambar 4. 1 Logo Rumah BUMN Bandung	37
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Rumah BUMN Bandung (2026)	38
Gambar 4. 3 Informasi Program Pelatihan BMS Rumah BUMN Bandung	42
Gambar 4. 4 Penyampaian Materi BMS oleh Pelatih	45
Gambar 4. 5 Keterlibatan Peserta dalam Sesi Pelatihan BMS	46
Gambar 4. 6 Konsultasi Peserta Pelatihan BMS	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Kehadiran Peserta Pelatihan BMS	5
Tabel 1. 2 Rencana Jadwal Penelitian	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Informan Penelitian	30
Tabel 4. 1 Profil Informan	39
Tabel 4. 2 Rangkaian Kegiatan Pelatihan BMS	49
Tabel 4. 3 Presensi Peserta Pelatihan BMS	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	69
Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penelitian	70
Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian.....	71
Lampiran 4 Pedoman Wawancara.....	72
Lampiran 5 Hasil Wawancara	75
Lampiran 6 Dokumentasi.....	84



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan bentuk bisnis di Indonesia yang bisa dimiliki oleh perorangan atau badan usaha sesuai dengan undang-undang No. 20 Tahun 2008. UMKM merupakan aktivitas ekonomi oleh perseorangan, keluarga, atau badan usaha ukuran kecil. Klasifikasi UMKM ditentukan dari seberapa besar pendapatan tahunan, nilai aset, serta jumlah pekerja yang dimiliki. Sementara itu, usaha yang tidak termasuk UMKM adalah usaha mandiri yang dioperasikan badan usaha dengan total pendapatan bersih tahunan lebih besar dari usaha menengah. Maka berdasarkan undang-undang tersebut pengertian UMKM adalah:

1. Usaha mikro adalah bisnis yang bersifat produktif, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha independen yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50 juta dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300 juta.
2. Usaha kecil adalah bisnis yang bersifat produktif, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha independen, bukan afiliasi, anak perusahaan, ataupun cabang dari perusahaan besar baik secara langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta dan paling banyak Rp500 juta serta hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta dan paling banyak Rp2,5 milyar.
3. Usaha menengah adalah bisnis yang bersifat produktif, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha independen, bukan afiliasi, anak perusahaan, ataupun cabang dari perusahaan besar baik secara langsung atau tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta maksimal

Rp10 milyar serta hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 milyar maksimal Rp50 milyar.

UMKM memiliki andil yang cukup besar dalam pengembangan ekonomi Indonesia sehingga pemberdayaan UMKM menjadi prioritas yang sangat penting. UMKM pun turut menggerakkan perekonomian daerah sekaligus membuka banyak lapangan pekerjaan yang juga mendukung kestabilan ekonomi negara. OJK Institute (2025) menyebutkan, pada tahun 2025 jumlah UMKM di Indonesia mencapai kurang lebih 65,5 juta, menyumbang 61% terhadap Produk Domestik Bruto, dan serapan tenaga kerja sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, menjadikan UMKM sebagai penopang utama aktivitas ekonomi Indonesia, serta sumber utama dalam penyediaan lapangan kerja. Menurut Syarief (2020:12), sektor ekonomi Indonesia banyak bergantung pada UMKM. Saat krisis ekonomi terjadi, UMKM justru tetap bertahan menunjukkan daya tahan yang cukup kuat. Hal ini berarti peluang untuk mengembangkan UMKM terbuka sangat lebar bila dikelola melalui suatu kebijakan dan dukungan yang tepat.

KADIN (2025) menjelaskan potensi besar itu masih memiliki tantangan utama berupa kemampuan manajemen yang terbatas, kurangnya pemahaman mengenai teknologi digital, atau keterampilan menjalankan usaha sehingga memperlambat pertumbuhan bisnis UMKM. Antara (2025) dalam Kementrian UMKM Republik Indonesia menyebutkan, keahlian UMKM belum dimanfaatkan secara optimal, hanya sekitar 24,9% UMKM yang sudah memanfaatkan *platform* digital sebagai tempat untuk memasarkan produk. Oleh karena itu pelatihan dan pengembangan yang terstruktur dibutuhkan agar para pelaku UMKM dapat berkembang secara bertahap.

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) menjadi bagian yang penting dalam pelatihan dan pengembangan modal manusia yang dimiliki UMKM, terutama di Rumah BUMN Bandung. Menurut Seto dkk. (2023:12) MSDM merupakan cara mengatur hubungan serta tugas SDM, pengelolaan ini mempertimbangkan kemampuan individu agar bekerja secara efektif dan efisien sehingga dapat mencapai tujuan secara optimal. Untuk bantu memberdayakan UMKM, pemerintah lewat Kementerian BUMN membuat program Rumah BUMN sebagai tempat pelatihan, peningkatan *skill*, sekaligus mendukung pertumbuhan UMKM di banyak wilayah, termasuk di Bandung. Untuk memberikan gambaran mengenai sejauh mana pelatihan dijalankan oleh Rumah BUMN Bandung. Berikut adalah data jumlah program pelatihan yang telah dilaksanakan selama periode 2017-2024.



Gambar 1. 1 Total Pelatihan Rumah BUMN Bandung 2017-2024

Sumber: Perusahaan (2024)

Pada gambar 1.1 memperlihatkan bahwa terdapat total pelatihan sebanyak 1.261 dari tahun 2017-2024. Pelatihan ini tak hanya meningkatkan kemampuan para UMKM binaan tetapi juga turut andil dalam mencapai tujuan organisasi yaitu, membantu

pengembangan UMKM. Di Rumah BUMN Bandung, program pelatihan banyak ditujukan pada penguatan UMKM yang merupakan mitra vital BUMN untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan pelatihan seputar manajemen usaha, pemahaman keuangan, serta teknik promosi, para pelaku UMKM bisa berkembang dan menembus pasar yang lebih besar.

Dari banyaknya program pelatihan di Rumah BUMN Bandung, terdapat satu program yang relevan dengan kebutuhan UMKM, yaitu program pelatihan *Branding, Marketing, Selling* (BMS). BMS ini dirancang dan diselenggarakan oleh Rumah BUMN Bandung untuk membantu UMKM dalam tiga aspek utama yaitu, di bagian *branding* peserta belajar membuat ciri khas produk supaya konsumen lebih mudah mengenalinya. Kemudian pada bidang *marketing*, fokus diberikan pada cara promosi yang lebih luas, terutama dalam penggunaan platform *online*. Pada aspek *selling* menekankan hasil akhir yaitu peningkatan penjualan. Berbekal materi menyeluruh seperti ini, program pelatihan BMS diharapkan mampu menjadi dasar yang kuat agar UMKM bisa berkembang dan dapat bersaing lebih baik. Walaupun di Rumah BUMN Bandung terdapat berbagai topik pelatihan, program BMS ini menjadi fokus utama dalam penelitian ini karena menjadi salah satu bagian penting untuk keberlangsungan UMKM.

Berdasarkan hasil wawancara awal penulis bersama koordinator Rumah BUMN Bandung dijelaskan bahwa selama dua kali pelaksanaan program pelatihan BMS terdapat kendala di lapangan dimulai dari, kendala teknis pada saat pelatihan berlangsung, keterbatasan waktu, hingga kurang konsistennya komitmen para peserta dalam mengikuti pelatihan, hal ini dapat dilihat dari berkurangnya jumlah partisipan dalam sesi pelatihan, berikut tabel kehadiran peserta selama pelatihan BMS berlangsung:

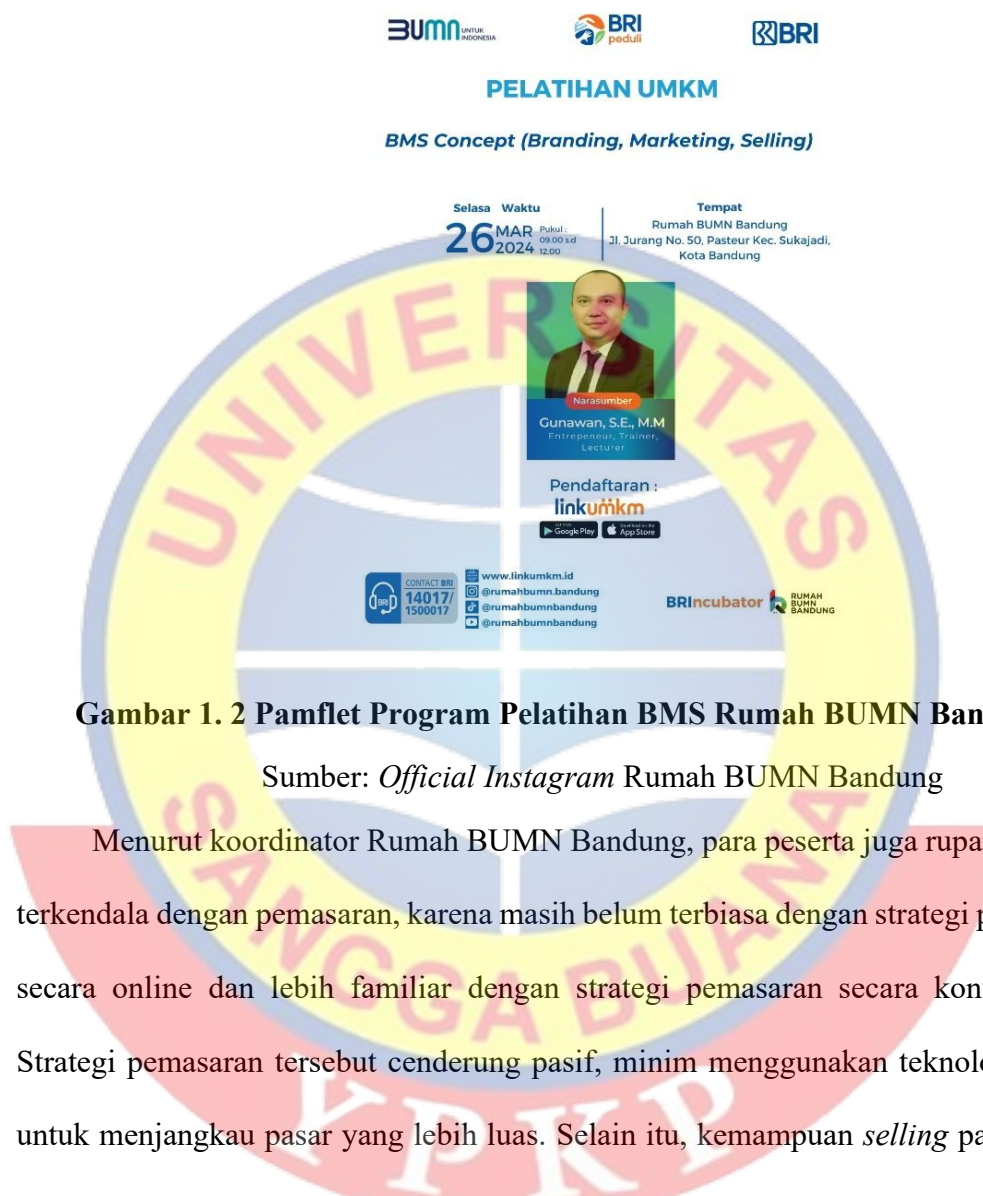
Tabel 1. 1 Daftar Kehadiran Peserta Pelatihan BMS

No.	Usaha/ <i>Brand</i>	Kehadiran Peserta		Bobot Kehadiran
		26 Maret 2024	28 Maret 2024	
1.	HeczaTharwa	50	50	100
2.	Sabunity	50	50	100
3.	Raissa <i>Bakery</i>	50	50	100
4.	Durian <i>by Deist</i>	50	50	100
5.	eNsstie	25	0	25
6.	Ryani	50	50	50
7.	Nawasena <i>Booster</i>	50	50	100
8.	Diazberkahjaya	0	0	0
9.	Dblast Indonesia	0	0	0
10.	Imah Mami Love	50	0	50
11.	Batik GHd	50	25	75
12.	<i>Rasheeda's Food</i>	0	0	0
13.	KAIDA	50	50	100
14.	Haltejus <i>Coldpress Juice</i>	50	50	100
15.	Renura Kids	50	50	100
16.	Bumbu Rendos	50	0	50
17.	Roemah Kreasi Arlia	50	0	50
18.	Calyxxkids	25	50	75
19.	Ambu'wie <i>Bakery</i>	50	25	75
20.	DIEF Batik	50	50	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dalam dua kali pelatihan, kehadiran UMKM sebagai peserta semakin menurun. Penurunan jumlah partisipan ini cukup signifikan, pada hari pertama terdapat 20 peserta kemudian pada hari kedua hanya terdapat 13 peserta yang berarti terjadi penurunan tingkat kehadiran sebanyak 35%. Penurunan angka kehadiran ini diakibatkan oleh benturan antara operasional usaha

para peserta dengan jadwal pelatihan sehingga hal tersebut menyebabkan penyerapan ilmu menjadi kurang lancar.



Gambar 1. 2 Pamflet Program Pelatihan BMS Rumah BUMN Bandung

Sumber: *Official Instagram* Rumah BUMN Bandung

Menurut koordinator Rumah BUMN Bandung, para peserta juga rupanya masih terkendala dengan pemasaran, karena masih belum terbiasa dengan strategi pemasaran secara online dan lebih familiar dengan strategi pemasaran secara konvensional. Strategi pemasaran tersebut cenderung pasif, minim menggunakan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, kemampuan *selling* para peserta belum cukup kuat, para peserta juga kurang bisa berkomunikasi secara persuasif dengan calon pembeli sehingga potensi transaksi seringkali hilang begitu saja. Kesenjangan kompetensi inilah yang mendasari pentingnya program BMS. Untuk itu penulis tertarik mengambil penelitian dengan judul “Analisis Program Pelatihan *Branding, Marketing, Selling* (BMS) Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Rumah BUMN Bandung.”

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah penelitian ini adalah menganalisis program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung mencakup cara penyampaian materi, partisipasi peserta selama program berlangsung, dan juga hambatan yang terjadi pada saat pelaksanaan program.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi pada analisis pelaksanaan satu program pelatihan, yaitu program pelatihan BMS yang dilaksanakan pada tahun 2024 di Rumah BUMN Bandung.

1.4 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana proses perencanaan program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung?
- b. Bagaimana proses pelaksanaan program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung?
- c. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh penyelenggara dan peserta selama program pelatihan BMS berlangsung? Apa solusinya?

1.5 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui proses perencanaan program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung.
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung.
- c. Untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh penyelenggara dan peserta selama program pelatihan BMS berlangsung serta mendeskripsikan solusi yang diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu administrasi bisnis khususnya mengenai manajemen sumber daya manusia melalui program pelatihan bagi pelaku UMKM terutama yang berkaitan dengan modal manusia.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk kepentingan perusahaan yang menjadi fokus penelitian yaitu Rumah BUMN Bandung dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas penyelenggaraan program BMS selanjutnya, serta dapat menambah wawasan bagi penulis dan bagi para pembaca.

1.7 Sistematika Penelitian

Berikut sistematika penelitian pada penelitian ini:

a. BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, serta lokasi dan waktu penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi rangkuman teori, kajian, dan penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka pemikiran

c. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi pendekatan, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi objek dari penelitian, pembahasan dan hasil dari penelitian.

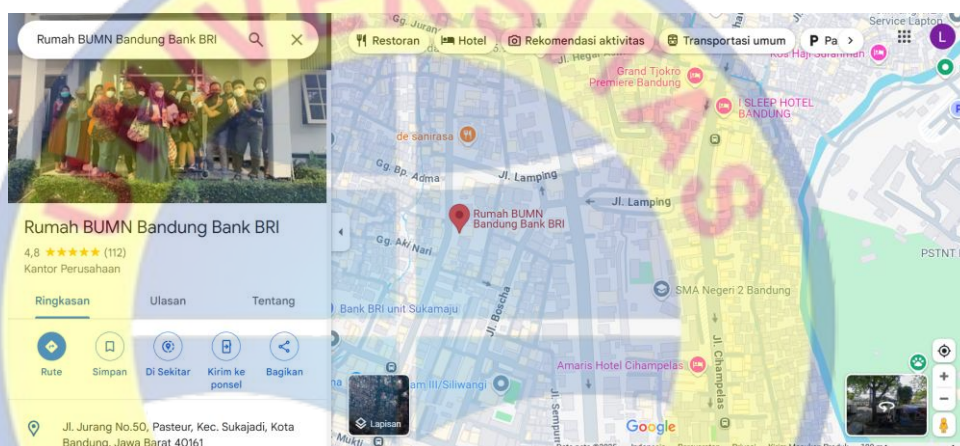
e. BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan serta rekomendasi yang diberikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian.

1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah BUMN Bandung yang berlokasi di Jalan Jurang No. 50, Pasteur, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat.



Gambar 1.3 Lokasi Penelitian (Rumah BUMN Bandung)

Sumber: *Google Maps* (2025)

1.8.2 Waktu Penelitian

Tabel 1. 2 Rencana Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Bulan							
		Tahun 2025	Tahun 2026						
		Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1.	Pengajuan Judul Penelitian								
2.	Penyusunan Usulan Penelitian								
3.	Acc Usulan Penelitian								
4.	Seminar Usulan Penelitian								

5.	Revisi Usulan Penelitian								
6.	Pengumpulan Data								
7.	Analisis Data								
8.	Penafsiran Data								
9.	Pelaporan Hasil Penelitian								
10.	Acc Skripsi								
11.	Sidang Skripsi								
12.	Revisi Skripsi								

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Administrasi Bisnis

Grand theory yang digunakan pada penelitian ini adalah administrasi bisnis. Menurut Agustin dkk. (2025:1), administrasi bisnis merupakan bidang yang fokus menangani operasional suatu organisasi dengan tujuan mencapai target tertentu. Secara umum, administrasi bisnis pengelolaan yang meliputi perancangan rencana, pengorganisasian, pengendalian, dan penentuan keputusan sumber daya baik itu SDM atau finansial.

