



## Peningkatan Manajemen Produksi dan Strategi Pemasaran Industri Sepatu Kulit “Bintang Sepatu Purwokerto” Banyumas

Syarif Hidayatuloh<sup>1\*</sup>, Laurensius Windy Octanio Haryanto<sup>2</sup>, Aminatus Sa’adah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Teknik Logistik, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia, 53147

<sup>2</sup>Desain Produk, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia, 53147

<sup>3</sup>Teknik Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia, 53147

E-mail: \*[syarif@telkomuniversity.ac.id](mailto:syarif@telkomuniversity.ac.id)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i1.2026>

### Info Artikel:

Diterima :  
27-09-2024

Diperbaiki :  
04-01-2024

Disetujui :  
06-01-2024

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Industri Sepatu, Manajemen Produksi, Website

**Abstrak:** Industri sepatu merupakan salah satu industri kreatif yang kerap berkembang. Bintang Sepatu Purwokerto yang merupakan industri kecil menengah di bidang produksi sepatu yang di Banyumas. Dua permasalahan utama yang dihadapi mitra yaitu pada bidang pemasaran digital dan manajemen produksi serta logistik. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pendampingan dalam membuat website manajemen sistem informasi dan pemasaran digital. Metode yang dilakukan dengan cara melakukan observasi, pendampingan dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan tim telah membantu membuat website manajemen sistem informasi, pembuatan desain kemasan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan mitra, pengadaan alat mesin press otomatis, serta pelatihan digital marketing. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, peningkatan kapasitas produksi sepatu meningkat kurang lebih 23%..

**Abstract:** The shoe industry is one of the creative industries that often develops. Bintang Sepatu Purwokerto is a small and medium industry in the field of shoe production in Banyumas. The two main problems faced by partners are in the fields of digital marketing and production management and logistics. Therefore, the purpose of this community service activity is to assist in creating a website for managing information systems and digital marketing. The method used is conducting observation, assistance, and evaluation. The results of the community service show that the team has helped create a website

---

**Keywords:** *Marketing Digital, Shoes Industry, Management Production, Website*

---

*for managing information systems, creating new packaging designs that are more in line with partner needs, procuring automatic press machines, and digital marketing training. Based on the activities that have been carried out, shoe production capacity has increased by approximately 23%.*

---

## **Pendahuluan**

Industri kreatif adalah sektor ekonomi yang bergantung pada kemampuan dan imajinasi manusia untuk mengoperasikan kegiatan bisnisnya dimana inovasi memiliki peran sentral dalam kemajuan industri ini (Anjaningrum, 2021), (Kemenparekraf, 2024). Ekonomi kreatif terbukti berperan besar terhadap ekonomi nasional. Di tahun 2022 kontribusinya terhadap PDB nasional mencapai Rp1280 triliun dan kontribusi tenaga kerja sektor ekonomi kreatif pada nasional pada 2022 mencapai 17,7 persen (Sari, 2024), (Kemenparekraf, 2024). Perkembangan Industri kreatif membantu regenerasi kota, pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja (Heryani et al., 2020). Salah satu jenis industri kreatif yang kerap berkembang adalah industri sepatu. Produksi industri alas kaki terus meningkat, mencapai 1,41 miliar pasang sepatu pada 2018. Dengan jumlah industri alas kaki sebanyak 665 perusahaan, dengan total produksinya mencapai 1,41 miliar pasang sepatu, atau berkontribusi 4,6 persen dari total produksi sepatu dunia (Maghfiroh & Iriani, 2021). Industri ini menawarkan potensi yang besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia (Wahyudi et al., 2024).

Sebagian besar industri dalam sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan kualitas produk, daya saing pasar, dan efisiensi produksi (Firdaus et al., 2024). Beberapa tantangan yang dihadapi diantaranya kurangnya pengetahuan tentang pengembangan dan inovasi produk, kurangnya pengetahuan manajemen strategi pemasaran, dan kebutuhan akan alat atau mesin pendukung produksi sepatu yang lebih canggih. Industri dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan melakukan inovasi dalam produk, layanan, proses bisnis, dan model bisnis. Ini memungkinkan mereka untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan pangsa pasar, dan mempertahankan posisi mereka di pasar (Hanasi et al., 2023). Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih meningkat (Heryani et al., 2020). Dan perkembangan teknologi pada mesin sebagai alat pendukung yang semakin

meningkat akan mendorong industri untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi (Widiastri & Bagia, 2020). Setiap perusahaan, termasuk yang berskala rumahan, perlu mampu bersaing untuk mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki daya saing baik jangka panjang maupun jangka pendek terhadap produk-produknya. Pertumbuhan industri pembuatan sepatu telah menyebabkan peningkatan jumlah produk lokal yang berkualitas dan mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir (Firmansyah et al., 2021), (Rencana Strategis 2020 - 2024, 2021).



