

INTENSITAS PARTISIPASI DAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI PADA UMKM DI KOTA PAREPARE

Participation Intensity and Competency Development of MSMEs in Parepare City

Irwan Idrus¹, Sariana Damis², Sadli M. Nur³, Muhammad Aidin⁴, NurAsnita⁵, Riswan⁶

Email: idrusiwan@yahoo.com¹, sarianadamis@gmail.com², sadlimnur86@gmail.com³,
aidincr349@gmail.com⁴, basariasnitanur@gmail.com⁵, riswanone@gmail.com⁶

^{1,3,4,5,6}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare

²Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare

Jl. Jend. Ahmad Yani No.Km.6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan Kode Pos 91131

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian daerah, namun pengembangan kompetensi sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM masih menjadi tantangan, khususnya pada konteks pembelajaran nonformal berbasis praktik. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran intensitas partisipasi pelaku UMKM dalam event lokal terhadap pengembangan kompetensi SDM di Kota Parepare. Peran intensitas partisipasi pelaku UMKM dalam event lokal tercermin dari seberapa sering dan seberapa aktif pelaku usaha terlibat dalam berbagai kegiatan pasar, bazar, dan festival lokal yang pada akhirnya membentuk proses pembelajaran kontekstual yang mendorong peningkatan kompetensi secara bertahap. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap delapan pelaku UMKM yang aktif mengikuti event lokal, observasi lapangan, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa event lokal tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran nonformal berbasis pengalaman (*learning by doing*) yang mendorong pengembangan kompetensi komunikasi dan pelayanan, pengelolaan produk, adaptasi pasar, serta praktik manajerial dasar. Intensitas partisipasi dalam event lokal terbukti memengaruhi kedalaman dan keluasan kompetensi yang berkembang, di mana pelaku UMKM dengan tingkat partisipasi yang lebih tinggi menunjukkan perkembangan kompetensi yang lebih komprehensif. Temuan ini menegaskan peran strategis event lokal sebagai bagian dari ekosistem pengembangan SDM UMKM dan memberikan implikasi bagi perancangan event yang berorientasi pada penguatan kapasitas pelaku usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Event Lokal, Pengembangan SDM, Intensitas Partisipasi, *Experiential Learning*.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in local economic development; however, the development of human resource competencies among MSME actors remains a persistent challenge, particularly in the context of non-formal, practice-based learning. This study aims to examine the role of participation intensity in local events in fostering human resource competency development among MSMEs in Parepare City, Indonesia. Employing a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews with eight MSME actors actively participating in local events, supported by field observations and documentation. Data analysis followed the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that local events function not only as marketing platforms but also as experiential learning spaces that facilitate the development of communication and service competencies, product management, market adaptability, and basic managerial practices. Moreover, participation intensity significantly influences the depth and breadth of competency development, with MSMEs exhibiting higher participation intensity demonstrating more comprehensive competency enhancement. These findings position local events as a strategic component within the MSME human resource development ecosystem and highlight the importance of designing events that integrate learning-oriented capacity-building mechanisms.

Keywords: MSMEs, Local Events, Human Resource Development, Participation Intensity, *Experiential Learning*.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian lokal dan nasional di Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemerataan ekonomi. Keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan modal dan teknologi, melainkan juga oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku usaha yang mencakup pengetahuan, keterampilan teknis, dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar (Hariroh et al., 2024). Sejumlah penelitian, di antaranya Fitrianti (2023), Indriyani et al. (2023), serta Hardi et al. (2025), menunjukkan bahwa penguatan kompetensi SDM berkontribusi signifikan terhadap kinerja operasional, inovasi, dan keberlanjutan UMKM di berbagai konteks lokal.