Madjid (2023:43) menyebutkan, administrasi bisnis merupakan cabang dari ilmu administrasi yang fokus terhadap pengaturan dan pengelolaan bisnis. Madjid (2023:115) juga menjelaskan tujuan dari administrasi bisnis adalah untuk mendapatkan laba sebanyak mungkin, oleh karena itu fokus utamanya ada pada efisiensi ekonomi dari pada prosedur yang berlaku.

Berdasarkan kedua penjelasan administrasi bisnis tersebut, penulis menyimpulkan bahwa administrasi bisnis merupakan cabang ilmu dari administrasi, dimana administrasi bisnis ini adalah bidang yang mengelola suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan dengan fokus pada pengelolaan bisnis.

2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

2.2.1 Definisi dan Tujuan MSDM

Pada penelitian ini teori MSDM merupakan *middle theory*. Menurut Dessler dalam Friscila (2024:1), MSDM merupakan serangkaian proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengontrolan atas aktivitas seperti rekrutmen, pelatihan, kompensasi kerja, pemeliharaan, hingga pemberhentian sumber

daya manusia. Hal ini bertujuan untuk membantu organisasi mencapai hasil yang maksimal.

Berdasarkan penjelasan tersebut penulis menyimpulkan bahwa MSDM merupakan proses pengelolaan sumber daya manusia yang bertujuan untuk membantu organisasi untuk mencapai suatu tujuan yang maksimal.

Sukardi (2024:2) berpendapat bahwa, MSDM merupakan proses yang mempelajari khusus peranan serta hubungan dalam suatu organisasi. Unsur dari MSDM adalah yang termasuk tenaga kerja pada suatu perusahaan, fokusnya tidak meluas ke hal lain selain manusia.

Tujuan MSDM menurut Seto dkk. (2023:2) adalah untuk meningkatkan produktivitas karyawan agar tujuan perusahaan bisa tercapai dengan lancar. Tidak hanya soal produktivitas, MSDM juga bertujuan untuk menggunakan tenaga kerja secara efektif dan efisien, hal tersebut dapat tercapai apabila dijalankan dengan baik melalui fungsi MSDM yang meliputi kegiatan rekrutmen, penempatan, pengembangan, dan pelatihan yang tepat kepada karyawan. Dengan begitu, karyawan dapat bekerja secara optimal serta mendukung kemajuan perusahaan.

2.2.2 Fungsi MSDM

Menurut Farida dkk. (2024:3-4) terdapat 5 fungsi utama MSDM untuk mengatur, mengelola, dan pengendalian, antara lain:

a. Perencanaan SDM

Fungsi perencanaan SDM harus memiliki setidaknya penyusunan rencana dan perkiraan permintaan tenaga kerja, baik yang bersifat sementara maupun tetap. Kemudian, penilaian terhadap posisi dalam organisasi guna menentukan kemampuan, tugas, dan pengetahuan yang diperlukan.

b. Penataan SDM

Penataan SDM dilakukan setelah kebutuhan diketahui, proses ini melibatkan sejumlah tahapan yaitu, rekrutmen dan seleksi.

c. Evaluasi Kinerja

Penilaian kinerja oleh organisasi menjadi dasar pertimbangan bagi SDM yang berhasil menunjukkan prestasi tinggi, biasanya akan mendapatkan pengharapan apresiasi atas pencapaiannya. Perusahaan juga perlu menilai dengan tingkat disiplin rendah, penilaian tersebut dilakukan dengan dua kegiatan utama yaitu, penilaian dan evaluasi perilaku SDM, serta analisis dan pemberian motivasi perilaku SDM.

d. Perhatian Kualitas SDM dan Lingkungan Kerja

Hal ini mengarah pada 3 kegiatan strategis, yaitu:

- 1) Penetapan, pengelolaan, dan pelaksanaan program pengembangan dan pelatihan sumber daya manusia untuk meningkatkan kompetensi.
- 2) Perbaikan standar lingkungan kerja dengan meningkatkan efisiensi bekerja.
- 3) Memperbaiki kondisi fisik kerja untuk meningkatkan kesehatan dan keselamatan pekerja.

e. Pencapaian Efektivitas Hubungan Kerja

Saat keperluan SDM terpenuhi, perusahaan mulai menetapkan tanggung jawab yang disertai dengan sarana pendukung. Agar hubungan kerja berjalan baik, terdapat tiga kegiatan utama, yaitu:

- 1) Menghormati seluruh hak SDM.
- 2) Melakukan diskusi dan menentukan aturan dalam penyampaian keluhan pekerjaan.
- 3) Melakukan penelitian tentang aktivitas MSDM.

2.3 Pelatihan dan Pengembangan

2.3.1 Definisi Pelatihan dan Pengembangan

Applied theory pada penelitian ini adalah pelatihan dan pengembangan. Menurut Farida dkk. (2024:30) Pelatihan dan pengembangan merupakan proses yang tersusun agar individu lebih pandai dan mahir dalam bekerja. Pelatihan ini bermakna sebagai usaha sistematis dengan tujuan agar individu dapat memperoleh ilmu serta keterampilan baru. Pelatihan memberi bekal kemahiran baru, sementara pengembangan fokus pada peran dan tanggung jawab dalam organisasi.

Menurut Prasodjo (2021:4), pelatihan dan pengembangan merupakan kegiatan pendidikan guna menambah wawasan dan meningkatkan kemampuan dengan arahan mengenai cara melakukan tugas dengan lebih baik. bagian dari fungsi dan manajemen sumber daya manusia. Prasodjo (2021:5) juga menyebutkan, pelatihan adalah program yang diselenggarakan oleh organisasi untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Kemudian pengembangan adalah kegiatan yang teorganisir di mana tenaga kerja dalam organisasi belajar dan tumbuh. Pelatihan dan pengembangan bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas di dalam organisasi.

Berdasarkan kedua penjelasan tersebut, dapat disimpulkan pelatihan dan pengembangan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk meningkatkan kemampuan dan memperoleh pengetahuan baru terhadap sumber daya manusia sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi.

2.3.2 Training Need Analysis (TNA)

Menurut Said & Firman (2023:82), *Training need analysis* atau analisis kebutuhan pelatihan adalah suatu bentuk identifikasi kesenjangan kinerja. Kesenjangan tersebut dapat diidentifikasi sebagai perbedaan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual individu. Kesenjangan kinerja dapat diketahui melalui peninjauan terhadap acuan kemampuan yang dibutuhkan saat menjalankan tugas seperti melakukan identifikasi dan dokumentasi, kemudian dibandingkan dengan kinerja aktual individu di tempat kerja.

Menurut Widodo (2021:13), TNA merupakan cara mengumpulkan serta menganalisis informasi untuk melihat bagian yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki dalam organisasi agar kinerja karyawan dan produktivitas perusahaan meningkat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan gambaran jelas mengenai perlunya program pelatihan.

Berdasarkan pendapat tersebut, penulis berpendapat bahwa TNA merupakan sebuah analisis kebutuhan yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan yang menjadi prioritas dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi.

2.3.3 Komponen Pelatihan dan Pengembangan

Menurut Farida dkk. (2024:32-34) terdapat lima komponen pelatihan dan pengembangan, yaitu:

- a. Sasaran dan objektif pelatihan serta pengembangan perlu terukur dan terdefinisi dengan rinci. Pelatihan dimulai setelah kebutuhan diidentifikasi lewat analisis cermat. Arah program ditentukan berdasarkan tujuan yang dirumuskan terlebih dahulu, lalu diprioritaskan melalui analisis kesenjangan. Kemampuan yang dimiliki saat ini dibandingkan dengan standar yang diharapkan agar celah terlihat jelas. Dari situ,

- organisasi bisa memahami apa yang perlu diperbaiki pada sumber daya manusia nya. Dengan kata lain, pelatihan dan pengembangan seharusnya hanya diadakan jika ada kebutuhan yang jelas dan mendesak. Penetapan kebutuhan ini harus didasarkan pada analisis yang akurat dan terperinci.
- b. Para pelatih (*trainers*) wajib mempunyai kualifikasi yang memadai serta keahlian yang profesional. Menurut Suwatno dalam Farida dkk. (2024:32), mencari serta mendapatkan pelatih memang tidak mudah, tetapi juga tak selalu rumit. Di banyak organisasi besar, terdapat unit tersendiri yang menangani peningkatan kompetensi pegawai. Sementara itu, organisasi tanpa tenaga pelatih sendiri dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan yang fokus pada pelatihan dan pengembangan. Pada program pelatihan, pelatih sebaiknya menjelaskan alasan di balik perlunya peserta melakukan pelatihan dan pengembangan dengan memberikan konteks yang jelas. Saat menyampaikan materi, instruksi perlu dipecah menjadi elemen-elemen kecil, dan peserta pelatihan harus diberikan peluang untuk melihat keterkaitan antara semua elemen tersebut. Ketika peserta mengaitkan masalah yang berhubungan dengan pekerjaan ke dalam pelatihan, materi yang disampaikan akan terasa lebih sesuai.
- c. Materi pelatihan dan pengembangan perlu disesuaikan berdasarkan pada hasil yang diinginkan.
- d. Pengembangan dan pelatihan perlu diadaptasi sesuai tingkat kemampuan pegawai yang menjadi peserta. Dalam menyusun pelatihan, pelatih harus memperhatikan cara masing-masing peserta menyerap informasi. Tidak semua orang belajar dengan metode yang sama, ada pola tertentu yang

bisa diamati. Sebagian besar peserta justru lebih mudah paham saat sesuatu disampaikan lewat suara, misalnya penjelasan langsung oleh fasilitator. Di sisi lain, beberapa peserta butuh interaksi fisik agar ilmu masuk. Menulis ulang materi, membuat sketsa, atau mencoba simulasi membantu peserta mengerti lebih dalam. Sementara itu, tak sedikit juga yang justru lebih nyaman dengan representasi visual selama proses pelatihan berlangsung.

- e. Keberhasilan pelatihan dan pengembangan justru banyak ditentukan oleh dorongan internal peserta, faktor ini dimulai dari kapasitas pelatih, suasana kerja sama sesama peserta, situasi ruang latih, sampai cara penyusunan materi pelatihan. Pelatih seharusnya mampu membimbing peserta melewati kendala selama jalannya program, agar keyakinan diri peserta tumbuh sedikit demi sedikit.

Menurut Noe dalam Sulistiarini dkk. (2025:14), hasil dari sebuah pelatihan sangat bergantung pada kemampuan organisasi mengintegrasikan prinsip pembelajaran manusia dengan strategi bisnis. Oleh karena itu, pemahaman mengenai model dan teori pelatihan sangat penting untuk merancang sistem pembelajaran yang efektif, terukur, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

2.3.4 Tahapan Penyusunan Pelatihan dan Pengembangan

Menurut Farida dkk. (2024:34), penyusunan pelatihan dan pengembangan perlu dilakukan untuk menganalisis kebutuhan pelatihan yang dimiliki saat ini dan keterampilan yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. Berikut tahapan penyusunan pelatihan dan pengembangan:

- a. Identifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan dengan melakukan survei atau *research*.
- b. Tetapkan target dan sasaran pelatihan
- c. Gunakan alat ukur yang sesuai dan dapat diaplikasikan melalui metode yang tepat untuk menentukan keberhasilan pelatihan
- d. Pelaksanaan program pelatihan serta pengembangan perlu mempertimbangkan jenis metode yang digunakan.
- e. Terapkan dan evaluasi program, dilakukan pada akhir program untuk mengevaluasi sejauh mana kesesuaian dengan rencana awal.

2.3.5 Pelaksanaan Pelatihan

Menurut Irawan (2024:133-135), ada beberapa hal yang harus diperhatikan pada saat pelaksanaan pelatihan agar program pelatihan berjalan efektif dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Hal-hal yang perlu diperhatikan pada saat pelaksanaan pelatihan:

- a. Persiapan materi pelatihan: Pastikan modul, serta media pendukung lainnya disesuaikan terhadap sasaran yang ditetapkan. Pastikan juga peralatan seperti komputer atau laptop, proyektor, hingga perlengkapan tulis dalam kondisi siap dipakai. Lakukan tes sebelum peserta mulai hadir di ruangan. Keseluruhan prosedur ini membantu menghindari gangguan saat kegiatan berlangsung.
- b. Memperkenalkan peserta: Awali sesi dengan pengenalan singkat oleh penyelenggara, disertai dengan penjelasan mengenai kegiatan pelatihan dan target pelatihan. Suasana dibentuk melalui tanya jawab ringan antara narasumber dan peserta. Dengan begitu, peserta akan merasa nyaman untuk berdiskusi sejak awal.

- c. Metode pembelajaran yang beragam: Metode pembelajaran dapat bervariasi tergantung kebutuhan peserta. Seperti diskusi, studi kasus, atau praktek. Interaksi antar peserta juga menjadi bagian penting selama proses pelatihan berlangsung.
- d. Memoderasi diskusi: Mengelola alur diskusi dengan tepat dan mendorong peserta untuk bertanya dan mengutarakan pendapatnya.
- e. Penyampaian umpan balik: Berikan masukan yang membangun secara teratur supaya peserta bisa melihat bagian yang perlu dikembangkan. Selain itu, dorong peserta untuk saling memberikan masukan supaya pembelajaran saling mendukung satu sama lain.
- f. Evaluasi proses pelatihan: Evaluasi dilakukan secara berkala selama pelatihan berlangsung guna menilai sejauh mana peserta memahami materi melalui pertanyaan terkait topik pelatihan. Hal ini membantu menguji apakah teknik pelatihan yang digunakan berfungsi sesuai tujuan.
- g. Mengakhiri sesi: Akhiri sesi pelatihan dengan menyimpulkan inti dari topik yang telah disampaikan, sambil membuka ruang bagi peserta untuk bertanya.
- h. Dokumentasi dan Pelaporan: Laporan serta dokumentasi dicatat secara menyeluruh, termasuk partisipasi peserta dan hasil evaluasi. Buat laporan yang merangkum hasil pelatihan serta rekomendasi untuk pelatihan di masa yang akan datang.

2.4 Branding (Citra Merek)

2.4.1 Definisi Branding

Menurut Heding dalam Parawansa (2024:3) *Branding* adalah serangkaian langkah terencana yang membentuk cara konsumen dalam memandang sebuah produk

atau jasa. Identitas yang kuat lahir bukan sebatas dari logo saja, tetapi dari keseluruhan nuansa yang dirasakan oleh konsumen. Ada karakter tersendiri yang membuat satu merek tampak beda dari yang lain. Warna dipilih dengan pertimbangan tertentu, huruf dibuat agar mudah dikenali, gambar didesain supaya menonjol dan menampakkan ciri khas tersendiri. Semua bagian ini saling menyusun citra yang utuh dan meninggalkan jejak di benak konsumen.

Menurut Suyahman (2024:6-8), *Branding* adalah proses menciptakan citra dan identitas bisnis. Fokusnya adalah membangun nilai, perasaan, dan kesan yang ingin di bentuk pada konsumen. branding ini bukan hanya logo atau nama saja. *Branding* yang efektif adalah strategi jangka panjang yang bisa memberikan dampak besar bagi bisnis

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, penulis menyimpulkan bahwa *branding* merupakan serangkaian proses atau langkah untuk menciptakan kesan yang tertanam dalam benak konsumen dan membentuk cara pandang konsumen terhadap produk, jasa, atau usaha yang dijalankan.

2.4.2 Peran *Branding* dalam Bisnis

Parawansa (2024:4) menjelaskan, identitas bisnis sering kali dikenali lewat cara tampil di benak pelanggan. Meskipun banyak pesaing, ciri khas visual serta pesan yang konsisten justru membuat satu merek terasa berbeda. Kepercayaan muncul bukan karena promosi besar-besaran, melainkan dari kesan yang dibangun secara perlahan sepanjang waktu. Menurut Suyahman (2024:7), ada beberapa peran *branding* dalam bisnis UMKM yaitu sebagai berikut:

a. Membangun Identitas dan Diferensiasi Produk

Tidak semua pelaku usaha menyadari bahwa citra merek bisa menjadi penentu utama daya tarik konsumen. Dengan membangun ciri khas

tersendiri, satu bisnis justru mampu menonjol meski berada dalam persaingan pasar yang ketat.

b. Meningkatkan Daya Saing di Pasar

Jika sebuah usaha memiliki identitas merek yang jelas, produk atau jasa dari usaha tersebut dapat lebih mudah menarik perhatian dan terlihat menonjol di pasar.

c. Menarik Konsumen Baru dan Mempertahankan yang Lama

Branding yang baik bisa menarik konsumen baru sekaligus mempertahankan konsumen lama. Dengan branding yang baik, konsumen cenderung akan membeli produk tersebut berulang kali.

d. Meningkatkan Margin Harga Produk

Ketika merek sudah melekat di benak konsumen, harga yang lebih tinggi pun sering diterima begitu saja karena konsumen sudah percaya terhadap kualitas produk yang dihasilkan merek tersebut.

e. Meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen

Kepercayaan merupakan aset yang berharga. Branding yang kuat membuat konsumen merasa lebih percaya dan nyaman memilih produk atau jasa.