*Gambar 1.* Produk Bintang Sepatu Purwokerto

Industri sepatu yang menjadi subjek proposal ini yaitu Bintang Sepatu Purwokerto yang merupakan suatu industri kecil menengah yang berada di Kelurahan Teluk, Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Bintang Sepatu Purwokerto menghadapi sejumlah kendala yang menghambat kemampuan mereka untuk berkembang dan bersaing di pasar. Meskipun dapat memproduksi hingga 200 pasang sepatu perbulan, distribusi produk mereka terbatas hanya pada wilayah Pemalang, Cilacap, Banyumas, Brebes, dan Purbalingga. Sementara itu, jumlah konsumen yang mereka layani mencapai 110 orang, beberapa diantaranya adalah end customer dan repeat order customer.

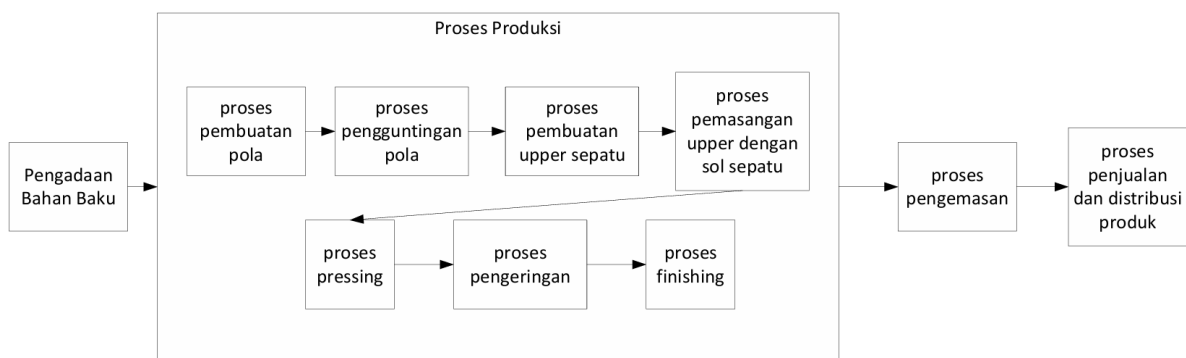


*Gambar 2.* Aktivitas Produksi Sepatu

Kendala lainnya adalah Bintang Sepatu masih memiliki kekhawatiran untuk melakukan penjualan secara online sebagaimana penjualan online menjadi salah satu media pemasaran dan penjualan yang marak digunakan dan hasilnya cukup signifikan untuk meningkatkan angka penjualan. Dalam penjualan online perlu adanya pengetahuan mengenai branding, kemasan dan inovasi dari produk itu

sendiri (Palimbu, 2022). Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran secara online dan monitoring logistik dari produksi sampai penjualan pada Bintang Sepatu Purwokerto menimbulkan keraguan untuk mengembangkan proses bisnisnya ke arah online store.

Permasalahan lain yang kerap dihadapi adalah metode produksi yang masih bersifat manual menyebabkan ketidak standaran dan kurangnya konsistensi dalam produk yang dihasilkan. Sebagai contoh alat press kulit yang digunakan masih manual yang menyebabkan waktu untuk aktivitas press ini yang lama dan membutuhkan tenaga manusia secara manual sehingga hasil press terkadang kurang terstandar kualitasnya. Untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi, industri sepatu rumahan ini membutuhkan investasi dalam alat-alat dan mesin produksi yang lebih modern dan terstandar (Sarwono Hartadi A., 2022). Proses bisnis dan produksi dari Bintang Sepatu Purwokerto terdiri atas sepuluh tahap, yaitu proses pengadaan bahan baku, proses pembuatan pola, proses pengguntingan pola, proses pembuatan upper sepatu, proses pemasangan upper dengan sol sepatu, proses pressing, proses pengeringan, proses finishing, proses pengemasan, dan proses penjualan serta distribusi produk. Proses produksi Bintang Sepatu Purwokerto secara ringkas ditampilkan pada Gambar 3.