Seiring meningkatnya aktivitas perkotaan, event lokal seperti bazar, pasar kreatif, dan festival kuliner semakin sering menjadi ruang interaksi ekonomi. Selain berfungsi sebagai sarana pemasaran, event lokal menyediakan konteks praktik langsung bagi pelaku UMKM untuk bertemu konsumen, menguji produk, dan mempraktikkan keterampilan pelayanan. Dalam perspektif pembelajaran pengalaman (*experiential learning*), pengalaman langsung semacam ini memungkinkan proses belajar yang bersifat kontekstual, reflektif, dan berulang yang berpotensi membentuk kompetensi kerja yang berkelanjutan (Kolb, 2015).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan kompetensi sumber daya manusia pada UMKM berkaitan erat dengan pembelajaran berbasis praktik dan pengalaman langsung. Hamsal et al. (2024) menemukan bahwa pelatihan dan pendampingan berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi manajerial dan adaptasi digital pelaku UMKM. Hariroh et al. (2024) menegaskan bahwa kualitas SDM berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM di tingkat lokal. Selain itu, Andiena et al. (2025) menemukan bahwa pengembangan kompetensi melalui pelatihan *soft skills* dan manajemen kinerja mampu meningkatkan kapasitas SDM UMKM secara terukur. Namun, sebagian besar studi tersebut masih berfokus pada intervensi formal yang terstruktur, seperti pelatihan dan program pendampingan, sementara kajian yang menempatkan event lokal sebagai ruang pembelajaran nonformal berbasis pengalaman terutama dengan mempertimbangkan intensitas partisipasi pelaku UMKM masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Penguatan daya saing UMKM tidak dapat dilepaskan dari kualitas sumber daya manusia (SDM), kemampuan adopsi teknologi, serta kolaborasi antar pelaku usaha. Harahap et al. (2025) menegaskan bahwa kompetensi SDM yang didukung oleh pemanfaatan teknologi dan pola kerja kolaboratif merupakan strategi kunci dalam memperkuat kinerja dan keberlanjutan UMKM di Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas UMKM perlu dilakukan secara integratif, tidak hanya pada aspek individu pelaku usaha, tetapi juga pada sistem dan jejaring usaha yang mendukung aktivitas ekonomi UMKM.

Meskipun literatur tentang pengembangan SDM UMKM telah berkembang, sebagian besar studi masih berfokus pada intervensi formal seperti pelatihan dan program pendampingan. Kajian yang secara eksplisit menempatkan intensitas partisipasi UMKM dalam event lokal sebagai variabel penentu kedalaman dan keluasan pengembangan kompetensi masih relatif terbatas. Bagaimanapun, frekuensi dan konsistensi keterlibatan dalam event dapat memengaruhi seberapa sering pelaku UMKM mendapatkan umpan balik pasar, kesempatan praktik, dan pengalaman manajerial yang nyata dengan memerhatikan faktor-faktor yang berpotensi berbeda secara substansial antara pelaku dengan intensitas partisipasi rendah dan tinggi.

Kontribusi penelitian ini bersifat teoretis dan praktis. Secara teoretis, studi ini memperkaya literatur pengembangan SDM UMKM dengan menegaskan posisi event lokal sebagai bagian dari ekosistem pembelajaran nonformal dan menyoroti intensitas partisipasi sebagai faktor pembeda dalam kedalaman pembelajaran.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam proses pembelajaran nonformal dan dinamika pengembangan kompetensi SDM UMKM melalui partisipasi dalam event lokal. Studi dilaksanakan di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, yang memiliki intensitas kegiatan publik tinggi seperti bazar dan festival kuliner sehingga relevan sebagai konteks interaksi ekonomi yang kaya bagi pelaku UMKM.

Subjek penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling* dengan melibatkan delapan informan pelaku UMKM. Kedelapan informan ini dipilih berdasarkan dua kriteria utama, yaitu keaktifan dalam mengikuti event lokal minimal tiga kali dalam setahun dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan operasional usaha. Jumlah delapan informan didasarkan pada prinsip saturasi data (*data saturation*), di mana penambahan informan dihentikan ketika tidak terdapat informasi baru yang signifikan yang dapat mengubah pola temuan (Creswell & Poth, 2017). Fokus utama penelitian ini diletakkan pada kedalaman dan kekayaan informasi yang menggambarkan variasi intensitas