2.5 Marketing (Pemasaran)

2.5.1 Definisi Pemasaran

Menurut Eviyanti dkk. (2023:1-5) pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian dari program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang dapat menguntungkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran adalah suatu proses memahami, menciptakan, mengkomunikasikan dan memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen, diharapkan dapat memberikan laba atau keuntungan untuk perusahaan.

Menurut Darsana dkk. (2023:3) Pemasaran merupakan serangkaian aktivitas dengan tujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, mengembangkan produk atau jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, dan menyampaikan nilai produk atau jasa kepada konsumen potensial.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang melibatkan berbagai aktivitas dari mulai memahami, menciptakan, dan mengkomunikasikan kebutuhan konsumen dengan tujuan agar konsumen merasa puas.

2.5.2 Tahapan Proses Pemasaran

Terdapat lima tahapan proses pemasaran menurut Darsana dkk. (2023:23), yaitu sebagai berikut:

- a. Riset pasar, memahami kondisi pasar dan konsumen serta tingkat kepuasan yang diharapkan.
- b. Membuat strategi pemasaran, setelah mengetahui kondisi pasar strategi pemasaran dapat mulai disusun.
- c. Implementasikan strategi pemasaran
- d. Pemantauan dan pengendalian, untuk menjaga agar strategi berjalan sesuai apa yang telah direncanakan, pegawai harus melakukan pemantauan langsung di lokasi.
- e. Penilaian, setelah semua selesai, penilaian dilakukan dengan tujuan untuk membandingkan tujuan serta pencapaian dalam proses pelaksanaan yang telah dilakukan.

2.6 *Selling* (Penjualan)

2.6.1 Definisi Penjualan

Menurut Adoe dkk. (2024:3) penjualan merupakan proses jual beli antara dua pihak atau lebih, di mana barang atau jasa ditukar dengan instrumen pembayaran resmi. Tujuan dan manfaat penjualan bagi perusahaan adalah, aktivitas ini bertujuan untuk mendorong pencapaian target penjualan, memperoleh laba, serta menunjang pertumbuhan perusahaan. Sementara itu, manfaat untuk konsumen adalah pemenuhan atas kebutuhan hidup.

Suyahman (2024:6) menyatakan, *selling* merupakan proses menjual produk langsung kepada konsumen dengan pendekatan yang bertujuan menawarkan nilai dari produk tersebut. untuk menghasilkan penjualan atau transaksi. Pada tahap ini, tujuan utamanya adalah mendorong terjadinya penjualan atau transaksi sebagai hasil akhir dari kegiatan pemasaran.

Berdasarkan definisi penjualan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa penjualan merupakan sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang berupa aktivitas transaksi dengan tujuan menghasilkan penjualan bagi pihak yang menjual dan untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi pembeli.

2.6.2 Jenis-jenis Penjualan

Ada beberapa jenis penjualan seperti yang disebutkan oleh Adoe dkk. (2024:4), antara lain:

- a. *Trade Selling*, terjadi apabila produsen dan pedagang besar memberi kesempatan untuk meningkatkan distribusi produk.
- b. *Missionary Selling*, peningkatan penjualan dilakukan dengan mendorong konsumen untuk membeli produk dari penyalur perusahaan.

- c. *Technical selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan memberikan rekomendasi kepada pembeli akhir dari produk.
- d. *New Business Selling*, ini adalah jenis penjualan yang bertujuan untuk mendapatkan pembeli baru dengan mengkonversi pembeli potensial menjadi pembeli.
- e. *Responsive Selling*, setiap tenaga penjualan diharapkan memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul dan Lokasi Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Yudiyanto Joko Purnomo, Kirana Lesmi, Kasino Martowinangun, Muhammad Dadi Priadi, Desty Rara Pringgandinie (Purnomo dkk., 2025)	Pelatihan Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah untuk Naik Kelas di Kota Cimahi	Kualitatif	Proses pelaksanaan masih berantakan karena petugas tidak mengikuti kurikulum yang ada. Tidak adanya pengelompokan peserta sesuai kemampuan, serta kurangnya pendampingan dan <i>monitoring</i> berkelanjutan.	Jurnal ini membahas mengenai pengabdian masyarakat sedangkan penulis meneliti dari segi pelaksanaan pelatihan.
2.	Eka Norhikmah Sya Baniah, Riyadi, dan Albert Richart Singal. (Baniah dkk., 2021)	Analisis Penyelenggaraan Pelatihan Keterampilan Menjahit Busana Wanita bagi Peserta Pelatihan di LKP Rachma Kota Samarinda.	Kualitatif Deskriptif	Pelaksanaan fleksibel, materi terstruktur, metode dominan praktik, dan berhasil mencetak wirausaha mandiri	Fokus pada keterampilan menjahit, sedangkan pada penulis fokus meneliti pada pelatihan BMS di Rumah BUMN.

3.	Nita Aribah Hanif dan Muhammad Eko Atmojo (Hanif & Atmojo, 2022)	Evaluasi Pelatihan Digital Marketing Pemerintah Kabupaten Sleman dalam Pemberdayaan UMKM di Tengah Krisis Pandemi Covid-19.	Kualitatif	Pelatihan ini cukup efektif Namun keterbatasan anggaran menyebabkan tidak semua UMKM dapat terfasilitasi secara merata.	Teori yang digunakan adalah teori evaluasi CIPP.
4.	Deva Ariyani, Slamet Bambang Riono, dan Hendri Sucipto (Ariyani dkk., 2022)	Judul: Pelatihan <i>Branding Equity</i> untuk Membangun <i>Brand Image</i> pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual. Lokasi: Brebes.	Kualitatif	Peserta mulai memahami cara membangun <i>brand image</i> untuk meningkatkan daya jual.	Fokus hanya pada satu aspek (<i>branding</i>)
5.	Joko Iskandar, Yayak Kartika Sari, dan Ahmad Fathurrohim (Iskandar dkk., 2023)	Pelatihan Desain <i>Mockup</i> dan Logo Sebagai <i>Branding</i> Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung	Kualitatif	Pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam mendesain logo dan <i>mockup</i> produk secara digital. Penggunaan desain yang profesional terbukti dapat meningkatkan nilai jual produk olahan makanan milik UMKM di desa tersebut.	Fokus pada alat tau desain spesifik, sementara penulis meneliti pelaksanaan pelatihan.

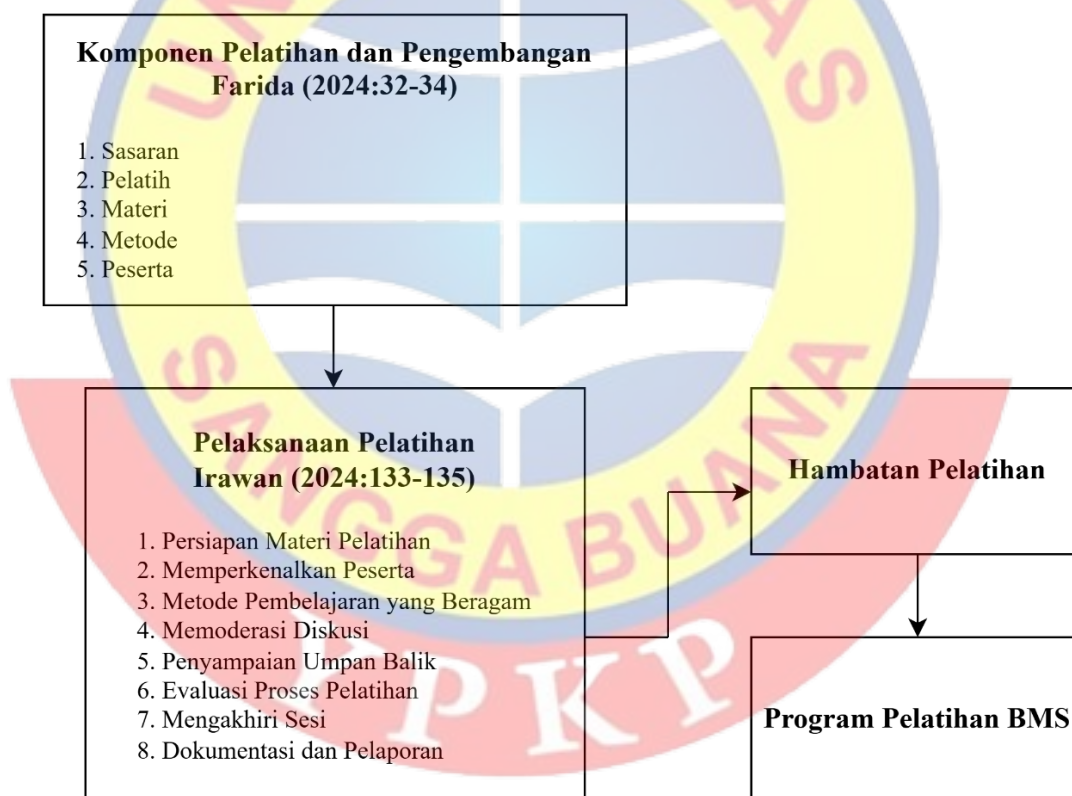
6.	Muhammad Dadi Priadi, Inka Hermendo Batubara, Hersusetiyati, Nurhaeni Sikki, Livy Putrikita Gemellia (Priadi dkk., 2025)	<i>The Role of Training and Development of Gen-Z Employees in Improving Service Quality at PT JRX Pool & Café Bandung City</i>	Kualitatif Deskriptif	Pelatihan di PT JRX masih sangat terbatas, jarang dilakukan dan program kreativitas belum berjalan optimal.	Subjek penelitiannya adalah karyawan Gen-Z, sedangkan subjek penelitian penulis adalah penyelenggara pelatihan.
7.	Boby Martin Nusantara (Nusantara, 2025)	Strategi Planning dalam Program Pelatihan dan Pembinaan UMKM pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) Kabupaten Deli Serdang	Kualitatif Deskriptif	Pelatihan berjalan baik namun terhambat oleh rendahnya daya tangkap peserta akibat latar belakang pendidikan, durasi waktu yang singkat, serta gangguan koneksi internet saat praktik.	Penelitian ini dilakukan di Dinas KUKM Deli Serdang dan fokus pada strategi perencanaan, sedangkan penulis meneliti soal pelaksanaan pelatihan.

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)

2.8 Kerangka Pemikiran

Pelaksanaan program pelatihan di Rumah BUMN Bandung disusun sebagai kegiatan belajar yang ditujukan guna memperkuat dan melatih kemampuan UMKM dalam berwirausaha. Menurut Farida dkk. (2024:32-34), keberhasilan program pelatihan ini tidak hanya terpaku pada ketersediaan materi, tetapi juga ada pada kualitas penyelenggaraannya seperti kematangan pelatih ketika menyampaikan materi, interaksi dengan peserta, serta manajemen waktu dan ketersediaan sarana penunjang. Ketika tahapan penyelenggaraan pelatihan dapat dipahami dengan jelas, gambaran mengenai transfer ilmu dari pelatih ke peserta dapat berjalan secara optimal. Hal ini bergantung pada struktur pelaksanaan yang disusun sejak awal.

Pada penelitian ini, kerangka pemikiran ditujukan guna melihat hubungan ketiga komponen pokok yaitu, proses perencanaan pelatihan, pelaksanaan pelatihan dan juga tantangan yang muncul saat kegiatan berjalan. Penelitian ini menelaah sejauh mana program pelatihan BMS bisa dipahami meskipun adanya gangguan teknis. Dari kerangka pemikiran tersebut, penelitian akan menghasilkan sebuah evaluasi mengenai kesesuaian antara rencana program dengan realitas pelaksanaannya di lapangan. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut dapat dituangkan ke dalam gambar sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Abdussamad (2021:79-80) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki kondisi objek alamiah, di mana peneliti digunakan sebagai instrumen kunci. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh data atau makna mendalam, suatu data yang mengandung makna. Karena penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi alamiah, maka sering disebut sebagai penelitian naturalistik.

Menurut Sugiyono (2023:18), metode penelitian kualitatif adalah metode yang berdasar pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk mempelajari kondisi objek alamiah sebagai eksperimen. Dalam metode penelitian kualitatif, di mana peneliti merupakan instrument kunci. Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna dibandingkan generalisasi.

Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif berarti proses pendeskripsian keadaan dari suatu objek secara langsung atau naturalistik tanpa adanya settingan. Penulis berupaya menjelaskan proses penyelenggaraan program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung oleh karena itu penulis memilih metode penelitian kualitatif yang dapat mengungkap dan meneliti sebuah fenomena secara mendalam, dan dapat memahami penyelenggaraan program pelatihan BMS yang dilaksanakan di Rumah BUMN Bandung.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Abdussamad (2021:130) mengatakan subjek penelitian adalah pihak atau orang yang berkaitan dengan apa yang sedang diteliti sebagai informan kunci atau narasumber untuk mendapatkan informasi terkait data yang diperlukan. Subjek dari penelitian ini Rumah BUMN Bandung.

Menurut Abdussamad (2021:138) Objek penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dapat dipelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal tersebut. Objek dari penelitian ini adalah tentang penyelenggaraan program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung.

3.3 Informan Penelitian

Teknik penentuan informan pada penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling*, menurut Abdussamad (2021:137), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan *sample* atau menentukan informan berdasarkan pada maksud, tujuan dan kegunaan yang telah ditentukan sebelumnya.

Penulis membagi tiga kategori informan penelitian yang dipilih, yaitu:

- a. Informan kunci merupakan narasumber yang memiliki informasi secara garis besar tentang fenomena yang sedang diteliti.
- b. Informan utama dalam penelitian ini adalah narasumber yang memahami secara langsung fenomena yang terkait topik penelitian.
- c. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah narasumber yang merasakan langsung fenomena yang sedang penulis teliti.

Tabel 3. 1 Informan Penelitian

No	Keterangan	Kategori
1.	Koordinator Rumah BUMN Bandung	Informan Kunci
2.	Narasumber Program Pelatihan BMS	Informan Utama
3.	Peserta Program Pekatihan BMS	Informan Pendukung

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2023:296) teknik terpenting dalam penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data adalah strategi atau prosedur yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data menurut Abdussamad (2021:142-156) sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara atau yang dikenal sebagai *interview* adalah jenis komunikasi verbal dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan adanya tanya jawab antara peneliti dengan objek penelitian.

Pada penelitian ini penulis menggunakan wawancara semi terstruktur, wawancara ini sudah termasuk dalam kategori wawancara mendalam, yang pelaksanaannya lebih lugas dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi masalah secara lebih langsung, di mana pihak yang diwawancarai dimintai pendapatnya.

b. Pengumpulan Data dengan Dokumen

Pendokumentasian adalah metode pengumpulan data atau proses pengumpulan data untuk keperluan dokumentasi. Dokumen seperti catatan, laporan, foto kegiatan, atau informasi lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Metode pendokumentasian

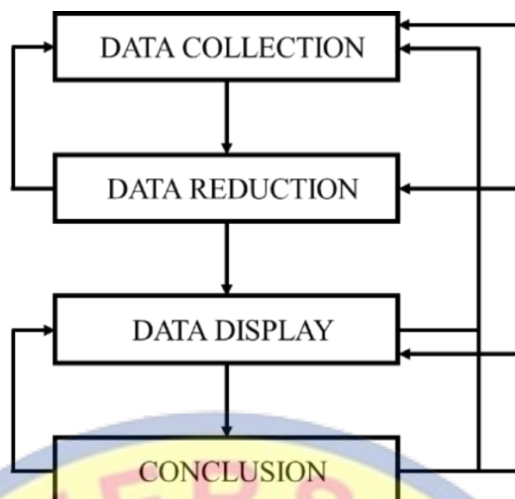
yang dilakukan oleh penulis adalah menyalin data, baik dalam berkas fisik maupun berkas digital, yang telah dikumpulkan oleh penulis untuk memperkuat data wawancara atau observasi.

c. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang mampu menghubungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan pemahaman penulis tentang apa yang telah ditemukan.

