



Inovasi Sumber Daya Manusia Dalam Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Digital Pada UKM Di Desa Sasahan

Harry Triana^{1*}, Sela Novitasari², Moch Alif Hidayatullah³, Almeida Dwi Syakira⁴
¹²³⁴*Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang*

Email:

¹dosen02740@unpam.ac.id, ²dosen10128@unpam.ac.id,

³alifhidayatullah@gmail.com, ⁴almeidadwi@unpam.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini menjelajahi signifikansi inovasi sumber daya manusia dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing bisnis di era digital, dengan fokus khusus pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Desa Sasahan. Dengan kemajuan teknologi yang pesat dan meningkatnya digitalisasi pasar, UKM dihadapkan pada tantangan untuk tetap bersaing di era digital. Melalui analisis kualitatif dan studi kasus, penelitian ini menyelidiki peran inovasi sumber daya manusia, terutama dalam bidang pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan keterampilan komunikasi, dalam memberdayakan UKM untuk berkembang di era digital. Temuan penelitian menekankan pentingnya memberi UKM keterampilan digital dan kemampuan komunikasi yang diperlukan untuk memasarkan produk dan layanan mereka secara efektif, menjangkau basis pelanggan yang lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka di pasar digital.

Kata Kunci : Inovasi sumber daya manusia, pemasaran, daya saing bisnis

ABSTRACT

This study explores the significance of human resource innovation in marketing to enhance business competitiveness in the digital era, particularly focusing on small and medium-sized enterprises (SMEs) in Sasahan Village. With the rapid advancement of technology and the increasing digitalization of markets, SMEs face the challenge of staying competitive in the digital landscape. Through qualitative analysis and case studies, this research investigates the role of human resource innovation, particularly in the areas of digital technology utilization and communication skills development, in empowering SMEs to thrive in the digital age. The findings underscore the importance of equipping SMEs with the necessary digital skills and communication capabilities to effectively market their products and services, reach a wider customer base, and ultimately improve their competitiveness in the digital marketplace.

Keywords : Human resource innovation, marketing, business competitiveness

PENDAHULUAN

Di tengah perubahan global yang dipicu oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), era digital telah menciptakan tantangan baru dan peluang besar bagi pelaku bisnis, termasuk Usaha Kecil dan

Menengah (UKM) di daerah pedesaan seperti Desa Sasahan. UKM memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, menyediakan lapangan kerja, dan menjadi tulang punggung pembangunan di tingkat lokal. (Achidat, 2022) Namun, seringkali

mereka menghadapi kendala dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat, terutama dalam memanfaatkan inovasi sumber daya manusia (SDM) untuk meningkatkan daya saing mereka dalam era digital Desa Sasahan, sebagai komunitas pedesaan, mungkin menghadapi tantangan tambahan dalam mengakses teknologi dan sumber daya yang diperlukan untuk berinovasi dan bersaing dalam pasar global yang semakin terhubung. (Lulu Ulfa Sholihannisa, 2021). Oleh karena itu, penelitian tentang inovasi SDM dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing bisnis UKM di Desa Sasahan sangat relevan dan penting. Dengan memahami inovasi SDM dan strategi pemasaran yang tepat, UKM di Desa Sasahan dapat :

- 1) Meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas mereka di pasar digital, yang dapat meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan.
- 2) Meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan melalui penggunaan teknologi digital dan strategi pemasaran yang efektif.
- 3) Meningkatkan efisiensi operasional dan manajemen bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi.
- 4) Mengembangkan diferensiasi produk

dan layanan mereka, memungkinkan mereka bersaing lebih baik dengan perusahaan besar atau pesaing lokal. (Anggraeny Puspaningtyas, 2020)

Dengan menerapkan inovasi SDM dalam pemasaran, UKM di Desa Sasahan dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital. Mereka dapat meningkatkan daya saing mereka, memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan, dan akhirnya, berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan dan pembangunan ekonomi lokal. (Ali Huzaifi, 2022) Pelaksanaan PKM dibagi menjadi lima bagian yaitu tahap diskusi anggota dan pendampingan, tahap ini akan dilakukan apa saja yang diperlukan untuk program pelatihan dan melihat bagaimana karakteristik UKM di desa Sasahan. Selain itu juga melihat produk apa saja yang sudah mereka hasilkan atau produk apa saja yang akan menjadi peluang untuk membuka bisnis atau usaha yang akan mereka terapkan.