partisipasi, mulai dari tingkat rendah hingga tinggi, guna memberikan pemahaman yang komprehensif dan kontekstual tanpa tujuan generalisasi statistik.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis. **Data primer** diperoleh langsung dari lapangan melalui tiga teknik pengumpulan data yang saling melengkapi, yaitu: (1) wawancara mendalam semi-terstruktur (*semi-structured in-depth interview*) yang dilakukan langsung kepada delapan informan pelaku UMKM; (2) observasi lapangan terhadap aktivitas nyata informan di lokasi event, mencakup interaksi dengan konsumen, pengelolaan stand, dan praktik manajerial; serta (3) dokumentasi pendukung berupa foto kegiatan, catatan lapangan, dan arsip data event. **Data sekunder** diperoleh dari studi literatur yang mencakup jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dan dokumen resmi terkait pengembangan SDM UMKM. Triangulasi sumber dan triangulasi teknik diterapkan untuk memastikan konsistensi dan validitas data yang diperoleh (Sugiyono, 2020).

Data yang terkumpul dianalisis secara tematik melalui tiga tahapan model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2020), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara iteratif untuk memastikan interpretasi tetap konsisten dengan realitas lapangan. Keabsahan data dijamin melalui strategi *member checking*, perpanjangan pengamatan, serta perbandingan antar sumber data guna memastikan bahwa temuan bersifat akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Creswell, 2019).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Informan dan Tingkat Partisipasi Event Lokal

Penelitian ini melibatkan delapan informan pelaku UMKM di Kota Parepare yang bergerak pada sektor kuliner dan non-kuliner, dengan variasi tingkat partisipasi dalam event lokal mulai dari intensitas rendah hingga tinggi. Event yang diikuti meliputi bazar UMKM, *Car Free Day* (CFD), festival kuliner, serta kegiatan publik di ruang terbuka seperti Lapangan Andi Makkasau. Variasi intensitas partisipasi ini menjadi konteks penting dalam menganalisis perbedaan pengalaman dan pengembangan kompetensi SDM antar pelaku UMKM. Berikut adalah ringkasan karakteristik informan:

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

No	Nama/Usaha	Jenis Usaha	Jenis Event	Intensitas	Fokus Kompetensi Berkembang
1	Ibu Hasna / Jajanan Viral	Kuliner	Bazar, CFD	Tinggi	COMM, PROD, ADAPT, BRAND
2	Asriana / Krepes Khas Turki	Kuliner	Festival Kuliner	Tinggi	COMM, PROD, ADAPT, MGMT
3	Wahyu / Es Kopi "Candu"	Minuman	Bazar, CFD	Tinggi	COMM, MGMT, BRAND, ADAPT, NETW
4	Bang Rijal / Perhiasan Trendy	Non-Kuliner	Pameran	Sedang/Tinggi	COMM, NETW, PROD, BRAND, NETW
5	Fajri (Fresh soda water)	Kuliner	CFD	Sedang	COMM, PROD, ADAPT, MGMT, NETW
6	Ibu Rita (Telur gulung)	Kuliner	Bazar	Rendah	COMM, PROD, MGMT, ADAPT
7	Linda (Es coklat creamy)	Non-Kuliner	Bazar	Rendah	COMM, PROD, ADAPT, MGMT, BRAND
8	Hasma (es the duahati)	Kuliner	CFD	Rendah	COMM, PROD

Sumber: Data Primer Penelitian, 2025

Event Lokal sebagai Media Pembelajaran Nonformal

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap delapan informan, seluruh informan menyatakan bahwa keterlibatan dalam event lokal memberikan pembelajaran praktis yang tidak diperoleh melalui pelatihan formal, melainkan melalui pengalaman langsung di lapangan—seperti berinteraksi dengan konsumen, mengelola stand penjualan, serta mengambil keputusan secara cepat dalam situasi yang dinamis. Kusmulyono (2023) mengungkapkan bahwa event lokal berfungsi sebagai media pembelajaran nonformal berbasis pengalaman bagi pelaku UMKM, di mana interaksi langsung dengan konsumen dan pengelolaan stand penjualan memberikan pembelajaran praktis yang spontan dan reflektif.