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2023:320), analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses pencarian dan analisis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan di lapangan, dan dokumentasi secara sistematis. Proses ini meliputi pengorganisasian data ke dalam kategori, pengorganisasian ke dalam unit, menyusun ke dalam pola, menentukan apa yang penting dan akan diteliti, serta membuat kesimpulan. Analisis data yang digunakan oleh penulis adalah metode analisis kualitatif oleh Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2023:322) yaitu saat data dikumpulkan, analisisnya sudah mulai berjalan. penulis mengikuti alur penelitian sampai tuntas, sambil terus mencermati setiap perubahan. Dengan begitu, kondisi yang muncul seputar fenomena tetap terpantau, dan tidak ada bagian yang terlewat saat proses analisis berlangsung. Proses analisis data pada saat pengumpulan data yaitu:



Gambar 3. 1 Tahapan dan Bagan Alur Analisis Data

Model Miles & Huberman (1984)

Sumber: Sugiyono (2023:322)

a. Data Collection

Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif meliputi observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan gabungan (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan setiap hari sampai berbulan-bulan, sehingga akan ada banyak data. Pada tahap ini, pengamatan dilakukan terhadap kondisi sosial atau objek kajian secara menyeluruh. Semua hal yang terlihat dicatat dengan cermat untuk menjadi bahan analisis. Melalui proses tersebut, informasi yang dihasilkan akan sangat banyak dan beragam.

b. Data Reduction

Reduksi data merupakan proses sensitif yang membutuhkan wawasan kecerdasan, keleluasaan, dan kedalaman yang tinggi. Reduksi data mencakup meringkas, mengidentifikasi dan menentukan detail penting, memfokuskan pada detail penting, dan memilih tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah dikumpulkan akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan dan analisis data lebih lanjut sesuai dengan kebutuhan.

c. *Data Display*

Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk deskripsi ringkas, diagram, keterkaitan antarkelompok, *flowchart*, dan sejenisnya. Teks naratif paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Ketika data disajikan dengan jelas, akan lebih mudah untuk memahami situasi yang terjadi, dan merencanakan tahap selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

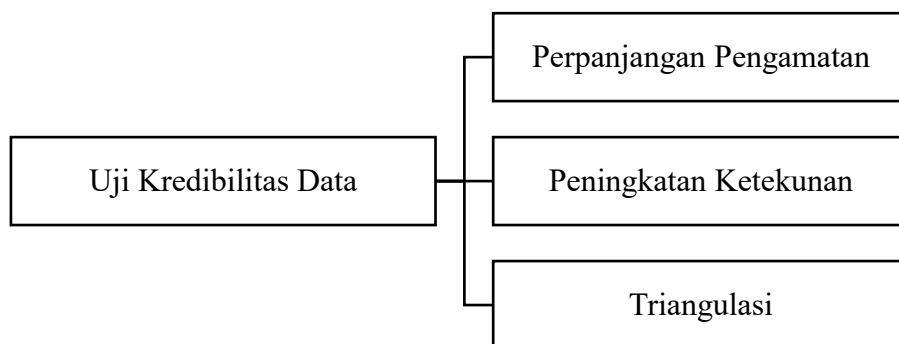
d. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah berikutnya adalah kesimpulan dan verifikasi. Tahapan ini muncul sebagai penutup di akhir analisis. Penulis mengambil kesimpulan dari data yang semula bersifat kabur dan belum jelas, dengan bertambahnya data simpulan akan menjadi lebih lengkap dan dapat dipercaya. Hasil dari tahapan simpulan dilakukan dengan memberikan gambaran dari hasil penelitian secara menyeluruh yang dihubungkan dengan logis

3.6 Teknik Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2023:364-365) dalam penelitian kualitatif uji keabsahan data meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Teknik keabsahan data yang digunakan penulis adalah pengujian kredibilitas (*credibility*). Ada beberapa jenis uji *credibility* atau kredibilitas data yang merupakan uji kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif, antara lain perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, dan triangulasi.

Teknik keabsahan data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Jenis Uji Kredibilitas

Sumber: Data diolah oleh penulis (2025)

a. Perpanjangan Pengamatan

Menurut Sugiyono (2023:365) perpanjangan pengamatan berarti ikatan antara peneliti dan narasumber mulai tumbuh perlahan. Kedekatan itu muncul secara alami seiring berjalannya waktu. Jarak yang awalnya terasa pelan-pelan menghilang begitu saja. Komunikasi jadi lebih terbuka karena rasa percaya sudah terbangun. Dengan begitu, penulis lebih mudah mendapatkan data tanpa adanya informasi yang disembunyikan.

Sejalan dengan hal tersebut, pada penelitian ini penulis melakukan perpanjangan pengamatan yang semula direncanakan hanya berlangsung selama 2 bulan menjadi 3 bulan 14 hari. Hal ini dilakukan agar hubungan dengan narasumber lebih dekat, sehingga data mengenai pelatihan BMS yang diperoleh lebih mendalam.

b. Peningkatan Ketekunan.

Sugiyono (2023:367) menjelaskan, peningkatan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat. Dengan begitu, kejelasan informasi serta susunan kejadian dapat tercatat secara pasti dan sistematis. Melalui peningkatan ketekunan ini penulis bisa menyajikan gambaran fakta yang tepat sesuai dengan temuan lapangan.

Penulis menerapkan peningkatan ketekunan dengan mencatat setiap detail kegiatan pelatihan BMS, mendengarkan kembali rekaman wawancara, serta memeriksa ulang kelengkapan data lapangan.

c. Triangulasi

Pengujian kredibilitas menggunakan triangulasi menurut Sugiyono (2023:368), adalah memeriksa informasi dari beberapa sumber yang berbeda, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

1) Triangulasi Sumber

Menurut Sugiyono (2023:369), triangulasi sumber menguji kredibilitas dengan membandingkan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam proses ini, penulis mengajukan pertanyaan serupa kepada narasumber yang berbeda. Hasilnya kemudian dicatat dan dibandingkan. Perbedaan atau kesamaan tersebut kemudian dikelompokkan untuk selanjutnya di analisis kembali.

Triangulasi sumber pada penelitian ini dilakukan penulis dengan cara mengajukan pertanyaan yang serupa kepada narasumber berbeda, yaitu pengelola Rumah BUMN Bandung, pelatih, dan peserta UMKM pelatihan BMS, lalu membandingkan hasilnya.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas menurut Sugiyono (2023:369), merupakan tahapan pengecekan data yang telah diperoleh kepada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari wawancara dicocokkan dengan data yang diperoleh dari hasil observasi, maupun data dari hasil dokumentasi untuk mengetahui data yang didapatkan sudah benar.

Triangulasi teknik pada penelitian ini dilakukan penulis dengan mencocokkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan dokumen pendukung pelatihan BMS, seperti foto kegiatan dan lain-lain.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian

4.1.1 Profil Rumah BUMN Bandung



Gambar 4. 1 Logo Rumah BUMN Bandung

Sumber: *Company Profile* Rumah BUMN Bandung (2026)

Rumah BUMN Bandung merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *digital e-commerce*. Rumah BUMN Bandung berlokasi di Jl. Jurang No.50, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Rumah BUMN Bandung telah berdiri selama sembilan tahun untuk pemberdayaan UMKM, dari tahun 2017 sampai saat ini tahun 2026. UMKM yang bergabung tidak hanya dari Kota Bandung saja, tetapi ada dari Cimahi, Subang, dan Cirebon.

Rumah BUMN Bandung menyediakan berbagai fasilitas seperti ruang pelatihan, galeri produk, dan etalase penjualan baik secara offline maupun online. Rumah BUMN Bandung aktif memberikan pelatihan, pendampingan bisnis, serta akses pembiayaan dan pemasaran kepada para anggotanya. Hingga tahun 2025, lebih dari 12.000 UMKM telah bergabung dan mendapatkan manfaat dari program program yang diselenggarakan, mulai dari pelatihan keterampilan, pengembangan produk, hingga akses pasar lokal, nasional, dan internasional.

4.1.2 Struktur Rumah BUMN Bandung



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Rumah BUMN Bandung (2026)

Sumber: *Company Profile* Rumah BUMN Bandung (2026)

Adapun tugas, tanggung jawab dan wewenang dari masing-masing jabatan diatas adalah sebagai berikut:

1. CEO Rumah BUMN Bandung, memiliki tugas dalam memimpin dan mengarahkan seluruh kegiatan operasional Rumah BUMN dan bertanggung jawab atas seluruh kinerja organisasi.
2. CFO Rumah BUMN Bandung, memiliki tugas dalam menangani finansial atau anggaran dalam penyelenggaraan pelatihan maupun penyediaan fasilitas Rumah BUMN Bandung.
3. Koordinator Rumah BUMN Bandung, memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai koordinator utama dalam pelaksanaan pelatihan, pemetaan UMKM dan pemeliharaan fasilitas.
4. Staff Administrasi Rumah BUMN Bandung, memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pengelolaan data UMKM dan pengelolaan administrasi lainnya.

4.1.3 Visi dan Misi Rumah BUMN Bandung

Visi

Menjadikan Rumah BUMN Bandung sebagai wadah berkumpul terbaik bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mampu mengantarkan dan membuat pertumbuhan setiap usaha.

Misi

1. Menyediakan sarana dan prasana bagi para pelaku UMKM untuk berkumpul, berdiskusi agar terciptanya sinergi dan bermanfaat satu sama lain.
2. Membentuk program pelatihan terpadu bagi para anggota.
3. Membuat galeri produk UMKM sebagai bentuk promosi baik online atau pun offline.
4. Membantu promosi produk UMKM melalui pameran produk baik skala lokal, nasional maupun internasional.

4.1.4 Profil Informan

Berikut adalah profil dari informan penelitian yang penulis kategorikan menjadi 3 jenis informan, yaitu:

Tabel 4. 1 Profil Informan

No	Nama	Posisi	Keterangan
1.	Supriatna	Koordinator Rumah BUMN Bandung	Informan Kunci
2.	Gunawan	Narasumber Pelatihan	Informan Utama
3.	Vini Nuraeni	Peserta Pelatihan	Informan Pendukung
4.	Resha Nur Farizah	Peserta Pelatihan	Informan Pendukung

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Proses Perencanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung

a. Sasaran

Program pelatihan BMS yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN Bandung merupakan salah satu inisiatif dalam membina pelaku UMKM agar dapat meningkatkan kemampuan *branding*, pemasaran, dan penjualan. Para peserta yang mengikuti program pelatihan ini merupakan UMKM yang menjalankan bisnis selama satu sampai dua tahun. Penyelenggara juga melakukan analisis kebutuhan melalui komunikasi informal dengan pelaku UMKM untuk mengetahui pemahaman bisnis UMKM serta urgensi untuk mengadakan program pelatihan. Supriatna, selaku koordinator Rumah BUMN Bandung menyatakan:

“Awalnya itu saya diskusi dengan pelatih, dan kami rasa memang UMKM yang baru berjalan selama satu sampai dua tahun ini belum *aware* terhadap *branding, marketing, selling* apa lagi yang berbasis digital.”

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa proses perencanaan program pelatihan BMS ini melalui diskusi dengan pelatih, kemudian sasaran peserta pelatihan BMS merupakan UMKM yang baru berjalan selama satu sampai dua tahun.

“Berdasarkan pengalaman saya juga, saya sempat bertanya waktu jam istirahat ke beberapa UMKM soal bisnis mereka. Dari yang saya tangkap memang betul belum terlalu paham. Makanya kenapa akhirnya memutuskan untuk membuat program ini.”

Pernyataan ini mendukung bahwa penentuan sasaran pelatihan dan perencanaan program pelatihan BMS melalui proses analisis kebutuhan para pelaku UMKM. Dalam hal ini juga dapat disimpulkan bahwa program BMS ini tepat sasaran karena penyelenggara tidak hanya membuat program tetapi juga dalam perancangannya melalui proses analisis kebutuhan para UMKM.

b. Pelatih

Berdasarkan hasil wawancara dengan koordinator Rumah BUMN Bandung, dalam menentukan pelatihan program penyelenggara menetapkan standar yang sesuai untuk mempermudah UMKM dalam belajar pada saat pelatihan berlangsung. Dalam wawancara, Supriatna menyatakan:

“Awalnya memang kita mencari pelatih yang kuat secara praktisi dan akademisi. Nah, kebetulan di Pak Gunawan itu ada semuanya.”

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa pemilihan Gunawan sebagai pelatih dianggap sudah memenuhi kualifikasi tersebut, karena pelatih memiliki kompetensi akademisi dan juga praktisi sehingga dapat memberikan materi yang menyeluruh dan aplikatif bagi para peserta.

“Beliau juga kan dosen sekaligus pelaku UMKM, jadi pasti tau kondisi UMKM itu seperti apa.”

Supriatna juga menjelaskan bahwa, pemilihan Gunawan sebagai pelatih yang merupakan dosen sekaligus pelaku UMKM juga diharapkan mampu membuat proses penyerapan materi lebih mudah dipahami oleh para peserta pelatihan. Berikut adalah pamflet berisi informasi mengenai program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung:



PELATIHAN UMKM

BMS Concept (Branding, Marketing, Selling)

Selasa Waktu
26 MAR 2024
Pukul: 09.00 s.d 12.00

Tempat
Rumah BUMN Bandung
Jl. Jurang No. 50, Pasteur Kec. Sukajadi,
Kota Bandung



Pendaftaran :
linkumkm
Google Play App Store



CONTACT BRI
14017/
1500017
www.linkumkm.id
@rumahbumn.bandung
@rumahbumnbandung
@rumahbumnbandung



Gambar 4. 3 Informasi Program Pelatihan BMS Rumah BUMN Bandung

Sumber: *Official Instagram* Rumah BUMN Bandung

c. Materi

Materi merupakan hal yang penting selama pelaksanaan pelatihan. Materi juga disesuaikan dengan masa operasional bisnis pada peserta. Berdasarkan hasil wawancara, Gunawan menyatakan:

“Kalau untuk materi BMS ini diberikan kepada UMKM yang menjalankan bisnis sekitar satu atau dua tahun, kalau bagi pemula yang kurang dari setahun agak kurang masuk karena fokus mereka belum ke *branding* yang seperti itu, tapi masih ke produk sama modal. Jadi kurang cocok.”

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penyelenggara membuat materi BMS ini bagi UMKM yang telah mengoperasikan bisnis dalam satu sampai dua tahun, karena UMKM tersebut sudah mulai membutuhkan identitas merek, strategi pemasaran dan penjualan untuk dapat naik kelas. Sedangkan pelaku usaha di bawah satu tahun fokus utamanya masih pada hal-hal dasar seperti mematangkan produk atau mencari modal awal. Oleh karena itu materi BMS dirasa kurang cocok bagi UMKM yang bisnisnya di bawah satu tahun.

“Ini kan awalnya peserta belum tahu apa itu *branding, marketing, selling*. Jadi yang sebelumnya tidak tahu ketika sudah dikasih materi, harapannya jadi lebih tahu dan usahanya jadi semakin berkembang.”

Gunawan menyatakan bahwa materi dibuat untuk mengubah pemahaman peserta supaya lebih paham mengenai konsep bisnis yang sebelumnya tidak diketahui, kemudian supaya ilmu yang disampaikan melalui materi ini dapat dipraktikkan sehingga usaha para peserta dapat berkembang.

Materi ini juga difokuskan untuk membantu peserta menambah cara berjualan yang tidak hanya secara tradisional saja tetapi juga secara digital.

Gunawan menyatakan:

“*Marketing* ada yang *online store* maupun *offline store*, yang tradisional atau *offline* ini belum mampu untuk masuk ke ranah *online* atau digital. Tapi harusnya setelah mengikuti pelatihan ini bisa *online* juga.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa materi pemasaran pada pelatihan BMS dirancang oleh penyelenggara untuk membantu menjawab masalah peserta yaitu keterbatasan dalam menggunakan teknologi dalam pemasaran, sehingga diharapkan setelah mengikuti pelatihan ini para peserta sudah mulai bisa berjualan secara *online*.

d. Metode & Gaya Belajar

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, metode dan gaya belajar pada pelatihan BMS ini juga disesuaikan dengan para UMKM yang memiliki daya serap berbeda beda agar proses transfer ilmu lebih mudah dan berjalan dengan lancar. Gunawan menjelaskan:

“Supaya materinya bisa diterima oleh semua karakter UMKM, maka kita membuat skema pembelajarannya itu dengan prinsip *feel, think, and do*.”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini tidak hanya menggunakan satu metode pembelajaran melainkan menggabungkan tiga aspek utama yaitu, menyentuh emosi peserta atau membangun emosi peserta (*feel*),

memberikan pemahaman mengenai teori yang disampaikan (*think*), dan dapat langsung dipraktikkan (*do*). Cara ini digunakan supaya materi yang cukup banyak tetap dapat dipahami dengan mudah oleh semua peserta UMKM dengan metode penyerapan ilmu yang berbeda-beda.

“Selain itu, dari sisi praktek juga, ada peserta yang suka terjun langsung, ada yang harus pake visual kita juga menyediakan ilustrasi, ada yang hanya mendengarkan saya aja sudah paham.”

Dari pernyataan Gunawan tersebut, dapat dilihat bahwa metode belajar pelatihan ini sengaja dibuat bermacam-macam. Variasi ini dibuat supaya semua UMKM bisa menangkap ilmu dengan nyaman sesuai dengan kebiasaan belajar masing-masing. Hal ini juga diakui langsung oleh Resha yang merupakan salah satu peserta pelatihan. Resha menyampaikan:

“Kalau menurut Resha, Pak Gunawan itu sudah sesuai sekali metode penyampaian materinya. Jadi beliau itu menyesuaikan sekali dengan kebutuhan kita sebagai UMKM.”

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa cara mengajar dari pelatih mendapatkan respon yang positif. Peserta pelatihan merasa terbantu karena materi tidak hanya disampaikan satu arah, tetapi benar-benar disesuaikan dengan kebutuhan UMKM di lapangan. Hal ini memperkuat bahwa pemilihan pelatih dan metodenya sudah tepat sasaran. Dokumentasi proses penyampaian materi oleh pelatih dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. 4 Penyampaian Materi BMS oleh Pelatih

Sumber: Rumah BUMN Bandung (2026)

e. Peserta

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, para peserta pada akhirnya memutuskan untuk mengikuti pelatihan ini karena merasa bahwa cara berjualan selama ini kurang ampuh untuk memikat pelanggan karena masih dengan cara tradisional, serta belum memiliki citra merek yang jelas. Keinginan dan alasan para peserta ini menjadi bentuk dorongan internal yang kuat selain dari kapasitas pelatih dan penyelenggara, keinginan para peserta menjadi modal utama dalam menentukan keberhasilan program pelatihan. Salah satu peserta pelatihan, Resha, mengatakan kendala yang dihadapinya sebelum mengikuti program pelatihan ini:

“Resha waktu itu belum mempunyai *branding* yang jelas, terkadang susah juga kalau promosi hanya lewat toko. Kebetulan RB mengadakan pelatihan BMS ini, jadi Resha coba untuk ikut.”

