



## Peran Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Ekonomi UMKM Berbasis Digital Marketing

Sumiati<sup>1</sup>, Zusmawati<sup>2</sup>, Saiful Anwar<sup>3</sup>, Khairil Aswan<sup>4</sup>, Lola Fitria Sari<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP  
[sumiati@akbp.stie.ac.id](mailto:sumiati@akbp.stie.ac.id)

### ABSTRACT

*The purpose of this community service to increase the understanding and abilities of the SMEs in improving the economic performance of digital-based SMEs. Digitalization is a medium that plays a very important role in economic activities. Business inevitably have to be able to adapt to changes from conventional systems to digitalization. Therefore, human resource management must be emphasized in this area. However, the obstacles faced include still weak mastery of digitalization. For this reason, further guidance and digitalization training are needed for SMEs businessmen so they are able to use this media. This activity was attended by 200 people from various SMEs. This activity was able to run smoothly. Discussion of various obstacles and activity targets was achieved well. This activity can provide knowledge about digitalization to improve the economic performance of SMEs*

*Keywords; HRM; Economic Performance; Digital Marketing*

---

*Detail Artikel :*

*Disubmit : 01 Desember 2023*

*Disetujui : 13 Desember 2023*

---

### PENDAHULUAN

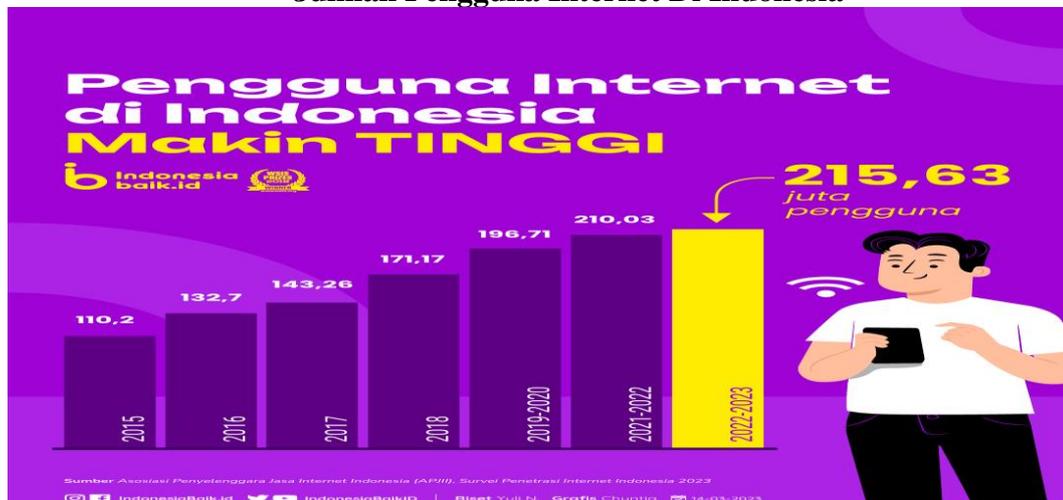
Belakangan ini, teknologi digital (DT) Industri 4.0 telah menjadi topik baru yang sangat penting dalam operasi manajemen. Konsolidasi Industri 4.0 sebagai ekosistem baru dan inovatif telah menimbulkan berbagai kekhawatiran mengenai dampak ekonomi dan lingkungan. Digitalisasi dipandang sebagai pangkal dari kesuksesan bisnis. Digitalisasi dapat mengenyot volume penjualan. Sebagaimana halnya media sosial telah membawa perubahan yang disruptif pada lanskap bisnis melalui penciptaan berbagai macam taktik pemasaran digital. Teknologi informasi telah mengubah cara berbisnis dan pemasaran. Lingkungan digital meningkatkan proses dan aktivitas di seluruh organisasi. Saluran elektronik memberi perusahaan banyak kemungkinan untuk mengelola aktivitas mereka dengan cara-cara baru. (Sari, Rahmizal, Eliza 2021)