Tahap pembentukan struktur organisasi dilakukan agar setiap anggota UKM dapat bertanggung jawab dengan tugas yang telah dibagi dan semua tugas atau kegiatan dapat berjalan dengan lancar. (Yulia Segarwati, 2020) Tahap pelaksanaan yaitu bagaimana kita memberi pelatihan

kepada anggota UKM di desa Sasahan. Tahap pelatihan dasar, menengah, dan secara spesifik, tahap ini bertujuan untuk melatih anggota UKM di desa Sasahan agar mengerti inovasi SDM di dalam pemasaran. Tahap evaluasi dilakukan setelah pelatihan berlangsung guna melihat kekurangan atau kendala yang timbul setelah adanya pelatihan tersebut. Tujuan tahap ini yaitu untuk mengamati serta menganalisis keberhasilan pelatihan ini. Hasil simpulan ini akan dijadikan dasar dalam pembuatan laporan PKM dan juga sebagai acuan dalam pengembangan PKM selanjutnya. (Sovania, 2022) Tahap pembuatan laporan adalah tahap akhir dari tahap program ini. Tahap ini dilakukan untuk menyusun semua data yang telah didapat dari kegiatan sebelumnya agar dalam penyusunannya diperoleh hasil yang lebih baik. Dengan adanya sosialisasi inovasi SDM dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing bisnis di era digital pada UKM di desa Sasahan sekaligus dalam rangka pengembangan produktivitas dan dapat membantu pemasaran produk dengan cara yang berbeda serta mampu mengembangkan produk yang lebih

menarik dan inovatif (Angga Pramadjaya, 2023)

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode kegiatan yang digunakan kepada anggota UKM Desa Sasahan adalah berupa seminar dan pendampingan, selanjutnya mereka akan diberikan sesi tanya jawab tentang inovasi SDM, daya saing bisnis dan era digital. Program Pengabdian Kepada Masyarakat di UKM Desa Sasahan dibagi menjadi 3 tahap yaitu tahap pertama persiapan yaitu survei lapangan, tahap kedua pelaksanaan yaitu pemberian materi dan pelatihan, tahap ketiga evaluasi. Berikut adalah bagan alur dari setiap rangkaian kegiatan.

1. Tahap Persiapan

Adapun tahap-tahap yang kami lakukan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi a) survei awal, pada tahap ini dilakukan survei ke lokasi UKM Desa Sasahan, Waringinkurung, Kabupaten Serang, Banten 42453. b) setelah survei maka ditetapkan waktu pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan. c) Penyusunan bahan/materi pelatihan yang meliputi: slide dan makalah untuk kegiatan tentang arti penting inovasi SDM dalam pemasaran, peningkatan daya saing bisnis dan era digital.

2. Tahap Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjalan dari tanggal 25 April 2024 sampai dengan tanggal 26 April 2024. Keseluruhan program PKM ini dilaksanakan di UKM Desa Sasahan yang berada Desa Sasahan, Waringinkurung, Kab. Serang, Banten 42453. Kegiatan pengabdian ini dikemas dalam bentuk workshop. Untuk memberikan solusi terhadap permasalahan di atas maka alternatif tindakan meliputi tahapan-tahapan yaitu :Ceramah Materi Pelatihan yang terdiri dari a) Inovasi SDM dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing bisnis di era digital, sehingga menjadi SDM yang tangguh agar target dapat tercapai sesuai waktu yang ditentukan dengan meminimalisasi biaya yang timbul

3. Penyusunan Action Plan SDM & Pemasaran.

Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk inovasi sumber daya manusia (SDM) dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing bisnis dapat dilakukan melalui beberapa metode pelaksanaan yang sistematis dan terstruktur. Berikut adalah langkah-langkah dan metode pelaksanaan yang

dapat diadopsi untuk mengimplementasikan program pengabdian ini:

a. Identifikasi Kebutuhan dan Potensi Organisasi

Survei kebutuhan untuk memahami kebutuhan pelaku bisnis lokal dalam hal pemasaran dan pengembangan SDM. Wawancara dan diskusi dengan mengadakan wawancara dan diskusi dengan pemimpin bisnis lokal, asosiasi bisnis, dan komunitas untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada.

b. Perencanaan Program

Penyusunan rencana pelaksanaan yaitu dengan menyusun rencana pelaksanaan yang detail mencakup tujuan, sasaran, metode, jadwal, dan anggaran. Kolaborasi dengan stakeholder: Bekerja sama dengan universitas, pemerintah lokal, dan organisasi non-pemerintah untuk mendukung program

c. Desain dan Pengembangan materi pelatihan

Kurikulum Pelatihan: Merancang kurikulum pelatihan yang mencakup topik-topik seperti pemasaran digital, manajemen merek, analisis pasar, dan strategi penjualan.