Dari pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa peserta ini belum memiliki kemampuan untuk membangun branding yang jelas, serta merasa bahwa pemasaran hanya melalui toko saja tanpa pemasaran secara digital itu sudah

kurang efektif, hal ini membuat peserta tertarik untuk mengikuti program pelatihan BMS sebagai jawaban untuk mengembangkan bisnis.

Hal serupa juga disampaikan oleh peserta lain yang memiliki alasan dan kendala yang sama sebelum mengikuti pelatihan. Vini mengungkapkan:

“Saya ikut pelatihan ini awalnya mau menambah ilmu dan wawasan seputar *marketing* produk, supaya saya bisa *upgrade* cara pemasaran serta penjualan produk yang efektif dan tepat sasaran.”

Pernyataan tersebut memperkuat bahwa peserta memiliki keinginan yang sama dalam mengikuti pelatihan ini, yaitu untuk belajar seputar *branding*, *marketing*, dan *selling* sehingga pelatihan ini menjadi jawaban yang tepat untuk para peserta. Selain dorongan internal dari para peserta, penentu keberhasilan pelatihan ini juga dipengaruhi oleh kapasitas pelatih. Resha menyatakan:

“Apa lagi begitu Resha tau pelatihnya Pak Gunawan, Resha langsung semangat untuk ikut karena dari cara beliau mengajar memang menyesuaikan sama kita.”

Dari pernyataan Resha tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilihan pelatih sudah tepat karena bagi Resha, selaku peserta ia langsung merasa semangat untuk ikut pelatihan karena mengetahui bahwa cara mengajar dari pelatih sangat menyesuaikan dengan kebutuhan peserta.



Gambar 4. 5 Keterlibatan Peserta dalam Sesi Pelatihan BMS

Sumber: Rumah BUMN Bandung (2026)

4.2.2 Proses Pelaksanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung

a. Persiapan Pelatihan

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, persiapan pelatihan menjadi salah satu aspek penting demi mendukung kelancaran pelatihan. Supriatna menjelaskan:

“Kalau soal persiapan dari Rumah BUMN aman ya, hanya memang tidak ada gladi bersih sebelumnya jadi agak sedikit canggung ketika MC membawakan acara. Tapi kalau proyektor, modul pelatih dan lain-lain sudah disiapkan.”

Dari pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa persiapan logistik seperti proyektor, dan modul pelatih sudah dipersiapkan dengan cukup baik. Namun, terdapat sedikit kendala pada *master ceremony* (MC) karena tidak ada gladi bersih sebelum acara berlangsung jadi ketika berlangsungnya pelatihan, MC terlihat sedikit canggung. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan dari Resha, yang menyatakan:

“Sebetulnya dari yang Resha perhatikan persiapan dari RB sudah bagus, tapi kalau Resha tidak salah ingat *mic* nya kadang mati ditengah tengah pelatihan jadi suara MC dan pelatihnya tidak terdengar.”

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peserta merasa persiapan dari penyelenggara pelatihan sudah cukup baik, namun terdapat kendala teknis yaitu mikrofon yang terkadang mati pada saat pelatihan berlangsung.

b. Metode Pembelajaran yang Beragam

Pihak penyelenggara menyadari bahwa UMKM yang menjadi peserta di pelatihan ini memiliki metode belajar yang berbeda beda sehingga dalam penyampaian materinya, pelatih menggunakan metode pembelajaran yang beragam. Supriatna menyampaikan:

“Pak Gunawan ini bisa menyesuaikan sama para peserta. Kalau soal metode pembelajaran beliau memang sudah biasa jadi ketika pelaksanaan juga menjelaskan dengan bermacam-macam metode.”

Pernyataan dari Supriatna tersebut menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang beragam ini didukung penuh oleh pengalaman Gunawan selaku pelatih karena sudah terbiasa mengajar sehingga beliau bisa dengan mudah menyesuaikan gaya mengajar supaya sesuai dengan masing-masing peserta. Hal serupa juga disampaikan oleh Vini:

“Sudah sesuai cara mengajarnya, saya jadi lebih paham dengan materi yang dijelaskan. Apa lagi saya harus sambil melihat contohnya.”

Pernyataan tersebut, menjelaskan bahwa Vini merasa metode mengajar dari pelatih mudah dipahami dan menyesuaikan dengan kebiasaan belajar peserta sehingga proses transfer ilmu lebih lancar.

Meskipun metode mengajar dari pelatih sudah dinilai efektif dan mudah untuk dipahami, beberapa informan merasa waktu pelaksanaan pelatihan ini dirasa masih terbatas karena hanya dilaksanakan selama dua hari. Supriatna menyatakan:

“Sebetulnya waktu pelatihan BMS ini cukup singkat, karena hanya berlangsung selama dua hari. Tapi dalam waktu dua hari itu isi dari pelatihan dapat dikatakan sudah cukup lengkap. Karena dari pelatih juga betul-betul diajarkan dari awal mengenai BMS. Contoh studi kasus dari BMS nya itu sendiri, sampai nanti akan diimplementasikan oleh masing-masing UMKM di akhir pertemuan dalam pembuatan proposal bisnis.”

Durasi pelatihan ini cukup singkat yaitu hanya dilaksanakan selama dua hari walaupun begitu, para peserta dapat dipastikan tetap mendapat pengetahuan dan kemampuan baru setelah mengikuti program pelatihan ini. Hal ini didukung oleh pernyataan dari Resha, yaitu:

“Kalau menurut Resha, beliau itu ketika menjelaskan menyesuaikan dengan kebutuhan belajar kita. Walaupun singkat sekali hanya dua hari tapi Resha *insyaallah* mendapatkan ilmunya.”

Dari pernyataan Resha tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun durasi pelatihan ini menurut peserta cukup singkat tetapi karena metode mengajar yang tepat dari pelatih, materi tetap bisa tersampaikan dengan baik dan berhasil diserap juga oleh peserta. Di sisi lain, Vini menyampaikan:

“Sebetulnya saya merasa sedikit kurang puas karena pelatihan ini hanya berlangsung selama dua hari.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa waktu pelatihan yang berlangsung selama dua hari dinilai masih singkat oleh peserta. Hal ini bukan disebabkan oleh kualitas materi, melainkan tingginya antusiasme peserta yang mengharapkan durasi pelatihan atau yang lebih panjang. Berikut adalah rangkaian kegiatan pelatihan BMS selama dua hari:

Tabel 4. 2 Rangkaian Kegiatan Pelatihan BMS

No.	Hari / Tanggal	Waktu	Durasi	Agenda Kegiatan	Penanggung Jawab
1	HARI KE-1 26 MARET 2024	08.30 – 09.00	30 menit	Registrasi Peserta	Panitia Rumah BUMN Bandung
2		09.00 – 09.15	15 menit	Pembukaan Acara & Sambutan Koordinator Rumah BUMN Bandung	MC & Koordinator Rumah BUMN
3		09.15 – 10.30	75 menit	Sesi Materi 1: Konsep Branding & Marketing UMKM	Pelatih
4		10.30 – 11.30	60 menit	Sesi Materi 2: Strategi Selling & Pasar Digital	Pelatih
5		11.30 – 12.15	45 menit	Sesi Tanya Jawab & Contoh Studi Kasus Kendala UMKM	Pelatih & Seluruh Peserta
6		12.15 – 12.45	30 menit	Pengarahan & Tugas Mandiri: Penyiapan Proposal Bisnis	MC & Pelatih
7		12.45 – 13.00	15 menit	Penutupan Sesi 1 & Foto Bersama	MC & Panitia Rumah BUMN Bandung
8	HARI KE-2 28 MARET 2024	08.30 – 09.00	30 menit	Registrasi Ulang Peserta & Persiapan Media Presentasi	Panitia Rumah BUMN Bandung
9		09.00 – 09.10	10 menit	Pembukaan Sesi Hari Ke-2 & Pengarahan Teknis Presentasi	MC
10		09.10 – 11.40	150 menit	Sesi Presentasi Perancangan Proposal Bisnis UMKM	MC, Peserta UMKM, dan Pelatih
11		11.40 – 13.00	80 menit	Istirahat, Sholat, Makan Siang (ISHOMA)	Seluruh Panitia & Peserta
12		13.00 – 13.50	50 menit	Lanjutan Sesi Presentasi Proposal Bisnis UMKM	MC, Peserta UMKM, dan Pelatih
13		13.50 – 14.15	25 menit	Pengumuman Pemenang Proposal Bisnis dan Pemberian <i>Reward</i> .	MC & Pelatih
14		14.15 – 14.30	15 menit	Penutupan Acara & Foto Bersama	MC & Panitia

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)

4.2.3 Hambatan yang Dihadapi oleh Penyelenggara dan Peserta Selama Program

Pelatihan BMS serta Solusinya.

a. Hambatan Teknis dan Keterbatasan Waktu

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan terdapat beberapa hambatan yang dirasakan oleh penyelenggara maupun peserta selama pelatihan BMS. Ada pun hambatan nya yaitu, masalah teknis seperti mikrofon dan pengeras suara yang mati, Supriatna menyampaikan:

“Kalau dari Rumah BUMN, kita memfasilitasi dari awal sampai akhir pelatihan, mulai dari *speaker* supaya suara pemateri terdengar jelas oleh seluruh peserta, hanya saja ketika pelaksanaan kendala teknis seperti *mic* mati, *speaker* tidak menyala gitu pasti ada saja.”

Dari pernyataan tersebut supriatna menjelaskan bahwa penyelenggara merasa sudah mempersiapkan fasilitas dengan cukup baik, namun kendala teknis pada saat pelatihan berlangsung tetap tidak bisa dihindarkan. Supriatna juga menambahkan:

“Saya harusnya ngasih tau anak-anak untuk cek peralatan dulu sebelum pelatihan. Harusnya sehari sebelum atau minimal paginya sebelum mulai pelatihan.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dilihat adanya hambatan dalam proses persiapan teknis karena tidak ada koordinasi untuk pengecekan kembali fasilitas penunjang sebelum pelatihan benar-benar dilaksanakan, hal ini menyebabkan pelatihan jadi kurang optimal, dimana seharusnya hambatan ini bisa diantisipasi lebih awal. Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Vini, Vini menyatakan:

“Kalau tidak salah waktu hari pertama *speaker* sempat mati jadi lumayan membuang waktu pelatihan, karena dari RB jadi harus mengecek kembali *speaker* nya kenapa.”

Pernyataan dari Vini tersebut, menjelaskan bahwa hambatan teknis berupa *speaker* yang mati pada saat pelatihan menyebabkan waktu pelatihan semakin

sedikit. Waktu yang seharusnya digunakan untuk pemaparan materi justru malah terbang untuk mengecek fasilitas ditengah pelatihan yang sedang berlangsung.

Keterbatasan waktu ini juga tidak hanya dikeluhkan oleh peserta pelatihan, tapi juga oleh pelatih dalam menyampaikan materi. Hal tersebut disampaikan Gunawan:

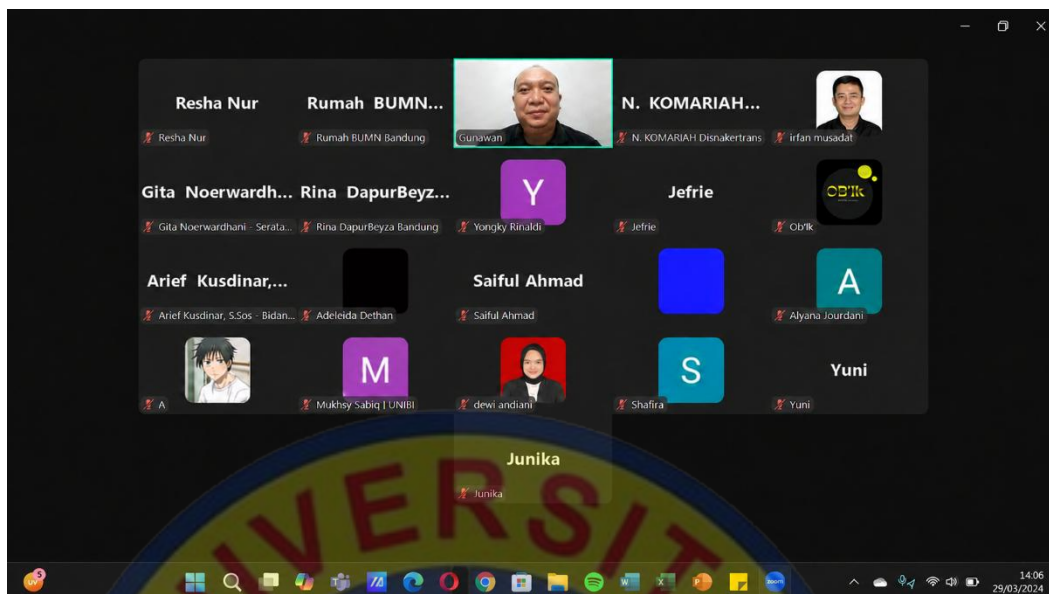
“Kalau dari teknisnya, saya harus berulang-ulang menyampaikan materi ke UMKM, karena para peserta itu daya tangkapnya kan berbeda-beda, jadi perlu waktu dan harus pakai analogi. Jadi saya harus betul-betul mengatur dengan durasi pelatihan yang sebentar itu.”

Berdasarkan penjelasan tersebut, waktu pelatihan yang singkat ini memaksa Gunawan untuk lebih ketat dalam mengatur durasi selama pelatihan. Ditambah lagi, daya tangkap setiap peserta yang berbeda membuatnya harus berulang kali memberikan penjelasan.

Menyadari keluhan mengenai keterbatasan waktu pelatihan dari peserta dan pelatih, pihak penyelenggara akhirnya memutuskan untuk mengatasi masalah ini dengan memberikan fleksibilitas jadwal diluar pelatihan. Hal ini diungkapkan oleh pihak penyelenggara, Supriatna menyatakan:

“Karena BMS ini cukup singkat ya, jadi biasanya kita membuat kesepakatan dengan pelatih, untuk bisa konsultasi setelah pelatihan dengan waktu yang disepakati antara pelatih dan peserta.”

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan waktu ini pada akhirnya diatasi melalui kesepakatan antara peserta dan pelatih di luar jam pelatihan supaya peserta tetap bisa berkonsultasi seputar materi, karena waktu pelatihan selama dua hari dirasa masih kurang. Hal ini diperkuat dengan dokumentasi peserta dengan pelatih program pelatihan BMS diluar jam pelatihan pada gambar berikut:



Gambar 4. 6 Konsultasi Peserta Pelatihan BMS

Sumber: Rumah BUMN Bandung (2026)

b. Hambatan Peserta yang Fluktuatif

Hambatan lain yang cukup berpengaruh selama pelatihan BMS adalah ketidakkonsistenan kehadiran dari para peserta. Banyaknya peserta yang absen di tengah sesi ini disebabkan oleh jadwal yang bentrok dengan jam operasional usaha milik para peserta. Hal ini disampaikan oleh Resha:

“Kalau Resha waktu itu masih bisa menyempatkan. Tapi teman-teman yang kehadirannya bolong-bolong itu karena usahanya tidak bisa ditinggal begitu saja dan harus *stand by*. Apa lagi selama dua hari itu pelatihan dari pagi sampai menjelang sore. Sehingga tidak mungkin mereka mengesampingkan usaha mereka.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa durasi pelatihan yang memakan waktu dari pagi hingga menjelang sore menjadi pilihan yang sulit bagi pelaku UMKM, karena harus tetap mengutamakan usahanya, beberapa peserta terpaksa melewatkan sesi pelatihan. Kondisi serupa juga dialami oleh Vini, Vini menyampaikan:

“Kalau saya, apa lagi di hari kedua tidak bisa ikut pelatihan sampai selesai. Karena saya harus kirim barang, harus ke toko juga, dan ada beberapa urusan dadakan yang tidak bisa ditunda.”

Dari pernyataan Vini tersebut, terlihat jelas bahwa kesibukan yang mendadak di toko atau urusan pengiriman barang membuat Vini sulit mempertahankan komitmennya untuk hadir penuh. Kondisi kehadiran yang fluktuatif ini disadari betul oleh pihak penyelenggara sebagai tantangan dalam mengelola komitmen para peserta selama pelatihan. Supriatna menyatakan:

“Karena memang pelatihan ini gratis ya, jadi beberapa peserta memang komitmen nya agak kurang.”