Ibu Hasna (Jajanan Viral) menyampaikan secara langsung bahwa pengalaman di event membentuk pemahaman praktisnya tentang perilaku konsumen, sebagaimana dikutip berikut:

"Di bazar saya belajar langsung kalau tata display yang rapi bikin pelanggan mampir." (Ibu Hasna, wawancara, 2025)

Temuan ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran berlangsung secara kontekstual, spontan, dan reflektif, sehingga memperkuat kompetensi kerja pelaku UMKM dalam situasi nyata. Event lokal, dalam hal ini, tidak hanya berperan sebagai ruang transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai arena pembelajaran berbasis pengalaman yang memperkaya kapasitas SDM UMKM (Wahid et al., 2025).

Pengembangan Kompetensi Komunikasi dan Pelayanan (COMM)

Kompetensi komunikasi dan pelayanan merupakan aspek yang paling dominan berkembang pada seluruh informan, terutama pada pelaku UMKM yang rutin mengikuti event. Interaksi langsung dan intens dengan konsumen mendorong peningkatan keterampilan komunikasi persuasif, kemampuan menyampaikan informasi produk secara jelas, serta pelayanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan.

Wahid et al. (2025) mengungkapkan bahwa interaksi intensif di event meningkatkan keterampilan komunikasi persuasif dan pelayanan responsif, terutama pada partisipan rutin, melalui *repetitive practice*. Bazar UMKM memfasilitasi komunikasi langsung antara pedagang dan konsumen, memperkuat *soft skills* seperti pemahaman preferensi pelanggan. Pelaku UMKM dengan intensitas event tinggi menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan interpersonal yang lebih baik dibandingkan pelaku dengan intensitas rendah, mengindikasikan bahwa frekuensi partisipasi event memberikan ruang latihan berulang yang secara bertahap memperkuat kompetensi komunikasi.

Pengelolaan Produk dan Adaptasi terhadap Pasar (PROD & ADAPT)

Event lokal dimanfaatkan oleh pelaku UMKM sebagai ruang uji coba produk sekaligus sarana memperoleh umpan balik langsung dari konsumen. Melalui interaksi selama event, pelaku UMKM memperoleh masukan terkait rasa, tampilan, kemasan, hingga harga produk, yang kemudian dijadikan dasar dalam melakukan penyesuaian. Wahid et al. (2025) mengatakan bahwa partisipasi dalam pameran atau bazar kewirausahaan memberikan pengalaman praktik langsung, seperti validasi pasar dan komunikasi produk, yang memperkaya kompetensi kerja secara kontekstual.

Asriana (Krepes Khas Turki) menyampaikan:

"Di festival saya diberi tahu pengunjung kalau rasanya terlalu manis, jadi saya langsung ubah resep." (Asriana, wawancara, November 2024)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa event lokal mendorong terbentuknya kompetensi adaptasi pasar, di mana pelaku UMKM belajar melakukan refleksi dan penyesuaian produk secara cepat berdasarkan respons konsumen. Proses ini memperkuat kemampuan analisis pasar dan fleksibilitas usaha yang menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan UMKM (Pakpahan, 2025).

Pengembangan Kompetensi Manajemen Usaha dan Branding (MGMT & BRAND)

Pengembangan kompetensi manajerial dan branding terutama ditemukan pada pelaku UMKM yang sering berpartisipasi dalam event berskala besar atau yang diselenggarakan secara rutin. Tekanan operasional selama event mendorong pelaku usaha untuk mulai menerapkan praktik manajemen sederhana, seperti pengaturan stok bahan baku, pembagian tugas kerja, serta pengendalian kualitas produk. Wahyu (Es Kopi "Candu") menyatakan:

"Adanya event seperti ini, memaksa saya bikin SOP sederhana supaya rasa tetap sama walau ramai." (Wahyu, wawancara, Desember 2024)

Selain itu, event lokal juga dimanfaatkan sebagai media promosi langsung untuk memperkuat identitas merek melalui kemasan, logo, dan teknik penawaran produk. Hal ini sejalan dengan temuan Hasbi dan Dewi (2024) yang menunjukkan bahwa pendidikan pemasaran berbasis pengalaman

mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan kemampuan *branding* yang lebih adaptif terhadap dinamika pasar.