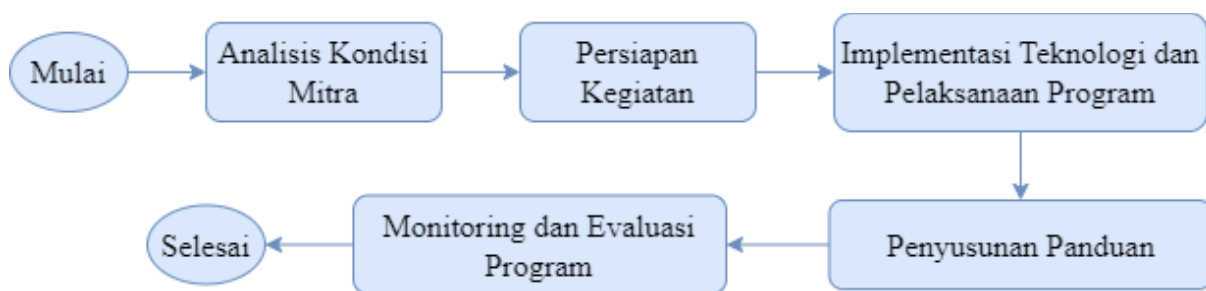
Gambar 3. Proses Bisnis Bintang Sepatu Purwokerto

Bintang Sepatu mampu menjual sepatu kulit asli dengan harga yang menarik antara Rp 180.000,00 sampai Rp 225.000,00 per pasang. Namun, potensi penjualan dapat ditingkatkan jika kualitas dan standar produk dapat dipertahankan secara konsisten. Keunggulan dari Bintang Sepatu Purwokerto yaitu mereka mampu memberdayakan warga untuk bergabung menjadi sumber daya untuk ikut serta pada proses produksi dan penjualan sepatu kulit. Diharapkan industri rumahan ini dapat berkembang sehingga dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusianya dan mampu mensejahterakan warga yang terlibat.

Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah tim dosen Institut Teknologi Telkom Purwokerto melakukan mendampingi kepada mitra UKM Bintang Sepatu dalam bidang pemasaran dan manajemen produksi serta logistik. Dengan pelaksanaan program pengabdian ini diharapkan tidak hanya akan memberikan dampak positif bagi mitra Bintang Sepatu tetapi juga akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional, serta dapat menjadi bahan pembelajaran di dunia industri bagi pihak yang terlibat.

## Metode

Pelaksanaan kegiatan PKM bertujuan untuk menyelesaikan dua permasalahan yaitu pada bidang pemasaran dan manajemen produksi serta logistik. Kegiatan ini berlangsung dari bulan Juli sampai dengan bulan November 2024. Langkah yang diambil untuk mengatasi permasalahan pemasaran yaitu meliputi pengembangan desain kemasan yang dapat melindungi produk, meningkatkan daya tarik pasar sekaligus media promosi. Selain itu dilakukan pendampingan dalam menggunakan media digital untuk menjangkau pembeli secara lebih luas. Sedangkan pada aspek manajemen produksi dan logistik dilakukan implementasi teknologi berupa mesin press untuk mengurangi waktu produksi serta penerapan manajemen sistem informasi secara digital untuk memonitor proses produksi hingga pelaporan keuangan.



Gambar 4. Flowchart pelaksanaan PKM

Metode pelaksanaan pada kegiatan secara ringkas dapat dilihat pada Gambar 4. Secara detail tahap-tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

1. Analisis Kondisi Mitra

Dalam tahap ini tim melakukan analisis terhadap kondisi mitra secara komprehensif untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi. Observasi secara langsung dilakukan untuk mengetahui kondisi mitra didukung oleh wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) guna mengidentifikasi kebutuhan, potensi

pengembangan hingga kondisi secara internal maupun eksternal mitra. Tahap ini menghasilkan luaran berupa data kondisi penjualan, produksi hingga manajemen organisasi sehingga dapat dijadikan dasar dalam perumusan masalah dan pencarian solusi yang diusulkan melalui kegiatan PKM ini.