Pembuatan Modul: Mengembangkan modul dan materi pelatihan yang praktis dan aplikatif, disertai studi kasus yang relevan dengan bisnis lokal.

d. Pelaksanaan program pelatihan dan pengembangan

Pelatihan berbasis proyek dengan melaksanakan pelatihan yang berbasis proyek nyata sehingga peserta dapat langsung menerapkan pengetahuan yang didapat. Mentorship dan Coaching: Menyediakan program mentorship dan coaching di mana pelaku bisnis lokal mendapatkan bimbingan langsung dari mentor yang berpengalaman.

e. Implementasi Teknologi dalam Pemasaran

Pelatihan Teknologi Digital: Memberikan pelatihan mengenai penggunaan alat-alat pemasaran digital seperti media sosial, SEO, SEM, dan analitik data. Pengembangan website dan e-commerce dengan membantu bisnis lokal mengembangkan website dan platform e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan online.

f. Manajemen Merek

Memberikan wawasan tentang bagaimana membangun dan mengelola merek yang kuat.

g. Implementasi Teknologi dalam Pemasaran

Pelatihan Teknologi Digital: Memberikan pelatihan mengenai

penggunaan alat-alat pemasaran digital seperti media sosial, SEO, SEM, dan analitik data. Pengembangan Website dan E-commerce: Membantu bisnis lokal mengembangkan website dan platform e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan online.

h. Evaluasi dan Monitoring

Penilaian Kinerja dengan melakukan penilaian kinerja peserta pelatihan melalui evaluasi sebelum dan sesudah program. Feedback dan penyesuaian dengan mengumpulkan feedback dari peserta untuk mengetahui efektivitas program dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

i. Pengembangan Berkelanjutan

Program Pelatihan Lanjutan: Menyediakan program pelatihan lanjutan untuk peserta yang ingin memperdalam pengetahuan dan keterampilan mereka. Komunitas praktisi dengan membentuk komunitas praktisi pemasaran di mana pelaku bisnis dapat saling berbagi pengalaman dan belajar bersama.

j. Dokumentasi dan Publikasi

Dokumentasi Kegiatan: Mendokumentasikan semua kegiatan pelatihan dan pengembangan untuk keperluan evaluasi dan laporan. Publikasi Hasil: Mempublikasikan hasil dan dampak program melalui media sosial, website, dan publikasi lokal untuk meningkatkan

kesadaran dan menarik partisipasi lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Foto Kegiatan PKM

Kegiatan pengabdian ini dikemas dalam bentuk workshop. Untuk memberikan solusi terhadap permasalahan di atas maka alternatif tindakan meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Ceramah Materi Pelatihan yang terdiri dari inovasi SDM dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing bisnis di era digital, sehingga menjadi SDM yang tangguh agar target dapat tercapai sesuai waktu yang ditentukan dengan meminimalisasi biaya yang timbul
2. Penyusunan Action Plan SDM & Pemasaran yang telah dilaksanakan dengan meningkatkan efiseinsi operasional melalui adopsi teknologi dengan meningkatkan visibilitas dan

penjualan melalui strategi pemasaran yang efektif.

3. Perencanaan program pelatihan dan pengembangan SDM yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam menggunakan alat pemasaran digital.
4. Pengembangan strategi pemasaran yaitu dengan menganalisis pasar dan pesaing yang bertujuan meriset pasar, analisis SWOT, dan studi kasus yang berkelanjutan.

Pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada inovasi sumber daya manusia dalam pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas masyarakat, khususnya pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran. Berikut adalah beberapa hasil yang dapat dicapai dari kegiatan pengabdian ini yaitu:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital dengan mengadakan Pelatihan dan workshop tentang dasar-dasar pemasaran digital, termasuk SEO (Search Engine Optimization), media sosial, dan e-commerce. Peningkatan kemampuan dalam menggunakan alat dan platform digital seperti Google Analytics, Facebook Ads, Instagram, dan marketplace online.
2. Pengembangan strategi pemasaran digital yaitu dengan Membantu peserta menyusun strategi pemasaran digital yang

efektif sesuai dengan target pasar mereka. Membangun rencana pemasaran yang melibatkan konten kreatif, kampanye media sosial, dan penggunaan influencer lokal.