Pengembangan Jejaring Usaha (NETW)

Pengembangan jejaring usaha (*networking*) muncul secara signifikan pada pelaku UMKM non-kuliner, khususnya yang menjual produk dengan potensi distribusi ulang. Event lokal mempertemukan pelaku usaha dengan sesama UMKM, calon mitra, dan *reseller* potensial, sehingga membuka peluang kolaborasi dan ekspansi pasar. Bang Rijal (Perhiasan Trendy) menyatakan:

"Pameran membantu saya dapat dua reseller baru." (Bang Rijal, wawancara, Desember 2024)

Namun demikian, kompetensi jejaring usaha belum dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh informan, terutama pelaku usaha mikro yang masih berfokus pada aktivitas operasional harian. Hal ini mengindikasikan adanya perbedaan orientasi pengembangan usaha, di mana sebagian pelaku UMKM masih memandang event sebatas ruang penjualan, bukan sebagai sarana strategis untuk membangun jaringan bisnis jangka panjang. Sejalan dengan pendapat Wahid et al. (2025), bazar membuka jejaring usaha yang memperluas pasar dan mendorong kolaborasi antar-UMKM.

Matriks Pengkodean Tematik Pengembangan Kompetensi SDM

Untuk memperlihatkan perbandingan kemunculan dan kekuatan indikator kompetensi SDM berdasarkan intensitas keikutsertaan event masing-masing pelaku UMKM, hasil analisis tematik disajikan dalam matriks berikut. Indikator kompetensi mencakup **COMM** (komunikasi & pelayanan), **PROD** (produk & display), **MGMT** (manajemen usaha), **BRAND** (branding & promosi), **ADAPT** (adaptasi pasar), dan **NETW** (jejaring usaha).

Tabel 2. Matriks Pengkodean Tematik Pengembangan Kompetensi SDM UMKM melalui Event Lokal

No	Informan (Produk)	Intensitas Event	COMM (Komunikasi & Pelayanan)	PROD (Produk & Display)	MGMT (Manajemen)	BRAND (Branding & Promosi)	ADAPT (Adaptasi)	NETW (Jejaring)
1	Ibu Hasna (jajanan viral)	Tinggi	✓✓	✓✓	✓	✓	✓✓	—
2	Fajri (Fresh soda water)	Sedang	✓✓	✓	✓	—	✓✓	✓
3	Wahyu (Es Kopi "Candu")	Sedang	✓	✓✓	—	✓	—	✓
4	Ibu Rita (Telur Gulung)	Rendah	✓	✓	✓✓	—	✓	—
5	Asriana (Krepes Turki)	Sedang	✓✓	✓	✓	✓✓	✓✓	✓
6	Linda (Es Coklat Creamy)	Rendah	✓	✓✓	✓✓	✓	✓✓	—
7	Bang Rijal (Perhiasan Trendy)	Sedang-Tinggi	✓	✓✓	✓	✓✓	✓	✓
8	Ibu Hasma (es Teh Duahati)	Rendah	✓	✓	—	—	—	—

Ket: ✓ = muncul; ✓✓ = muncul dominan/kuat; — tidak muncul signifikan.

Sumber: Data Primer Penelitian, 2025

Berdasarkan matriks tersebut, kompetensi komunikasi dan pelayanan (COMM) merupakan aspek yang paling dominan dan berkembang secara merata pada seluruh informan tanpa memandang tingkat intensitas partisipasi. Kompetensi pengelolaan produk (PROD) dan adaptasi pasar (ADAPT) dominan pada informan dengan frekuensi event sedang hingga tinggi, mengindikasikan bahwa event berfungsi sebagai *market testing ground* yang mendorong penyesuaian produk dan tampilan visual. Kompetensi manajerial (MGMT) dan branding (BRAND) berkembang lebih kuat pada pelaku dengan partisipasi tinggi karena mereka mengadopsi praktik seperti pengaturan stok, pembagian tugas, dan standardisasi produk. Sementara kompetensi jejaring (NETW) cenderung muncul pada usaha non-kuliner dan event berskala pameran. Secara

keseluruhan, intensitas partisipasi merupakan faktor pembeda utama antara keluasaan dan kedalaman pengembangan SDM.