## 2. Persiapan Pelaksanaan Kegiatan

Setelah mengetahui permasalahan mitra hingga solusi dan program yang diusulkan untuk menyelesaikan hal tersebut, maka pengusul mempersiapkan pelaksanaan kegiatan PKM. Tim menyusun rencana jadwal secara detail, menyiapkan sumber daya yang dibutuhkan mencakup tenaga kerja, material hingga anggaran dana. Selain itu dilakukan koordinasi dengan mitra untuk penyesuaian jadwal dan sumber daya yang dapat dipersiapkan oleh mitra.

## 3. Implementasi Teknologi Dan Pelaksanaan Program

Tahap ini merupakan tahap utama dalam kegiatan pengabdian yang diusulkan. Terdapat dua kegiatan utama untuk menyelesaikan permasalahan di bidang manajemen produksi dan logistik serta pemasaran, yaitu:

- a. Penyelesaian masalah di bidang produksi mencakup tiga sub aktivitas: 1) Strategi dalam meningkatkan kuantitas produksi meliputi penggunaan mesin press untuk menggantikan alat press manual sehingga mengurangi waktu produksi dan konsistensi hasil press. 2) Penggunaan manajemen sistem informasi berbasis website untuk memonitoring material dan produk jadi, sehingga memudahkan pelaporan keuangan, penjualan dan persediaan bahan baku maupun produk jadi. 3) Pendampingan pengelolaan produksi terkait penggunaan mesin produksi.
- b. Penyelesaian masalah di bidang pemasaran mencakup dua sub aktivitas yaitu: 1) Pengembangan desain kemasan untuk melindungi produk sekaligus menjadi alat promosi yang efektif sehingga meningkatkan daya tarik pasar. 2) Pelaksanaan digital marketing dengan memanfaatkan media digital untuk kegiatan pemasaran dan promosi. Upaya yang dilakukan meliputi pendampingan kepada mitra untuk menggunakan media sosial dan e-commerce.

## 4. Penyusunan Panduan

Penyusunan panduan dilakukan untuk memastikan mitra dapat menjalankan usulan dan sebagai salah satu upaya keberlanjutan kegiatan. Panduan ini akan diserahkan ke mitra dan menjadi petunjuk teknis dalam pelaksanaan usulan. Panduan yang diserahkan meliputi: a) Panduan pengoperasian mesin b) Panduan

penggunaan aplikasi produk & manajemen persediaan c) Panduan penggunaan e-commerce d) Guideline kemasan produk

#### 5. Monitoring dan Evaluasi Program

Monitoring dan evaluasi program dilakukan untuk mengukur keberhasilan program yang dilakukan bersama dengan LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Dalam tahap ini pengusul dan LPPM akan memastikan target serta luaran mencapai target yang ditentukan. Ukuran keberhasilan program ini meliputi: a) Mitra telah memiliki media pemasaran digital baik sosial media maupun platform e-commerce b) Mitra mampu menggunakan atau memanfaatkan media pemasaran digital c) Perluasan jangkauan pasar mitra d) Mitra mampu mengoperasikan mesin press untuk mendukung proses produksi e) Mitra mampu menggunakan manajemen sistem informasi atau aplikasi berbasis website untuk mendukung produksi dan manajemen persediaan f) Berkurangnya waktu produksi g) Peningkatan kuantitas produksi h) Peningkatan omzet mitra i) Mitra memiliki modul atau panduan kerja

### Hasil dan Pembahasan

Industri sepatu kulit “Bintang Sepatu Purwokerto” telah banyak diminati masyarakat luas karena kualitas produk yang selalu dijaga agar memenuhi standar. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, dilakukan upaya peningkatan penjualan sepatu dengan cara redesain kotak *packaging* (kemasan) sepatu sebagai product branding sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai jualnya. Hal ini dikarenakan, hal pertama yang secara langsung dilihat oleh konsumen saat akan membeli sepatu ada kemasannya (Purwaka & Nurhidayat, 2023). Pada penelitian dikatakan bahwa pentingnya desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan nilai-nilai *brand* dalam memperkuat citra *brand* dan mempengaruhi preferensi konsumen secara signifikan (Pitrianingsih & Fadli, 2024)(Pitrianingsih & Fadli, 2024). Kemasan atau *packaging* bukan hanya tentang bagaimana suatu produk dikemas namun *packaging* juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan (Damayanti et al., 2023). Kegiatan pengabdian ini terdiri atas tiga kegiatan utama, yaitu pendampingan penggunaan teknologi (hardware dan software) untuk efisiensi proses produksi, inovasi desain kemasan untuk membangun *product branding*, dan pelatihan digital marketing untuk perluasan pasar.