3. Implementasi teknologi dan alat pemasaran digital yaitu dengan mengajarkan penggunaan alat otomatisasi pemasaran seperti email marketing, CRM (Customer Relationship Management), dan alat manajemen media sosial. Mengimplementasikan teknologi e-commerce untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.

4. Peningkatan kompetensi SDM dalam pemasaran digital yaitu dengan Mengidentifikasi dan mengembangkan talenta lokal yang memiliki potensi dalam bidang pemasaran digital. Membentuk tim pemasaran digital internal yang mampu mengelola dan menjalankan strategi pemasaran digital secara mandiri.

5. Dampak Positif pada UMKM yaitu dengan meningkatkan omset penjualan dan jumlah pelanggan melalui pemasaran digital. Pengembangan brand awareness yang lebih luas dan engagement yang lebih tinggi dengan pelanggan. Diversifikasi saluran pemasaran yang tidak hanya

mengandalkan metode tradisional tetapi juga digital.

6. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja: Membantu UMKM dalam mengukur dan mengevaluasi kinerja pemasaran digital melalui berbagai metrik seperti ROI (Return on Investment), CTR (Click-Through Rate), dan konversi. Memberikan feedback dan saran perbaikan berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di desa sasaran berjalan dengan baik dan banyak dari pelaku UMKM di daerah tersebut yang mengadopsi yang telah dijelaskan oleh pemateri. Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjalan dari tanggal 25 April 2024 sampai dengan tanggal 26 April 2024 Keseluruhan program PKM ini dilaksanakan di UKM Desa Sasahan yang berada Desa Sasahan, Waringinkurung, Kab. Serang, Banten 42453.

KESIMPULAN

1. Peningkatan kompetensi digital dengan penguasaan teknologi digital dan media sosial oleh SDM menjadi faktor utama dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

2. Pemanfaatan platform digital dengan penggunaan platform e-commerce dan media sosial oleh UKM di Desa Sasahan

telah membantu dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar, baik secara lokal maupun global.

3. Kreativitas dan Inovasi Produk: SDM yang inovatif dan kreatif dalam menciptakan dan mempromosikan produk mampu menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

SARAN

1. Pelatihan dan Pengembangan: Menyelenggarakan program pelatihan rutin untuk meningkatkan kompetensi digital dan keterampilan pemasaran SDM, termasuk penggunaan media sosial, SEO, dan analitik digital.

2. Pelaksanaan PkM dalam hal Investasi dalam Teknologi yaitu dengan meningkatkan investasi dalam teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung aktivitas pemasaran digital. Ini termasuk pengadaan perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan.

REFERENSI

- Achidat. (2022). Peran Organisasi Dalam Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa Cibinong Gn. Sindur Bogor (Studi Kasus : CV Kreasi Mandiri). *Achidat Rachmadanu, Addienna Eka Rizki Mulyawati, Dicki Fernando, Tamil Arif*, 61-68.
- Ali Huzaifi, F. H. (2022). Peran Sumber Daya Manusia Dalam

Mengembangkan Kinerja Pada UMKM Griya Cendekia Di Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. *JIMAWAbdi Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi*, 1-14.

Angga Pramadjaya, I. R. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pada Sekolah SMAS Daarurrahman Walantaka. *Prosiding Senantias : Seminar Nasional Hasil Penelitian dan PkM*, 438-445.

Anggraeny Puspaningtyas, A. H. (2020). PKM Pengembangan Sumberdaya Manusia Untuk Pemasaran Online Usaha Kevil Menengah "Kedurus Sejahtera" Surabaya. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 14-17.

Anita Wulandari, R. D. (2023). Optimalisasi Sumber Daya Manusia Melalui Pendampingan Pada UMKM di Kelurahan Karangtengah. *JIPM : Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 105-111.

Fahmi Susanti, V. H. (2021). Meningkatkan SDM Yang Kreatif dan Produktif Dalam Memasarkan Produk Dengan Modal Seminin Mungkin. *JIMAWAbdi Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi*, 82-85.

Lulu Ulfa Sholihannisa, H. M. (2021). Peningkatan Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kursi Bambu Desa Ciranjang. *Aksiologiya : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 137-145.

Moh. Kurdi, D. A. (2024). Pendampingan UMKM : Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Bintang Emas di Desa Kasengan, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep. *Dinamika Sosial : Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat dan Transformasi Kesejahteraan*, 31-39.
- Sovania, E. (2022). Strategi Inovasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Produk UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *JAIM UNIK*, 1-11.
- Yulia Segarwati, C. A. (2020). Pengembangan Pemasaran Online Untuk Pelaku Usaha di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. *Kaibon Abhinaya : jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 45-52.