Perbedaan Pengembangan Kompetensi Berdasarkan Intensitas Partisipasi

Analisis komparatif menunjukkan bahwa pelaku UMKM dengan intensitas partisipasi event tinggi mengalami pengembangan kompetensi SDM yang lebih komprehensif, mencakup aspek komunikasi, adaptasi pasar, manajemen usaha, dan branding, sementara pelaku dengan intensitas rendah hanya mengalami peningkatan kompetensi dasar operasional. Temuan ini bersesuaian dengan hasil Pakpahan (2025) yang menyatakan bahwa frekuensi pelatihan dan eksposur memengaruhi tingkat adopsi dan manfaat bagi skala UMKM yang berbeda.

Intensitas event merupakan faktor kunci dalam menentukan kedalaman pembelajaran nonformal, di mana partisipasi berulang memungkinkan *repetitive practice* yang memperkuat kapasitas usaha secara menyeluruh. Dengan demikian, event lokal dapat diposisikan sebagai instrumen strategis pengembangan SDM UMKM berbasis pengalaman, terutama jika dirancang secara rutin untuk memaksimalkan efek akumulatif pembelajaran.

Pembahasan

Peran Intensitas Partisipasi dalam Event Lokal terhadap Pengembangan Kompetensi SDM UMKM

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa event lokal berfungsi tidak hanya sebagai ajang transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran nonformal berbasis pengalaman yang secara nyata mendorong pengembangan kompetensi SDM pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan kerangka *experiential learning* Kolb (2015) yang menekankan bahwa kompetensi terbentuk melalui siklus pengalaman langsung refleksi konseptualisasi eksperimentasi. Dalam konteks event lokal, setiap sesi bazar atau festival berfungsi sebagai satu putaran siklus tersebut: pelaku UMKM menghadapi situasi nyata, merefleksikan respons konsumen, mengonseptualisasikan penyesuaian yang diperlukan, lalu mengujinya pada event berikutnya. Sukardi et al. (2022) mengonfirmasi bahwa implementasi *experiential learning* di lingkup kewirausahaan secara konsisten menghasilkan kompetensi yang lebih aplikatif dan kontekstual dibandingkan pembelajaran berbasis kelas.

Intensitas partisipasi terbukti menjadi variabel penentu utama dalam kedalaman dan keluasaan kompetensi yang berkembang. Pelaku UMKM dengan partisipasi tinggi mengembangkan rata-rata empat hingga lima dimensi kompetensi sekaligus komunikasi dan pelayanan, pengelolaan produk, manajemen usaha, *branding*, dan adaptasi pasar sedangkan pelaku dengan intensitas rendah hanya mengembangkan kompetensi komunikasi dasar. Perbedaan ini terjadi melalui tiga mekanisme yang saling memperkuat: (1) **latihan berulang** yang mengkristalkan keterampilan komunikasi dan pelayanan menjadi kapabilitas melekat; (2) **akumulasi umpan balik pasar** yang mempertajam kemampuan adaptasi produk dan strategi harga; serta (3) **tekanan operasional** yang mendorong formalisasi praktik manajerial sederhana seperti penyusunan SOP dan pembagian tugas (Wahid et al., 2025; Pakpahan, 2025).

Dari perspektif teori pengembangan SDM (*Human Resource Development/HRD*) dan produktivitas kerja, event lokal menjadi media yang mengintegrasikan proses pembelajaran dengan kerja nyata secara alamiah. Hariroh et al. (2024) menegaskan bahwa dalam perspektif HRD, pengembangan kompetensi merupakan proses peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang berdampak langsung pada kinerja. Hardi et al. (2025) menambahkan bahwa kapasitas yang berkembang melalui pengalaman langsung berdampak pada efisiensi dan efektivitas operasional usaha. Event lokal mewujudkan keduanya secara bersamaan: pelaku UMKM mengembangkan kompetensi sambil menjalankan usaha sehingga pembelajaran dan produktivitas terjadi dalam satu proses yang tidak terpisah. Temuan spesifik menunjukkan kompetensi komunikasi dan pelayanan berkembang pada seluruh informan tanpa terkecuali sesuai dengan Hamsal et al. (2024) yang menyatakan interaksi pasar langsung sebagai pemicu utama penguatan *soft skills*. Sementara itu, kompetensi manajerial dan *branding* yang lebih menonjol pada pelaku partisipasi tinggi diperkuat oleh temuan Hasbi dan Dewi (2024) serta Indriyani et al. (2023) yang menempatkan kompetensi SDM sebagai faktor determinan efektivitas pengelolaan usaha dan kinerja UMKM.