1. Produk teknologi inovasi (*Hardware* dan *Software*) untuk efisiensi proses produksi

Produk teknologi dan inovasi yang diterapkan di Bintang Sepatu Purwokerto meliputi beberapa alat dan sistem baru yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi produksi, manajemen, serta pemasaran produk Sepatu. Teknologi utama yang diterapkan adalah mesin press sepatu otomatis yang menggantikan alat press manual sebelumnya. Mesin ini memungkinkan proses produksi berjalan lebih cepat dan menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih konsisten. Gambar mesin ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Mesin Press Sepatu.

Setelah penggunaan mesin press sepatu dan pelatihan penggunaannya pada produksi sepatu, terdapat peningkatan kapasitas produksi. Tabel 1. Menunjukkan adanya peningkatan kapasitas produksi dengan rata-rata 23% dari bulan Oktober sampai bulan November. Mesin press ini juga memungkinkan pemilik usaha untuk menambah varian jenis sepatu baru.

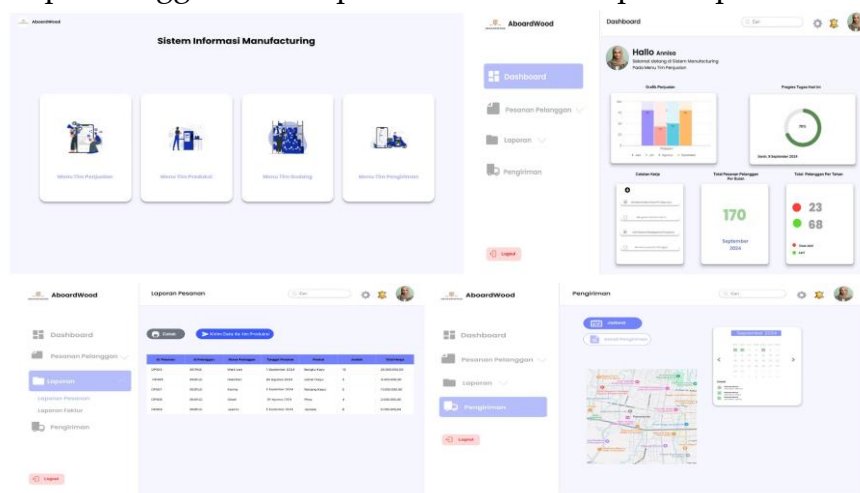
Tabel. 1 Kapasitas Produksi

Jenis Sepatu	Produksi Oktober	Produksi November	Peningkatan (Jumlah)	Persentase Peningkatan (%)
Sepatu Boots	80	100	20	25%
Sepatu Formal	60	90	30	50%
Sepatu Kasual	10	30	20	200%
Sepatu Heels	50	70	20	40%
Total	200	290	90	45%

Sistem informasi berbasis website diperkenalkan untuk memudahkan pengelolaan data produksi, inventori, dan penjualan secara real-time. Penggunaan sistem ini diharapkan dapat membantu Bintang Sepatu Purwokerto dalam

meningkatkan akurasi dan efisiensi operasional. Website informasi tersebut dapat diakses oleh seluruh ranah produksi Bintang Sepatu, mulai dari tim produksi hingga tim penjualan. Website tersebut terdiri atas enam komponen utama. Pertama, halaman informasi website. Halaman tersebut berisi informasi umum tentang perusahaan, tentang website ini, dan fitur-fitur website. Kedua, dashboard tim, pengelolaan data produksi, pengelolaan pengiriman, dan kontrol inventaris gudang. Halaman tersebut juga dilengkapi halaman login atau sign up untuk masing-masing dashboard tim. Ketiga, dashboard dan menu tim penjualan. Pada halaman ini terdapat berbagai fitur, diantaranya grafik penjualan, progres tugas hari ini, catatan kerja, total pesanan pelanggan per bulan, total pelanggan per tahun, detail pesanan pelanggan, laporan pesanan, laporan faktur, serta detail jadwal dan status pengiriman.