Supriatna berpendapat bahwa karena pelatihan ini sifatnya tidak dipungut biaya, sehingga menyebabkan peserta merasa tidak memiliki tanggung jawab untuk selalu hadir di setiap sesi pelatihan. Penurunan kehadiran peserta ini juga diperkuat oleh presensi peserta pelatihan BMS yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Presensi Peserta Pelatihan BMS

No.	Usaha/Brand	Kehadiran Peserta		Bobot Kehadiran
		26 Maret 2024	28 Maret 2024	
1.	HeczaTharwa	50	50	100
2.	Sabunity	50	50	100
3.	Raissa Bakery	50	50	100
4.	Durian by Deist	50	50	100
5.	eNsstie	25	0	25
6.	Ryani	50	50	50
7.	Nawasena Booster	50	50	100
8.	Diazberkahjaya	0	0	0
9.	Dblast Indonesia	0	0	0
10.	Imah Mami Love	50	0	50
11.	Batik GHd	50	25	75
12.	Rasheeda's Food	0	0	0
13.	KAIDA	50	50	100

14.	Haltejus <i>Coldpress Juice</i>	50	50	100
15.	Renura Kids	50	50	100
16.	Bumbu Rendos	50	0	50
17.	Roemah Kreasi Arlia	50	0	50
18.	Calyxxkids	25	50	75
19.	Ambu'wie <i>Bakery</i>	50	25	75
20.	DIEF Batik	50	50	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dalam dua kali pelatihan, presensi peserta semakin menurun. Penurunan jumlah partisipan ini cukup signifikan, pada hari pertama terdapat 20 peserta kemudian pada hari kedua hanya terdapat 13 peserta yang hadir secara penuh.

Sebagai bentuk antisipasi penurunan komitmen tersebut, pihak Rumah BUMN Bandung memilih untuk memberikan apresiasi di akhir program pelatihan, Supriatna juga menyatakan:

“Cara kita mengatasi kehadiran peserta yang fluktuatif ini salah satunya dengan kita berikan *reward* di akhir pelatihan. Peserta yang selalu hadir akan menjadi penilaian untuk berpeluang mendapatkan *reward*. Karena kehadiran juga menjadi salah satu penilaian.”

Langkah pemberian apresiasi ini sengaja diambil untuk membangun kembali motivasi dan kedisiplinan para peserta. Lewat pemberian apresiasi bagi peserta yang konsisten hadir, pihak penyelenggara mencoba memberikan nilai tambah yang sepadan agar para peserta rela meluangkan waktu di tengah kesibukan usahanya.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini telah menyajikan data yang komprehensif mengenai program pelatihan BMS untuk UMKM di Rumah BUMN Bandung. Dalam penelitian ini, penulis sudah menguraikan secara rinci analisis pada program pelatihan BMS serta berbagai hambatan pelatihan yang muncul. Penulis juga membahas solusi-solusi yang diimplementasikan di lapangan untuk mengatasi berbagai hambatan yang ditemui selama program pelatihan berlangsung.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa temuan signifikan terkait pelaksanaan pelatihan. Keterbatasan durasi yang cukup singkat serta kendala teknis fasilitas menjadi tantangan utama yang sempat menghambat penyampaian materi oleh pelatih. Selain itu, kesibukan operasional usaha para peserta juga mengakibatkan fluktuasi kehadiran yang tidak stabil selama program pelatihan berlangsung. Berbagai kendala ini akhirnya diatasi dengan solusi seperti, penyediaan konsultasi diluar waktu pelatihan dan penerapan sistem pemberian apresiasi demi menjaga komitmen peserta.

4.3.1 Proses Perencanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung

a. Sasaran

Penentuan sasaran peserta untuk pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung diperuntukan kepada para pelaku UMKM yang sedang di tahap berkembang. Sasaran utama dari program pelatihan ini adalah para pemilik usaha yang sebenarnya sudah memiliki produk mandiri, namun masih terkendala untuk memperluas pasar serta membangun citra merek secara digital. Hal ini sejalan dengan teori komponen pelatihan pada poin sasaran yang diuraikan oleh Farida dkk. (2024:32-34) bahwa penentuan sasaran pelatihan harus didasarkan

pada identifikasi kebutuhan melalui analisis yang cermat supaya program pelatihan yang diberikan sesuai dengan masalah yang dihadapi peserta.

Hasil wawancara yang telah dilakukan juga menunjukkan bahwa penetapan sasaran ini cukup tepat karena pihak penyelenggara melakukan analisis kebutuhan terlebih dahulu. Hal ini sejalan dengan teori dari Widodo (2021:13) yang menjelaskan analisis kebutuhan dilakukan untuk menciptakan gambaran jelas tentang perlunya program pelatihan. Melalui analisis kebutuhan ini, penyelenggara berhasil merangkul para pelaku UMKM yang memang membutuhkan pemahaman mengenai pemasaran dan membangun citra merek khususnya secara digital.

b. Pelatih

Setelah melakukan wawancara dengan pihak Rumah BUMN Bandung yaitu, Supriatna selaku koordinator Rumah BUMN Bandung. Penulis menyimpulkan bahwa pemilihan pelatih dalam program pelatihan BMS sudah sangat tepat karena pelatih memiliki latar belakang yang mumpuni, karena pelatih merupakan seorang dosen sekaligus pelaku UMKM. Sedari awal, pihak penyelenggara memang mencari sosok pelatih dengan kriteria yang sesuai untuk kebutuhan UMKM baik dari segi penyampaian dan penguasaan materi, maupun cara mencontohkan bagian praktiknya secara langsung.

Latar belakang pelatih yang merupakan pelaku usaha ini membuat pelatih paham betul dengan kondisi, kendala, serta kebutuhan nyata apa saja yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Karakteristik pelatih yang sesuai dengan kebutuhan para peserta ini sejalan dengan teori komponen pelatihan pada poin pelatih yang diuraikan oleh Farida dkk. (2024:32-34) yang menjelaskan bahwa keberhasilan pelatihan tidak lepas dari pelatih yang memiliki kualifikasi

yang memadai serta keahlian yang profesional. Melalui pemilihan pelatih yang tepat ini menjadi salah satu faktor yang membuat para peserta dapat menyerap ilmu baru dengan optimal untuk kemajuan usaha yang dimiliki para peserta,

c. Materi

Materi pelatihan BMS yang disusun oleh rumah BUMN Bandung disesuaikan dengan para peserta yang sudah memiliki usaha sekitar satu sampai dua tahun. Hal ini karena bagi pelaku usaha dibawah satu tahun, materi ini dirasa kurang cocok sebab fokus utama para pelaku usaha pemula adalah pada hal-hal dasar seperti pengembangan produk dan permodalan, belum pada citra merek atau perluasan pasar. Tujuan dari pemberian materi ini adalah untuk memberikan pemahaman para peserta yang pada awalnya belum mengetahui seputar citra merek, pemasaran, dan penjualan. Melalui penyampaian materi ini, pihak penyelenggara dan pelatih berharap hasilnya adalah para peserta yang sebelumnya tidak paham jadi dapat memahami citra merek, pemasaran, dan penjualan tersebut dengan baik, sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang.

Menurut Eviyanti dkk. (2023:1-3) pemasaran merupakan proses memahami dan mengkomunikasikan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Materi pemasaran yang diberikan melalui pelatihan ini mencakup pemasaran dengan pengelolaan di toko *offline* maupun toko *online*. Hal ini karena berdasarkan hasil wawancara dengan informan, terdapat pelaku usaha tradisional yang belum mampu mengoperasikan pemasaran secara digital. Melalui pelatihan ini, materi diajarkan agar para peserta yang awalnya hanya mengandalkan pemasaran secara tatap muka, memiliki kemampuan untuk mulai beralih ke ranah pemasaran digital setelah pelatihan selesai.

Keterkaitan antara tujuan program pelatihan dengan isi materi ini sejalan dengan teori komponen pelatihan pada poin materi yang diuraikan oleh Farida dkk. (2024: 32-34) yang menyatakan bahwa materi pelatihan dan pengembangan perlu disesuaikan berdasarkan hasil yang diinginkan. Dalam pelatihan ini, materi disusun sedemikian rupa karena hasil utama yang ingin dicapai oleh Rumah BUMN Bandung adalah para peserta memiliki pemahaman baru mengenai BMS khususnya mengenai pemasaran dan penjualan secara digital yang dapat diimplementasikan pada usaha masing-masing peserta.

d. Metode dan Gaya Belajar

Penyampaian materi dalam pelatihan BMS ini tidak lepas dari ketepatan metode dan gaya belajar yang diterapkan oleh pelatih. Demi memastikan bahwa materi dapat diserap dengan baik oleh para peserta dengan karakter yang beragam, pelatih menerapkan cara belajar pada prinsip *feel, think, and do*. Hal ini sengaja disusun supaya proses belajar dapat menyentuh aspek emosional, pemahaman mengenai teori yang disampaikan, serta praktik nyata dari para peserta. Selama pelatihan, pelatih sangat memperhatikan cara belajar dan cara penyerapan ilmu dari para peserta yang berbeda beda. Untuk peserta yang suka belajar dengan visual, pelatih menyiapkan gambar dan ilustrasi. Bagi peserta dengan tipe belajar melalui suara, mendengarkan penjelasan dari pelatih saja sudah cukup. Kemudian untuk peserta yang lebih suka mencoba langsung, pelatih juga memfasilitasinya melalui sesi praktik. Metode dan gaya belajar yang beragam ini dirasakan langsung oleh salah satu peserta pelatihan yang menganggap metode belajar dari pelatih sangat fleksibel dan menyesuaikan kebutuhan dari para peserta.

Kesesuaian antara metode dan gaya belajar dengan karakteristik peserta ini sejalan dengan teori dari Irawan (2024:133-135) yang menjelaskan bahwa metode pembelajaran dapat bervariasi tergantung dengan kebutuhan para peserta. Keselarasan antara cara pelatih yang menyesuaikan gaya belajar para peserta dengan peserta yang merasa terbantu ini menunjukkan bahwa suasana belajar saat pelatihan berjalan secara interaktif. Cara mengajar yang fleksibel seperti ini lah yang membuat materi sulit terasa lebih mudah dipahami dan dapat langsung dipraktikkan oleh para peserta.

e. Peserta

Faktor utama yang menjadi penentu keberhasilan pelatihan berasal dari dorongan internal dan keinginan yang kuat dari dalam diri peserta. Dorongan ini muncul karena kesadaran para pelaku usaha atas keterbatasan dalam aspek BMS. Hal tersebut dirasakan oleh peserta, yang awalnya merasa belum memiliki citra merek yang jelas dan sulit jika hanya mengandalkan pemasaran melalui toko *offline*. Menurut Suyahman (2024:6-8) *branding* adalah citra dan identitas bisnis untuk membangun nilai, perasaan, dan kesan yang diinginkan di benak pelanggan. Kesadaran akan citra merek yang belum jelas dan sulitnya pemasaran melalui toko ini lah yang menimbulkan keinginan dari dalam diri peserta untuk menambah wawasan supaya dapat memiliki citra merek yang jelas serta dapat meningkatkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Dorongan internal ini pun semakin kuat dengan hadirnya pelatih dengan kapasitas yang sesuai kebutuhan para peserta. Perpaduan antara dorongan internal dari para peserta dan kapasitas pelatih yang sesuai dengan kebutuhan ini selaras dengan teori komponen pelatihan pada poin peserta dari Farida dkk. (2024:34) yang menyatakan keberhasilan pelatihan banyak

ditentukan oleh dorongan internal peserta, dimana faktor ini didorong oleh kapasitas pelatih. Keinginan untuk membuat usaha semakin berkembang melalui pelatihan ini membuktikan bahwa para peserta siap untuk menyerap ilmu baru demi memajukan usaha masing-masing.

4.3.2 Proses Pelaksanaan Pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung

a. Persiapan Pelatihan

Tahap persiapan awal pelatihan BMS ini sebenarnya sudah berjalan baik. Berdasarkan hasil wawancara, pihak penyelenggara telah menyiapkan fasilitas seperti proyektor dan modul materi. Namun, kendala teknis yang terjadi di lapangan tidak dapat dihindarkan. Pembawaan MC pada saat pelatihan berlangsung terlihat sedikit canggung karena pihak penyelenggara tidak melakukan gladi bersih sebelumnya. Kemudian kendala teknis lain yang dialami oleh peserta adalah mikrofon yang mati ketika pelatihan sedang berlangsung, hal tersebut sempat mengganggu penyampaian materi dari MC dan juga pelatih.

Kendala teknis ini berkaitan dengan teori Irawan (2024:133-135) yang menyatakan bahwa seluruh peralatan pendukung pelatihan dipastikan siap untuk digunakan dan melalui tes terlebih dahulu sebelum peserta hadir. Hal ini penting dilakukan demi menghindari gangguan selama pelatihan berlangsung. Dengan adanya kendala mengenai mikrofon mati dan tidak adanya gladi bersih sebelum pelatihan menunjukkan bahwa proses pengujian fasilitas sebelum pelatihan dimulai perlu lebih diperhatikan. Walau demikian, persiapan dasar dari penyelenggara dalam menyediakan modul dan proyektor sudah cukup mendukung kelancaran pelatihan.

b. Metode Pembelajaran yang Beragam

Pada pelatihan BMS ini, pelatih menggunakan metode belajar yang fleksibel sehingga proses belajar pun berjalan cukup optimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penyelenggara, pelatih mampu menyesuaikan cara mengajar dengan setiap karakter peserta melalui berbagai macam metode. Para peserta juga merasa lebih mudah paham karena penjelasan mengenai materi juga disertai dengan ilustrasi, atau studi kasus. Walaupun waktu pelatihan cukup singkat yaitu hanya berlangsung selama dua hari, materi yang disampaikan tetap lengkap. Penyelenggara menjelaskan bahwa materi mencakup materi dasar BMS, studi kasus, serta praktik langsung pembuatan proposal bisnis.

Peserta juga merasakan meskipun dengan waktu pelatihan yang sebentar, metode serta gaya belajar dari pelatih yang menyesuaikan dengan kebutuhan belajar peserta membuat materi yang disampaikan terserap dengan baik dan mendapatkan ilmu baru seputar BMS. Cara pelatih ini sesuai dengan teori dari Farida dkk. (2024:32-34) yang menjelaskan bahwa pelatih harus memperhatikan cara masing-masing peserta dalam menyerap informasi. Melalui metode yang beragam ini, waktu pelatihan yang singkat tetap dapat memberikan pemahaman yang jelas bagi peserta.

4.3.3 Hambatan yang Dihadapi oleh Penyelenggara dan Peserta Selama Program Pelatihan BMS serta Solusinya.

a. Hambatan Teknis dan Keterbatasan Waktu

Proses pelatihan BMS ini tidak lepas dari berbagai hambatan, baik dari segi teknis maupun keterbatasan waktu. Hambatan teknis yang dirasakan oleh peserta dan penyelenggara adalah adanya gangguan pada fasilitas pelatihan yaitu mikrofon dan pengeras suara yang sempat mati pada hari pertama pelatihan. Hal ini cukup memakan waktu karena pihak penyelenggara harus melakukan

pengecekan terhadap fasilitas yang bermasalah. Pihak penyelenggara juga menyadari bahwa proses pengecekan fasilitas masih kurang maksimal, karena pengecekan seharusnya dilakukan sebelum pelatihan dimulai. Apabila dikaitkan kembali dengan teori Irawan (2024:133-135) yang menekankan pada pentingnya pengujian fasilitas sebelum pelatihan supaya menghindari gangguan, maka hambatan teknis yang terjadi ini menunjukkan belum maksimalnya persiapan pelatihan berakibat pada durasi pelatihan yang menjadi kurang optimal.

Hambatan lain yang juga muncul adalah keterbatasan waktu pelatihan yang hanya berlangsung selama dua hari. Pelatih mengungkapkan bahwa tantangan yang dihadapi adalah menyampaikan materi secara berulang dan harus menggunakan analogi supaya dapat mengimbangi daya tangka peserta yang beragam. Pihak penyelenggara menciptakan solusi dengan membuat kesepakatan bersama pelatih agar peserta tetap dapat berkonsultasi diluar jam pelatihan dengan waktu yang telah disepakati. Langkah antisipasi ini sesuai dengan teori Noe dalam Sulistriarini (2025:15) yang menjelaskan, organisasi tanggap dalam menyusun strategi adaptif supaya pembelajaran tetap berjalan optimal. Melalui solusi tersebut, keterbatasan durasi pelatihan ditutupi dengan baik sehingga para peserta tetap mendapatkan bimbingan dalam menerapkan BMS pada usaha masing-masing.

b. Kehadiran Peserta yang Fluktuatif

Hambatan yang terakhir adalah kehadiran peserta yang fluktuatif, Berdasarkan hasil wawancara dengan peserta, kendala utama para peserta adalah sulit untuk membagi waktu karena tidak bisa meninggalkan usaha yang beroperasi setiap hari. Salah satu peserta juga menuturkan, tidak bisa mengikuti pelatihan sampai selesai karena harus mengurus pengiriman barang, menjaga

toko, dan urusan mendesak lainnya. Hambatan ini pada dasarnya berkaitan dengan kepentingan utama para peserta, yaitu penjualan harian pelaku UMKM. Seperti teori yang dijelaskan oleh Adoe dkk. (2024:3) penjualan bertujuan untuk memperoleh laba serta menunjang pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, para peserta yang termasuk pelaku usaha ini lebih mengutamakan operasional toko demi menjaga penjualan harian pada usaha masing-masing sehingga tidak dapat mengikuti pelatihan.