Kompetensi jejaring usaha (NETW) berkembang signifikan pada pelaku UMKM non-kuliner dan event berskala pameran, namun belum dimanfaatkan optimal oleh pelaku mikro yang masih berorientasi transaksi harian. Kondisi ini mengindikasikan bahwa potensi event lokal sebagai arena membangun relasi bisnis jangka panjang seperti menemukan *reseller* atau mitra distribusi masih memerlukan pengarahan lebih terstruktur dari penyelenggara dan pendamping UMKM (Andiena et al., 2025).

Secara teoretis, temuan ini memperluas kerangka *experiential learning* Kolb (2015) dengan menambahkan dimensi frekuensi/eksposur sebagai variabel penentu dalam konversi pengalaman

menjadi kompetensi. Intensitas bukan sekadar variabel kuantitatif, melainkan konstruk substantif yang memoderasi efektivitas pembelajaran nonformal berbasis event memberikan dasar konseptual bagi penelitian selanjutnya yang ingin memodelkan hubungan eksposur praktis dengan kapabilitas operasional UMKM (Kusmulyono, 2023). Secara praktis, temuan ini memberikan landasan bagi penyelenggara event dan lembaga pendamping untuk membangun kalender event yang rutin, terstruktur, dan berkelanjutan, serta mengintegrasikan aktivitas refleksi singkat seperti sesi *feedback* cepat atau *micro-workshop* di sela-sela event agar konversi pengalaman menjadi kompetensi berlangsung lebih optimal. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan delapan informan di satu kota yang membatasi *transferability* temuan; studi komparatif lintas-kota, penelitian longitudinal, atau pendekatan metode campuran diperlukan untuk mengukur hubungan intensitas–kompetensi secara lebih terukur dan dapat digeneralisasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran intensitas partisipasi pelaku UMKM dalam event lokal terhadap pengembangan kompetensi sumber daya manusia di Kota Parepare. Berdasarkan hasil analisis kualitatif dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa event lokal tidak hanya berfungsi sebagai media pemasaran, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran nonformal yang berkontribusi nyata terhadap penguatan kompetensi SDM UMKM.

Temuan utama menunjukkan bahwa intensitas partisipasi menjadi faktor pembeda yang signifikan dalam kedalaman pengembangan kompetensi. Pelaku UMKM dengan tingkat partisipasi yang lebih tinggi cenderung mengalami peningkatan kompetensi yang lebih komprehensif, khususnya pada aspek komunikasi dan pelayanan pelanggan, pengelolaan produk dan display, kemampuan adaptasi terhadap umpan balik pasar, serta penerapan praktik manajerial dasar. Proses pembelajaran ini berlangsung melalui mekanisme pengalaman langsung, refleksi atas respons pasar, dan penyesuaian berulang terhadap praktik usaha.

Secara teoretis, penelitian ini menegaskan relevansi pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) dalam konteks pengembangan SDM UMKM, sekaligus memperluas kajian dengan menempatkan intensitas partisipasi event sebagai elemen penting yang memengaruhi efektivitas pembelajaran nonformal. Dengan demikian, event lokal dapat dipahami sebagai bagian dari ekosistem pembelajaran UMKM yang bersifat kontekstual dan adaptif, terutama pada tingkat lokal seperti Kota Parepare.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran diajukan sebagai berikut. Pertama, bagi pemerintah daerah dan penyelenggara event, perlu adanya pergeseran orientasi dalam perancangan event lokal dari sekadar kegiatan promosi dan transaksi ekonomi menuju platform pembelajaran berkelanjutan bagi UMKM. Penyelenggaraan event yang lebih rutin, terstruktur, dan berkelanjutan berpotensi meningkatkan intensitas partisipasi pelaku UMKM dan memperkuat dampak pembelajaran yang dihasilkan.