Fitur keempat pada website yaitu dashboard dan menu tim produksi. Halaman tersebut berisi grafik produksi, catatan kerja, total produksi per tahun, daftar produksi, rencana produksi, hasil produksi, laporan produksi. Kelima, dashboard dan menu tim gudang yang berisi grafik jumlah barang di gudang, catatan kerja, jumlah barang di gudang per bulan aktif. Keenam, dashboard dan menu tim pengiriman yang berisikan informasi tentang catatan kerja, jumlah pesanan yang harus dikirim per minggu ini. Tampilan website ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan website sistem informasi manajemen produksi sepatu.

## 2. Inovasi desain kemasan sebagai bentuk *product branding*

Inovasi desain kemasan yang dilakukan oleh Bintang Sepatu Purwokerto bertujuan untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Desain kemasan baru ini tidak hanya memperhatikan aspek visual, tetapi juga fungsionalitasnya. Untuk sepatu pria dan wanita, telah dikembangkan beberapa alternatif desain yang mencakup struktur dan visual

kemasan yang berbeda. Struktur kemasan dirancang agar lebih kokoh dan melindungi sepatu dari kerusakan saat pengiriman, sementara visual kemasan dibuat menarik dan merepresentasikan karakteristik produk secara elegan dan modern.

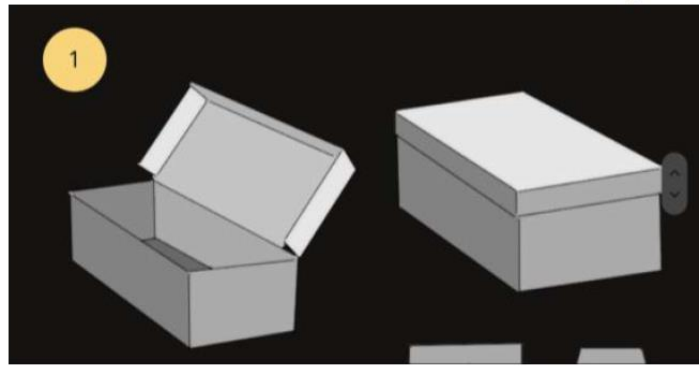
Kemasan untuk sepatu pria menggunakan warna dominan hitam yang memberikan kesan elegan dan maskulin, sementara kemasan untuk sepatu wanita menggunakan warna cokelat yang lembut dan feminin. Setiap desain kemasan juga dilengkapi dengan logo Bintang Sepatu Purwokerto yang diperbaharui, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenali produk. Kemasan ini juga dilengkapi dengan informasi produk yang jelas, seperti bahan, ukuran, dan cara perawatan, yang ditampilkan dengan tata letak yang rapi dan profesional.

Desain kemasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus produk tetapi juga sebagai alat pemasaran yang kuat, atau yang sering disebut sebagai "*silent salesman*". Dengan kemasan yang menarik, konsumen diharapkan tertarik untuk membeli produk, bahkan sebelum melihat atau mencoba sepatu itu sendiri. Inovasi kemasan ini diharapkan dapat meningkatkan citra merek dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, serta memberikan pengalaman unboxing yang menyenangkan.

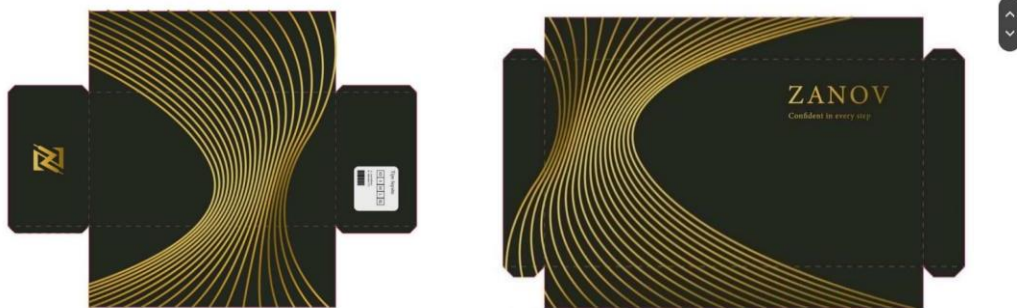
Desain kemasan lama yang masih digunakan oleh Bintang Sepatu ditampilkan pada Gambar 7. Desain tersebut memiliki beberapa kekurangan diantaranya belum ada lubang udara dalam kemasan sepatu, visual kemasan yang keliru pada produk laki-laki, serta visual kemasan kurang sesuai dengan profil pembeli yaitu formal, instansi, dan pendidikan. Berdasarkan hal tersebut, tim membuat desain kemasan baru yang ditampilkan pada Gambar 9 dan Gambar 10. Perbedaan utama kemasan lama dan kemasan baru adalah pada struktur kemasan. Struktur kemasan lama adalah terpisah antara wadah dan tutupnya, sedangkan struktur kemasan baru adalah sistem buka-tutup yang menyatu seperti ditampilkan pada Gambar 8. Pada desain kemasan baru, pada sisi samping kemasan akan tertera kolom untuk menginformasikan jenis, ukuran dan warna Sepatu dengan ukuran font yang besar agar sales dapat lebih jelas membacanya. Selain itu, terdapat informasi media sosial dan website Zanov di kemasan. Desain kemasan baru juga telah diatur agar sesuai dengan profil pembeli yaitu formal, instansi, dan pendidikan.