Pihak penyelenggara juga menyadari bahwa sifat pelatihan yang tidak dipungut biaya ini menjadi salah satu faktor kendala pada komitmen peserta untuk hadir secara penuh. Pihak penyelenggara mengatasi kendala ini dengan menerapkan pemberian apresiasi di akhir pelatihan. Peserta dengan kehadiran penuh akan dijadikan salah satu indikator penilaian dan berpeluang mendapatkan apresiasi tersebut. Solusi yang diberikan oleh Rumah BUMN selaku penyelenggara ini berkaitan dengan teori Noe dalam Sulistriarini (2025:15) yang menjelaskan, organisasi tanggap dalam menyusun strategi adaptif supaya pembelajaran tetap berjalan optimal. Melalui solusi ini hambatan kehadiran dapat diatasi sehingga pelatihan dapat berjalan optimal.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai “Analisis Program Pelatihan Branding, Marketing, Selling (BMS) bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Rumah BUMN Bandung”, dapat disimpulkan bahwa

- a. Perencanaan program pelatihan BMS telah berjalan tepat sasaran melalui analisis kebutuhan kemudian pemilihan materi dan pelatih sudah sesuai dengan kebutuhan serta gaya belajar peserta. Keberhasilan ini juga didukung oleh dorongan internal dari dalam diri pelaku UMKM yang memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya masing-masing, serta didukung juga oleh kapasitas pelatih yang mumpuni dalam menyampaikan materi dan mampu menyesuaikan dengan kebutuhan peserta.
- b. Pelaksanaan pelatihan BMS secara umum berjalan dinamis dengan penerapan berbagai metode pembelajaran yang beragam oleh pelatih. Meskipun demikian, proses penyampaian materi sempat berjalan kurang lancar karena adanya kendala teknis berupa mikrofon yang tiba-tiba mati di tengah sesi pelatihan, sehingga aspek kesiapan fasilitas teknis masih perlu dioptimalkan kembali.
- c. Hambatan yang dihadapi selama program ada pada keterbatasan durasi pelatihan yang berjalan singkat serta tingkat kehadiran peserta yang fluktuatif karena harus membagi fokus dengan operasional harian usaha masing-masing. Namun, pihak penyelenggara berhasil memberikan solusi yang aplikatif melalui penyediaan ruang konsultasi pasca pelatihan serta pemberian apresiasi kepada peserta dengan kehadiran penuh guna menjaga komitmen belajar peserta.

Secara umum, pelaksanaan pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung telah mampu memfasilitasi kebutuhan para pelaku UMKM untuk memahami fondasi bisnis secara menyeluruh dan terstruktur, sehingga para peserta memiliki kesiapan yang matang untuk mengimplementasikan ilmu tersebut demi membawa usaha masing-masing naik kelas.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi penelitian ini adalah:

a. Bagi Rumah BUMN Bandung

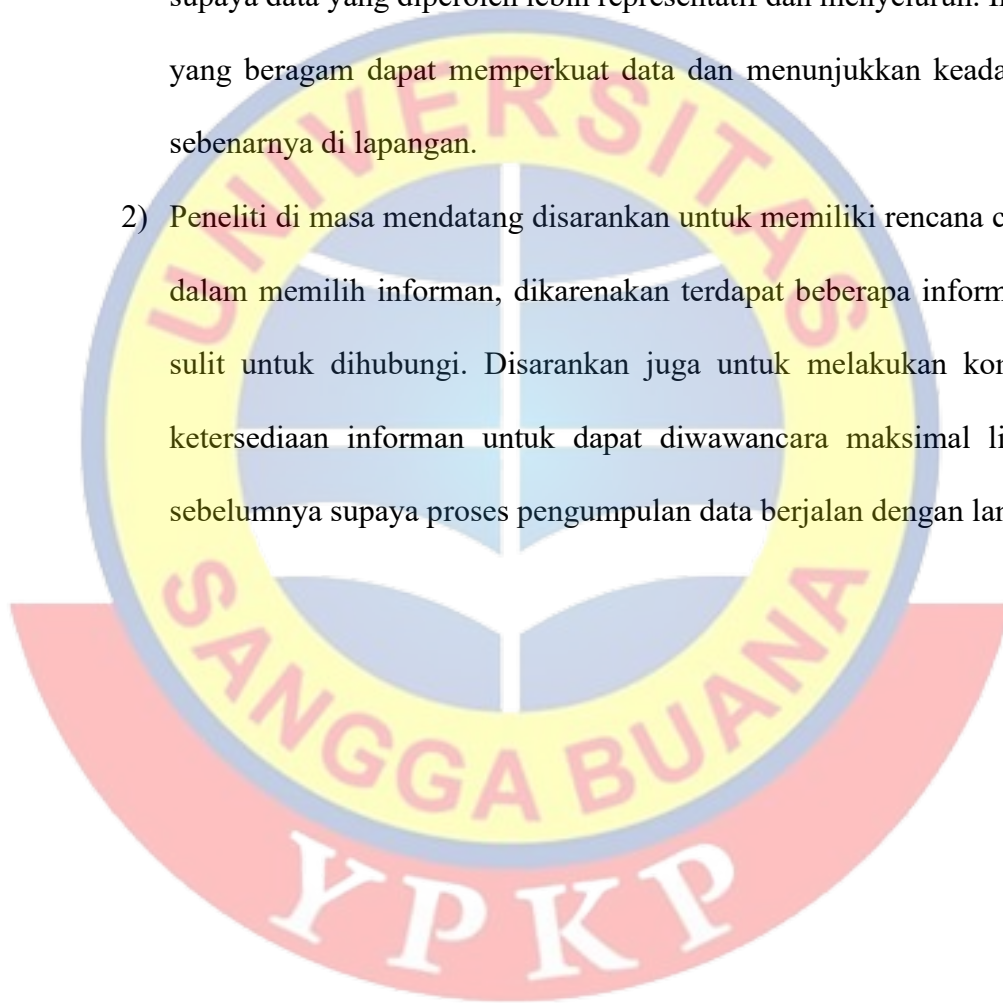
Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada program pelatihan BMS di Rumah BUMN Bandung, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat membantu pengembangan Rumah BUMN Bandung dalam membuat program pelatihan kedepannya:

- 1) Penulis menyarankan untuk melakukan gladi bersih satu hari sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai supaya pembawaan MC pada saat pelatihan dapat terlihat lebih siap dan lugas.
- 2) Penulis menyarankan untuk melakukan pengecekan atau tes terhadap segala fasilitas penunjang pelatihan minimal satu hari sebelum atau maksimal beberapa jam sebelum pelatihan dimulai demi menghindari kendala teknis pada saat pelatihan berlangsung.
- 3) Penulis juga menyarankan untuk membuka akses pelatihan secara daring, sehingga peserta yang terkendala untuk hadir secara langsung tetap dapat mengikuti pelatihan secara daring.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan penelitian ini, beberapa saran ditujukan untuk penelitian dan peneliti di masa mendatang supaya bisa mengatasi kekurangan yang ada dan memperkuat temuan penelitian.

- 1) Peneliti di masa mendatang disarankan untuk menambah jumlah informan supaya data yang diperoleh lebih representatif dan menyeluruh. Informasi yang beragam dapat memperkuat data dan menunjukkan keadaan yang sebenarnya di lapangan.
- 2) Peneliti di masa mendatang disarankan untuk memiliki rencana cadangan dalam memilih informan, dikarenakan terdapat beberapa informan yang sulit untuk dihubungi. Disarankan juga untuk melakukan komunikasi ketersediaan informan untuk dapat diwawancara maksimal lima hari sebelumnya supaya proses pengumpulan data berjalan dengan lancar.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar CV. Syakir Media Press.
- Adoe, V., dkk. (2024). *Manajemen Penjualan dan Kewiraniagaan*. Pangkalpinang. CV. Science Techno Direct.
- Agustin, D., dkk. (2025). *Administrasi Bisnis*. Padang. CV LUMINARY PRESS INDONESIA.
- Darsana, I., dkk. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bali. CV. Intelektual Manifes Media.
- Eviyanti, N., dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bekasi. PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA.
- Farida, N., dkk. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Purbalingga CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Frisčila, A. (2024). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia: Meningkatkan Kinerja dan Produktivitas Organisasi*. Medan. PT Media Penerbit Indonesia.
- Madjid, U. (2023). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Bandung. PT Pustaka Interes Media Amani.
- Parawansa, D. (2024). *Strategi Branding*. Solok. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Prasodjo, T. (2021). *Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Zahir Publishing.
- Seto, A., dkk. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Padang. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. ALFABETA
- Sukardi. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Malang. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Sulistiarini, I., dkk (2025). *Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Bisnis Global*. Banyumas. GANESHA KREASI SEMESTA.
- Suyahman. (2024). *Strategi Branding UMKM Perencanaan, Perlindungan, dan Evaluasi Branding di Era Digital*. Klaten. PT Solusi Administrasi Hukum.
- Syarief, F. (2020). *Pengembangan dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Makassar. Yayasan Barcode.

Sumber Skripsi

Nusantara, M. B. (2025). *Strategi planning dalam program pelatihan dan pembinaan UMKM pada dinas koperasi, usaha kecil, dan menengah (KUKM) kabupaten deli serdang*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/30006/1/SKRIPSI%20BOBY%20MARTIN%20NUSANTARA..pdf>

Sumber Jurnal

Ariyani, D., Riono, S., & Sucipto, H. (2022). Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 100–126.

Baniah, E., Riyadi, & Singal, A. (2021). Analisis Penyelenggaraan Pelatihan Keterampilan Menjahit Busana Wanita Bagi Peserta Pelatihan di LKP Rachma Kota Samarinda. *Program Studi Pendidikan Masyarakat*, 2(2), 75–80.

Hanif, N., & Atmojo, M. (2022). Evaluasi Pelatihan Digital Marketing Pemerintah Kabupaten Sleman dalam Pemberdayaan UMKM di Tengah Krisis Pandemi Covid-19. *Indonesian Governance*, 5(1).

Iskandar, J., Sari, Y., & Fathurrohman, A. (2023). Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung. *Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1417–1424.

Purnomo, Y. J., Lesmi, K., Martowinangun, K., Priadi, M. D., & Pringgandinie, D. R. (2025). Pelatihan Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah untuk Naik Kelas di Kota Cimahi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 3(2), 57–64.

Priadi, M. D., Batubara, I. H., Hersusetiyati, Sikki, N., & Gemellia, L. P. (2025). The Role of Training and Development of Gen-Z Employees in Improving Service Quality at PT JRX Pool & Café Bandung City. *Multifinance: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 3(2), 1–14.

Sumber Website

Antara. (2025). Afiriasi Kebijakan Penghapusan Pajak Usaha Kecil Bagi UMKM. Kementrian UMKM Republik Indonesia. <https://umkm.go.id/news/trujm0bu4rptb9nde9a8b09h> (Akses: 28 November 2025).

KADIN. (2025). UMKM Indonesia. Kadin Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/> (Akses: 27 November 2025).

OJK Institute. (2025). *UMKM Mendunia: Strategi Peningkatan Skala Bisnis Menembus Pasar Nasional dan Internasional*. <https://institute.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/4941/umkm-mendunia-strategi-peningkatan-skala-bisnis-menembus-pasar-nasional-dan-internasional> (Akses: 28 November 2025).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup



Livy Putrikita Gemellia

087825453379 | livygemellia@gmail.com

Tentang Saya

Saya memiliki keahlian dalam berbagai bidang, saya dikenal sebagai individu yang proaktif, inovatif, dan berorientasi pada hasil. Pengalaman saya yang beragam melibatkan kerja sama tim, public speaking, kepemimpinan. Selain itu, saya sedang menempuh pendidikan jurusan Administrasi Bisnis di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung yang memperkuat kualifikasi saya dalam mencapai tujuan di dunia profesional, Saya percaya bahwa kombinasi keterampilan dan dedikasi saya dapat memberikan kontribusi positif pada lingkungan kerja yang dinamis.

Pendidikan

2022 - Sekarang | S1 Administrasi Bisnis | Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

2020 - 2022 | Jurusan IPA | SMAN 1 Soreang

Pengalaman Organisasi

Himpunan Mahasiswa Administrasi Bisnis (HIMABIS)

Kepala Bidang Penelitian dan Pengembangan (LITBANG)

Organisasi Siswa Intra Sekolah OSIS

Sekretaris

English Conversation Club

Wakil Kepala Bidang Speech & Debate

Pengalaman Kerja

2023 | Sales Kaos | Graha Persib

Melayani pelanggan, menawarkan produk kaos Persib, serta membantu proses transaksi dan penyusunan stok barang di toko.

Kemampuan

Microsoft Office | Public Speaking | Team Work

Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penelitian



Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan
UNIVERSITAS SANGGA BUANA

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jl. P.H.H. Mustofa No.68 Kota Bandung 40124

Website : www.usbypkp.ac.id, Email : sekretariat.rektorat@usbypkp.ac.id Telp : 022-7275489, Fax : 022-7201756

Nomor : 01/01.1-ADBIS-FISIP/I/2026
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Rumah BUMN Bandung

di

Jl. Jurang No. 50 Pasteur, Kec. Sukajadi. Kota Bandung

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

“Teriring salam hormat, semoga rahmat dan karunia Allah SWT senantiasa menyertai Bapak/Ibu, Aamiin.”

Dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam kurikulum, setiap mahasiswa jenjang Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sangga Buana (USB) YPKP, diharuskan melakukan penelitian dengan mengumpulkan data/informasi yang akan digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi.

Sehubungan hal tersebut, dengan ini kami sampaikan permohonan izin bagi mahasiswa:

Nama	: Livy Putrikita Gemellia
NPM	: 3111221030
Program Studi	: S1- ADBIS
Semester	: VII (Tujuh)
Judul	: Analisis Penyelenggaraan Pelatihan Branding Marketing, Selling (BMS) di Rumah BUNM Bandung .

Atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 01 Januari 2026

Dekan

Dr. Hersusetiyati, Dra., M.Si.

Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian



RUMAH BUMN BANDUNG

Jl. Jurang No. 50 Kec. Sukajadi Kel. Pasteur Kota Bandung Jawa Barat 40161
Telepon: (022) 64401340 Email: rumahbumnbandung@gmail.com



Nomor : 010/SKT/RB-BDG/II/2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Surat Balasan Permohonan Penelitian

Bandung, 5 Februari 2026

Kepada Yth.
Dekan Universitas Sangga Buana

Menindaklanjuti surat Saudari Livy Putrikita Gemellia, NPM 3111221030, mahasiswa Program Studi S1 Administrasi Bisnis (ADBIS), Semester VII (Tujuh), perihal Permohonan Izin Penelitian yang kami terima pada tanggal 30 Januari 2026 dengan ini kami sampaikan bahwa Rumah BUMN Bandung pada prinsipnya memberikan izin kepada Saudari untuk melaksanakan penelitian di lingkungan Rumah BUMN Bandung dengan judul:

“Analisis Penyelenggaraan Pelatihan Branding, Marketing, dan Selling (BMS) di Rumah BUMN Bandung.”

Pelaksanaan penelitian tersebut dapat dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Rumah BUMN Bandung, dengan tetap memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Menjaga etika penelitian serta kerahasiaan data dan informasi perusahaan.
2. Tidak mengganggu aktivitas operasional dan layanan Rumah BUMN Bandung.
3. Berkoordinasi dengan penanggung jawab yang ditunjuk selama pelaksanaan penelitian.
4. Menyampaikan hasil penelitian kepada Rumah BUMN Bandung setelah penelitian selesai.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama Saudari, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami
CEO Rumah BUMN Bandung



A. Radinal Pramudha Sirat

Lampiran 4 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

No	Aspek Wawancara	Pertanyaan
Pedoman Wawancara Koordinator Rumah BUMN Bandung		
1.	Sasaran	Apa latar belakang dan tujuan utama diadakannya program pelatihan BMS ini serta bagaimana proses analisis kebutuhan dilakukan? Bagaimana proses penentuan sasaran utama serta kriteria peserta UMKM untuk program pelatihan BMS ini?
2.	Pelatih	Apa saja standar kualifikasi dalam memilih pelatih untuk program pelatihan BMS ini?
3.	Materi	Bagaimana pihak penyelenggara memastikan kesiapan materi dan fasilitas penunjang lainnya untuk kelancaran program ini?
Mengidentifikasi Hambatan Pelatihan BMS		
4.	Hambatan Teknis	Apa saja hambatan yang dihadapi oleh penyelenggara selama program pelatihan BMS berlangsung?
5.	Kehadiran Peserta yang Fluktuatif	Bagaimana pihak penyelenggara menyikapi fluktuasi kehadiran peserta dan bagaimana solusinya?

Pedoman Wawancara Narasumber Pelatihan		
No	Aspek Wawancara	Pertanyaan
1.	Materi	Bagaimana Anda menyesuaikan materi BMS agar sesuai dengan target sasaran kompetensi peserta?

		Apakah materi sudah menjawab tantangan nyata yang dihadapi UMKM?
2.	Metode Pembelajaran	Bagaimana strategi mengajar Anda untuk peserta metode belajar yang berbeda beda?
3.	Peserta	Bagaimana Anda melihat kesiapan serta para pelaku UMKM dalam menerima materi yang Anda sampaikan?
Mengidentifikasi Hambatan Pelatihan BMS		
4.	Hambatan Teknis	Apa saja hambatan dari sisi internal peserta yang Anda temui secara langsung saat menyampaikan materi pelatihan?
5.	Kehadiran Peserta yang Fluktuatif	Bagaimana Anda melihat dampak fluktuasi kehadiran peserta terhadap proses transfer ilmu yang Anda lakukan?