Kedua, bagi lembaga pendamping UMKM, event lokal dapat dimanfaatkan sebagai sarana pendampingan kontekstual melalui integrasi aktivitas refleksi singkat, umpan balik pasar, dan penguatan praktik manajerial sederhana secara langsung di lokasi event. Ketiga, bagi pelaku UMKM, keterlibatan aktif dan berkelanjutan dalam event lokal perlu dipandang sebagai investasi pembelajaran, bukan semata-mata sebagai peluang penjualan jangka pendek. Keempat, bagi penelitian selanjutnya, disarankan mengembangkan studi dengan cakupan lokasi yang lebih luas atau menggunakan pendekatan kuantitatif maupun metode campuran untuk menguji hubungan antara intensitas partisipasi event dan pengembangan kompetensi SDM secara lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiena, P. A., Putri, N., Lestari, A., Afiat, M. N., Amelya, D., & Amelia, W. (2025). Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Soft Skills dan Manajemen Kinerja di UMKM. *Community Development Journal*, 6(3), 4092–4095. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i3.45736>
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.

- Fitrianti, A. N. (2023). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM Kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen "EMOR,"* 6(2), 260. <https://doi.org/10.32529/jim.v6i2.1999>
- Hamsal, Saiful, Hidayat, & Hanafi, I. (2024). Pelatihan Pengelolaan SDM di Era Digital pada UMKM di Desa Tanah Merah. *IJTIMA': Jurnal Pengabdian Masyarakat,* 1(2), 27–32. <https://doi.org/10.25299/ijtima.2024.16768>
- Harahap, M. A. K., Apramilda, R., Wahyuningratna, R. N., Husaini, H., Ariyanti, R., & Hendratni, T. W. (2025). Peran Kompetensi SDM, Adopsi Teknologi dan Kolaborasi dalam Organisasi: Upaya Penguatan UMKM Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan,* 3(4), 5288–5293. <https://doi.org/10.31004/ierkin.v3i4.1382>
- Hardi, R., Manullang, M., & Munthe, R. A. (2025). Pengaruh Kompetensi SDM terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. *BASELINE: Jurnal Mahasiswa Magister Manajemen,* 2(3), 430–438. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/BASELINE/article/view/28565/8150>
- Hariroh, F. M. R., Nur, A., Sandi, P. H., Hermiati, N. F., & Aprilia, W. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia UMKM dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia,* 2(February), 4–6. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v2i1.303>
- Hasbi, I., & Dewi, Y. S. (2024). Entrepreneurial Marketing Education for Small and Medium Enterprises (SMEs), 392–412.
- Indriyani, D., Gunawan Aji, Amalia Karimah, Pipit Fitriani, & Isna Amaliya. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kompetensi SDM, Pengelolaan Keuangan dan Sistem Informasi Akuntansi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis,* 2(2), 184–193. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i2.1551>
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (2nd ed.). Pearson Education, Inc.
- Kusmulyono, M. S. (2023). Studi Eksplorasi Manfaat dan Tantangan Pembelajaran Kewirausahaan Melalui Pameran Usaha. *Jurnal Bisnis dan Manajemen,* 1(3), 21–34. <http://dx.doi.org/10.59407/jmie.v1i2.528>
- Pakpahan, F. (2025). Analisis Dampak Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan,* 5(2), 655–669. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.6449>
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen,* 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta.
- Sukardi, Mahyuni, & Wardana, L. A. (2022). The Conformity of Kolb's Experiential Learning Implementation in Indonesia University's Entrepreneurial Learning. *Eurasian Journal of Educational Research,* 2022(99), 62–80. <https://doi.org/10.14689/ejer.2022.99.004>
- Wahiid, H. N., Melati, R., Lambang, F. A., Safitri, A. M., & Azizah, N. et al. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Kegiatan Bazar di Kelurahan Ngronggo. *Proceedings of The National Conference on Community Engagement,* 2, 63–72. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/ncce/article/view/7000>