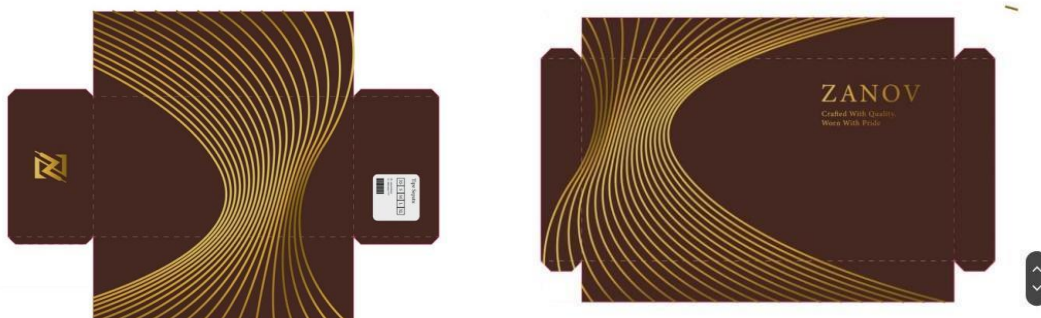
Gambar 7. Desain kemasan lama Bintang Sepatu



Gambar 8. Desain Struktur



Gambar 9. Desain kemasan untuk alas kaki pria.



Gambar 10. Desain kemasan untuk alas kaki wanita.

Kemasan sepatu pria memiliki dimensi berukuran 315 x 190 x 115 mm, sedangkan kemasan sepatu wanita berukuran 275 x 170 x 110 mm. Pola tutup dan alas kemasan dijadikan satu agar proses melipat kemasan lebih efisien. Dalam desain baru diberikan kolom untuk menuliskan informasi terkait tipe, warna dan ukuran sepatu, serta informasi website maupun media sosial Zanov. Secara biaya, harga produksi desain kemasan yang baru dapat menyentuh di angka termurah sebesar Rp 5.000,00/kemasan jika diproduksi sebanyak 500 kemasan. Biaya tersebut menghemat Rp 1.000,00 dari desain kemasan lama.

### 3. Pelatihan digital marketing untuk perluasan pasar

Pelatihan digital marketing diberikan kepada mitra dengan membahas materi tentang *e-commerce* dan platform *online shop*. Pada sesi ini, tim memberikan

penyuluhan mengenai konsep *e-commerce* dan cara mengoptimalkan platform online shop untuk meningkatkan penjualan. Penyuluhan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Beberapa topik yang disampaikan adalah pengertian dan manfaat E-Commerce bagi usaha skala kecil dan menengah; penjelasan tentang berbagai platform online shop populer seperti Tokopedia dan Shopee; cara membuat akun, mengelola produk, dan meningkatkan visibilitas produk di platform online; tips dan strategi pemasaran digital seperti SEO, iklan berbayar, dan promosi melalui media sosial. Feedback dari pelatihan ini adalah peserta sangat tertarik dengan potensi yang ditawarkan oleh *e-commerce* namun masih merasa kesulitan dalam memulai dan memahami sistem platform yang ada. Selain itu, peserta pelatihan juga berdiskusi terkait kendala yang dihadapi dalam mengelola penjualan online, seperti pengiriman, manajemen stok, dan layanan pelanggan. Dokumentasi kegiatan diberikan pada Gambar 11 dan Gambar 12.