Pedoman Wawancara Peserta Pelatihan BMS		
No	Aspek Wawancara	Pertanyaan
1.	Peserta	Apa alasan utama Anda ikut serta dalam pelatihan ini dan apa yang ingin dicapai?
2.	Pelatih	Bagaimana pandangan Anda mengenai kompetensi serta kejelasan pelatih dalam menyampaikan materi?
3.	Materi	Apakah materi sudah menjawab tantangan nyata yang dihadapi UMKM?
4.	Metode Pembelajaran	Apakah cara pelatih memberikan materi sudah sesuai dengan metode belajar yang biasa anda gunakan?
Mengidentifikasi Hambatan Pelatihan BMS		
5.	Hambatan Teknis	Apa saja hambatan yang dirasakan selama mengikuti program pelatihan BMS ini?

6.	Kehadiran Peserta yang Fluktuatif	Kendala apa yang paling menyulitkan Anda untuk bisa berkomitmen hadir penuh di setiap sesi pelatihan?
----	-----------------------------------	---



Lampiran 5 Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan Informan Kunci (Koordinator) Rumah BUMN Bandung.

Nama : Supriatna

Hari, Tanggal : Senin, 18 Mei 2026

Pukul : 15.12 WIB

Tempat : Daring (Melalui aplikasi *Google Meet*)

No.	Aspek Wawancara	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Sasaran	Apa latar belakang dan tujuan utama diadakannya program pelatihan BMS ini serta bagaimana proses analisis kebutuhan dilakukan?	Awalnya saya diskusi dengan tim Rumah BUMN dan pelatih juga ya, dan kita merasa UMKM ini belum <i>aware</i> terhadap <i>branding</i> , <i>marketing</i> , <i>selling</i> apa lagi yang berbasis digital. Saya sempat bertanya waktu jam istirahat ke beberapa UMKM soal bisnis mereka. Dari yang saya tangkap memang betul belum terlalu paham. Makanya kenapa akhirnya memutuskan untuk membuat program ini.
		Bagaimana proses penentuan sasaran utama serta kriteria peserta UMKM untuk program pelatihan BMS ini?	Penentuan peserta ini tentunya melalui diskusi bersama pelatih dan akhirnya kita sepakat sasaran peserta ini merupakan UMKM yang sudah berjalan selama satu sampai dua tahun.

2.	Pelatih	Apa saja standar kualifikasi dalam memilih pelatih untuk program pelatihan BMS ini?	Dari Rumah BUMN pasti kita mencari pelatih yang kuat secara akademisi dan praktisi. Nah, di Pak Gunawan ada semuanya karena beliau juga memang seorang dosen dan pelaku usaha jadi tau kondisi UMKM itu seperti apa.
3.	Materi	Bagaimana pihak penyelenggara memastikan kesiapan materi dan fasilitas penunjang lainnya untuk kelancaran program ini?	Kalau dari Rumah BUMN Bandung kita menyiapkan modul materi, <i>networking</i> , dan fasilitas seperti proyektor dan lain-lain itu sebelum pelatihan.
4.	Hambatan Teknis	Apa saja hambatan yang dihadapi oleh penyelenggara selama program pelatihan BMS berlangsung?	Ada beberapa hambatan waktu pelatihan, <i>mic</i> dan <i>speaker</i> sempat mati karena saya lupa mengarahkan tim untuk mengecek kembali peralatan sebelum pelatihan. Jadi, waktu pelatihan yang terbatas ini semakin sempit karena dari kita harus cek kembali dan itu cukup memakan waktu. Kemudian tidak ada gladi bersih ya sebelumnya jadi agak sedikit canggung ketika MC membawakan acara.

5.	Kehadiran Peserta yang Fluktuatif	Bagaimana pihak penyelenggara menyikapi fluktuasi kehadiran peserta dan bagaimana solusinya?	Memang kehadiran peserta yang naik turun ini cukup terlihat, kita pun tidak bisa memaksa peserta untuk selalu hadir di pelatihan BMS ini. Untuk mengatasi hal itu kita menerapkan sistem pemberian <i>reward</i> . Jadi peserta yang selalu hadir akan berpeluang untuk mendapatkan <i>reward</i> .
----	-----------------------------------	--	---



Hasil wawancara dengan Informan Utama (Pelatih) Program Pelatihan BMS

Nama : Gunawan

Hari, Tanggal : Kamis, 21 Mei 2026

Pukul : 12.18 WIB

Tempat : Rumah BUMN Bandung

No.	Aspek Wawancara	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Materi	Bagaimana Anda menyesuaikan materi BMS agar sesuai dengan target sasaran kompetensi peserta?	Kalau untuk materi BMS ini kan diberikan kepada UMKM yang sudah berjalan selama satu sampai dua tahun yang terkendala pada aspek <i>branding</i> , <i>marketing</i> , <i>selling</i> . Jadi materi tersebut sudah disesuaikan dengan target pesertanya.
		Apakah materi sudah menjawab tantangan nyata yang dihadapi UMKM?	Iya, sudah menjawab. Karena materi yang disusun memang difokuskan pada <i>branding</i> , <i>marketing</i> , dan <i>selling</i> . Sehingga harapannya setelah mengikuti pelatihan ini para peserta jadi lebih tahu dan usahanya jadi semakin berkembang.
2.	Metode Pembelajaran	Bagaimana strategi mengajar Anda untuk peserta metode belajar yang berbeda beda?	Supaya materinya bisa diterima oleh semua karakter UMKM, maka kita membuat skema pembelajarannya itu dengan prinsip <i>feel</i> , <i>think</i> , and <i>do</i> . Selain itu, dari sisi praktek juga, ada peserta yang suka terjun

			langsung, ada yang harus pake visual kita juga menyedikan ilustrasi, ada yang hanya mendengarkan saya aja sudah paham. Jadi metode belajarnya menggabungkan tiga metode itu.
3.	Peserta	Bagaimana Anda melihat kesiapan serta para pelaku UMKM dalam menerima materi yang Anda sampaikan?	Kalau kesiapan peserta saya lihat para peserta ini cukup antusias untuk belajar seputar <i>branding, marketing, selling</i> . Tapi ada juga yang pemalu dan harus saya dekati dulu supaya suasananya cair, baru bisa untuk berdiskusi.
4.	Hambatan Teknis	Apa saja hambatan dari sisi internal peserta yang Anda temui secara langsung saat menyampaikan materi pelatihan?	Kalau soal hambatan, saya harus berulang-ulang menyampaikan materi ke UMKM, karena para peserta itu daya tangkapnya kan berbeda-beda, jadi perlu waktu dan harus pakai analogi. Jadi saya harus betul-betul mengatur dengan durasi pelatihan yang sebentar itu.
5.	Kehadiran Peserta yang Fluktuatif	Bagaimana Anda melihat dampak fluktuasi kehadiran peserta terhadap proses transfer ilmu yang Anda lakukan?	Sebetulnya, cukup mengganggu karena kadang ketika saya sedang menyampaikan materi ada yang izin untuk pulang lebih awal jadi sedikit terjeda dan cukup disayangkan karena proses transfer ilmu jadi kurang optimal.

Hasil wawancara dengan Informan Pendukung (Peserta) Program Pelatihan BMS

Nama : Vini Nuraeni

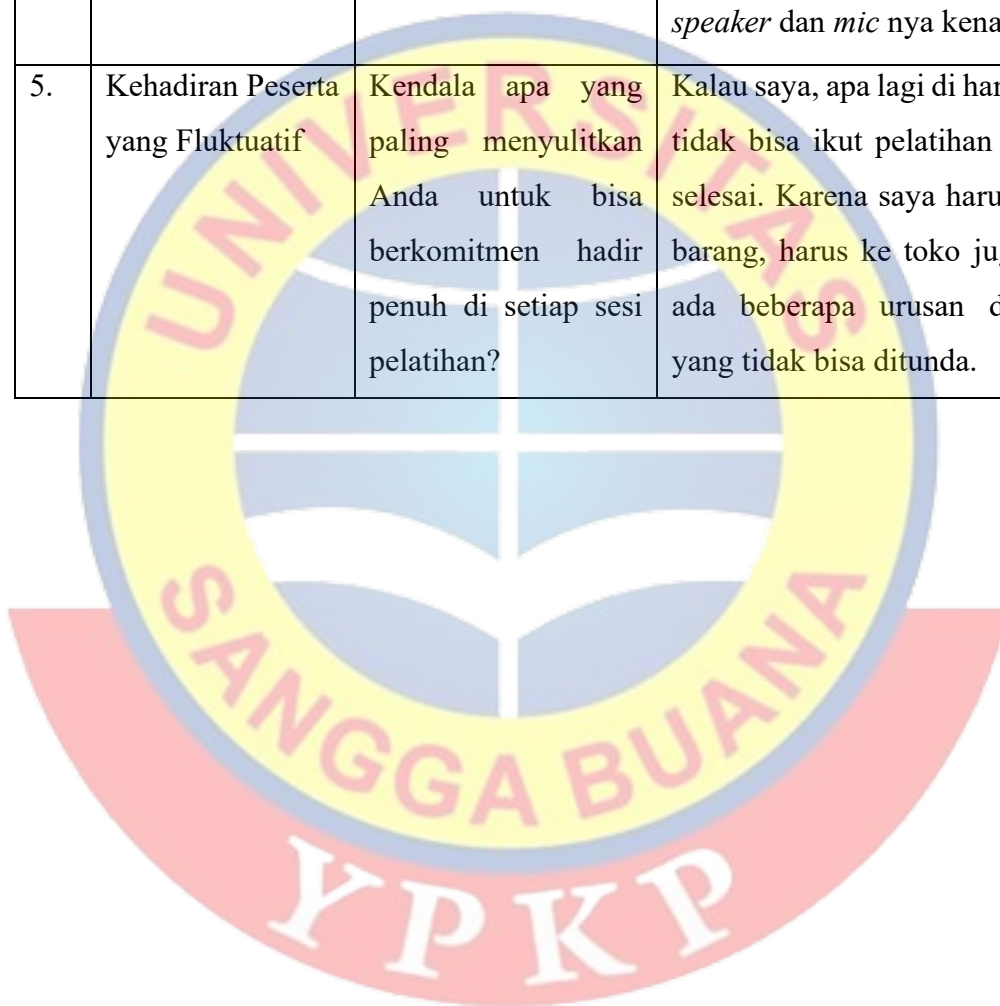
Hari, Tanggal : Sabtu, 30 Mei 2026

Pukul : 10.20 WIB

Tempat : Daring (melalui aplikasi *Whatsapp*)

No.	Aspek Wawancara	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Peserta	Apa alasan utama Anda ikut serta dalam pelatihan ini dan apa yang ingin dicapai?	Alasan utama saya mengikuti pelatihan ini adalah untuk menambah ilmu dan wawasan saya khususnya di bidang <i>marketing</i> , supaya bisa upgrade cara pemasaran yang tepat sasaran.
2.	Pelatih	Bagaimana pandangan Anda mengenai kompetensi serta kejelasan pelatih dalam menyampaikan materi?	Menurut saya, pelatih sudah sesuai cara mengajarnya, saya jadi lebih paham dengan materi yang dijelaskan.
3.	Materi	Apakah materi sudah menjawab tantangan nyata yang dihadapi UMKM?	Materi yang disampaikan sudah cukup sesuai dengan tantangan UMKM baik strategi BMS maupun praktiknya.
4.	Metode Pembelajaran	Apakah cara pelatih memberikan materi sudah sesuai dengan	Iya sudah sesuai, apa lagi saya harus sambil melihat contohnya dan pelatih menyediakan

		metode belajar yang biasa anda gunakan?	ilustrasi. Jadi, saya <i>enjoy</i> ketika mengikuti pelatihan.
4.	Hambatan Teknis	Apa saja hambatan yang dirasakan selama mengikuti program pelatihan BMS ini?	Kalau tidak salah waktu hari pertama <i>speaker</i> dan <i>mic</i> sempat mati jadi lumayan membuang waktu pelatihan, karena dari RB jadi harus mengecek kembali <i>speaker</i> dan <i>mic</i> nya kenapa.
5.	Kehadiran Peserta yang Fluktuatif	Kendala apa yang paling menyulitkan Anda untuk bisa berkomitmen hadir penuh di setiap sesi pelatihan?	Kalau saya, apa lagi di hari kedua tidak bisa ikut pelatihan sampai selesai. Karena saya harus kirim barang, harus ke toko juga, dan ada beberapa urusan dadakan yang tidak bisa ditunda.



Hasil wawancara dengan Informan Pendukung (Peserta) Program Pelatihan BMS

Nama : Resha Nurfarizah

Hari, Tanggal : Rabu, 3 Juni 2026

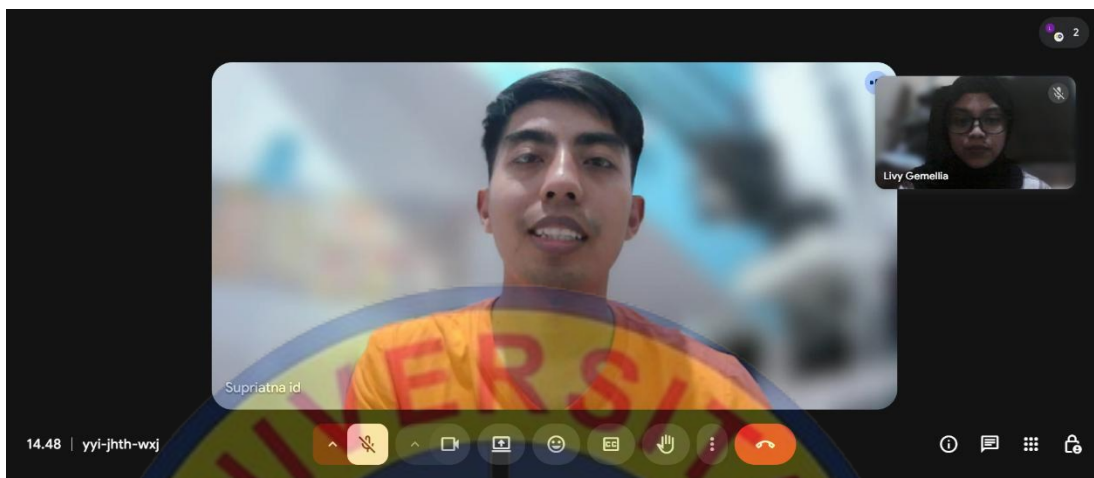
Pukul : 10.20 WIB

Tempat : Daring (melalui aplikasi *Google Meet*)

No.	Aspek Wawancara	Pertanyaan	Hasil Wawancara
2.	Peserta	Apa alasan utama Anda ikut serta dalam pelatihan ini dan apa yang ingin dicapai?	Resha waktu itu belum mempunyai <i>branding</i> yang jelas, terkadang susah juga kalau promosi hanya lewat toko. Kebetulan Rumah BUMN mengadakan pelatihan BMS ini, jadi Resha coba untuk ikut.
	Pelatih	Bagaimana pandangan Anda mengenai kompetensi serta kejelasan pelatih dalam menyampaikan materi?	Kalau menurut Resha, beliau itu ketika menjelaskan menyesuaikan dengan kebutuhan belajar kita. Walaupun pelatihannya singkat sekali tapi Resha <i>insyaallah</i> mendapatkan ilmunya.
	Materi	Apakah materi sudah menjawab tantangan nyata yang dihadapi UMKM?	Kalau menurut Resha, sangat menjawab ya. Karena BMS itu sering Resha pakai juga. <i>Brand</i> kita itu nantinya harus bisa jadi <i>selling</i> , nah cara untuk bisa <i>selling</i> itu melalui <i>marketing</i> .

			Jadi memang pelatihan ini sudah menjawab tantangan UMKM.
3.	Metode Pembelajaran	Apakah cara pelatih memberikan materi sudah sesuai dengan metode belajar yang biasa anda gunakan?	Kalau menurut Resha, Pak Gunawan itu sudah sesuai sekali metode penyampaian materinya. Jadi beliau itu menyesuaikan dengan kebutuhan belajar Resha.
4.	Hambatan Teknis	Apa saja hambatan yang dirasakan selama mengikuti program pelatihan BMS ini?	Sebetulnya dari yang Resha perhatikan persiapan dari RB sudah bagus, tapi kalau Resha tidak salah ingat <i>mic</i> nya kadang mati ditengah tengah pelatihan jadi suara MC dan pelatihnya tidak terdengar.
5.	Kehadiran Peserta yang Fluktuatif	Kendala apa yang paling menyulitkan Anda untuk bisa berkomitmen hadir penuh di setiap sesi pelatihan?	Kalau Resha waktu itu masih bisa menyempatkan. Tapi teman-teman yang kehadirannya bolong-bolong itu karena usahanya tidak bisa ditinggal begitu saja dan harus <i>stand by</i> . Apa lagi selama dua hari itu pelatihan dari pagi sampai menjelang sore. Sehingga tidak mungkin mengesampingkan usaha mereka, gitu kak.

Lampiran 6 Dokumentasi



Dokumentasi Wawancara dengan Koordinator Rumah BUMN



Dokumentasi Wawancara dengan Pelatih Program Pelatihan BMS



Dokumentasi Wawancara dengan Peserta Pelatihan BMS



Dokumentasi Wawancara dengan Peserta Pelatihan BMS



Dokumentasi Sarana dan Prasarana



Dokumentasi Sarana dan Prasarana



Dokumentasi Sarana dan Prasarana



Dokumentasi Sarana dan Prasarana



Dokumentasi Program Pelatihan BMS