Gambar 11. Pematerian digital marketing tentang *e-commerce* & platform online shop.



Gambar 12. Karyawan Bintang Sepatu pelatihan digital marketing

## Kesimpulan

Tim pengabdian telah melaksanakan pendampingan pada mitra dalam pengadaan mesin press otomatis, pembuatan kemasan baru sebagai bentuk *product branding*, pelatihan *digital marketing*, serta pembuatan website manajemen sistem informasi. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, peningkatan kapasitas produksi sepatu meningkat kurang lebih 23%. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk Bintang Sepatu Purwokerto agar tidak hanya terbatas di pasar lokal. Kegiatan pengabdian selanjutnya dapat dilakukan untuk pengembangan variasi jenis produk sepatu yang diproduksi Bintang Sepatu.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada pihak-pihak Tim Pengmas Institut Teknologi Telkom Purwokerto dan kepada mitra Bintang Sepatu Purwokerto yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat. Kami sangat berterima kasih kepada Kemendikbudristek atas dukungannya melalui program DRTPM dengan Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat. Hibah ini merupakan motivasi bagi kami untuk terus berinovasi dan berkontribusi dalam dunia pendidikan serta memberikan dampak positif bagi masyarakat.

## Referensi

- Anjaningrum, W. D. (2021). Integrasi Menuju Industri Kreatif Yang Kuat Dan Dinamis. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(1), 30–40. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i1.370>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Event Sponsorship, Flash Sale, Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pinkflash. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Firdaus, A. A., Oktaviani, C. P., Hidayatullah, M. A., Puspitarini, S., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. K. (2024). Pentingnya inovasi dalam perencanaan dan pengembangan bisnis. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(1), 1–5.
- Firmansyah, I., Dermawan, W. D., Munawar, A. H., & Rahmani, D. A. (2021). Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Pendekatan Analytic Network Process (ANP). *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 10(2), 173–187. <https://doi.org/10.52813/jei.v10i2.68>
- Hanasi, R. A., Kadir, M. K. K., Malae, A. K., Kasim, M., Suleman, D., Pulogu, S. I., &

- Bumulo, S. (2023). Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Posso dan Desa Bubode Kabupaten Gorontalo Utara. *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 10–22.
- Heryani, H., Legowo, A. C., & Nugroho, I. P. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>
- Kemenparekraf. (2024). *Siaran Pers\_ Menparekraf\_ Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Terbukti Lebih Cepat Pulih dari Pandemi*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/menparekraf-tenaga-kerja-sektor-ekonomi-kreatif-terbukti-lebih-cepat-pulih-dari-pandemi>
- Maghfiroh, L., & Iriani, S. S. (2021). Niat Beli Sepatu Merek Lokal oleh Generasi Muda: Pengaruh Consumer Ethnocentrism, Perceived Quality, Perceived Price, dan Perceived Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 617. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p617-633>
- Palimbu, L. T. (2022). Pentingnya Pelaksanaan Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bisnis Makanan Online Di Nabire. *SKETSA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 15(1), 20–44.
- Pitrianingsih, D., & Fadli, U. M. D. (2024). PACKAGING BRAND SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN CITRA MEREK PADA UKM BATIK PUTRI SANGGABUANA KARAWANG. *Musyitari Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(6).
- Purwaka, D. T., & Nurhidayat, M. (2023). PERANCANGAN BOX SEPATU DENGAN MEMANFAATKAN FUNGSI KEMASAN SEBAGAI RAK DISPLAY UNTUK KEBUTUHAN TOKO SEPATU DAN KONSUMEN Damar. *E-Proceeding of Art & Design*, 10(3), 5425–5448.
- Rencana Strategis 2020 - 2024 (2021).
- Sari, M. (2024). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI*, 2(1), 389–395.
- Sarwono Hartadi A. (2022). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh). *In Bank Indonesia dan LPPI*.
- Wahyudi, A., Anwar, G. S., & Kamila, O. N. (2024). *Strategi Pengembangan Sektor Industri Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. 4.
- Widiastri, K., & Bagia, I. W. (2020). Pengaruh Disiplin Karyawan Terhadap Prestasi Kerja Pada Pt Tirta Mumbul Jaya Abadi. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(2), 142–150.