Saat ini, persaingan antar perusahaan sangatlah tinggi. Sudah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk menggunakan media sosial dalam pekerjaannya seperti hubungan dengan pelanggan, merek, penjualan dan pemasaran. Dengan hadirnya media digital dan sosial, pemasaran memperoleh dimensi baru. Metode pemasaran tradisional tidak lagi mendukung untuk kegiatan industri. Bahkan alat pemasaran tradisional seperti televisi, surat kabar, majalah, radio, brosur dan poster tidak memungkinkan lagi dipakai untuk kegiatan pemasaran. Media sosial

menyediakan lingkungan yang lebih mudah dan hemat biaya dibandingkan alat lainnya. Selain itu, digitalisasi menawarkan komunikasi instan dan cepat kepada perusahaan dan pelanggan. Situasi ini membuat bisnis menjadi jauh lebih efektif untuk kegiatan pemasaran.

E-commerce dan internet memiliki banyak keuntungan potensial untuk menjangkau pelanggan baru dan memperbaiki hubungan pelanggan yang sudah ada. Dalam jangka panjang, penerapan saluran elektronik dapat mengurangi kebutuhan sumber daya manusia dan keuangan. Permasalahan ini karena perusahaan kecil biasanya memiliki sumber daya yang sangat terbatas, tidak hanya secara finansial, tetapi juga berkaitan dengan sumber daya manusia (Karjaluo & Huhtamäki, 2010). Menurut sumber statistika market insight jumlah pengguna e-commerce di Indonesia mencapai 196,47%. Data ini menunjukkan bahwa sudah banyak masyarakat kita yang telah mengenal digitalisasi ini. Lebih jauh pada gambar 1 menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia.

**Gambar 1**  
**Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia**



**Sumber Asosiasi Penyelenggara Internet 2023**

Pada gambar 1 menunjukkan pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada kurun waktu 2022-2023. Dibandingkan dengan jumlah sebelumnya maka terjadi peningkatan sebesar 2,67% dari pengguna 210,03 juta pengguna. Jumlah tersebut setara dengan 78,19 % dari jumlah populasi Indonesia 275,77 juta jiwa. Dibandingkan dengan surevei yang diadakan sebelumnya tingkat penetrasi internet di Indonesia terjadi peningkatan sebesar 1,17 persen apabila dibandingkan pada tahun 2021-2022 sebesar 77,02%. Hal ini membuktikan bahwa tren mengalami peningkatan setiap tahunnya. Di tahun 2018, terjadi penetrasi 64,8% dimana kenaikan mencapai 64,8% pada tahun 2019-2020 naik sebesar 73,7%.

Pada saat yang sama selama tiga dekade terakhir, sumber daya manusia telah menonjol dalam strategi bisnis, dan kinerja (Macke & Genari, 2019). Lebih lanjut peranan sumber daya manusia berdampak terhadap kinerja (Sumiati et . al., 2023). Penggabungan keberlanjutan dalam riset pemasaran telah berkembang pesat selama dua dekade terakhir. Menurut McKinsey survei, perusahaan telah secara



aktif mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam bisnis untuk berkontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan. Perspektif bisnis yang dominan dalam keberlanjutan ini secara khusus menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi pasar dan konsumsi serta solusi teknologi untuk masalah lingkungan dan sosial (Kemper et al., 2019). Dalam ekonomi digital, penerapan platform publik untuk pemasaran digital secara efektif telah menjadi sumber keunggulan kompetitif yang penting bagi usaha kecil dan menengah (UKM). UKM adalah usaha yang menyokong perekonomian rakyat. Karena salah satu ciri khusus dari usaha ini adalah mampu menyerap tenaga kerja yang tinggi.

Berikut pada tabel 1.2 karakteristik dari UKM berdasarkan PP No.7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah adalah:

**Tabel 1**  
**Kriteria UKKM**

No	Kriteria Usaha	Modal Dasar	Keterangan
1	Mikro	< Rp.1 Miliar	Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2	Kecil	Rp. 1-5 Miliar	
3	Menengah	Rp. 5-10 Miliar	
4	Besar	>Rp. 10 Miliar	

Sumber: Disperindag Kota Padang 2023

Untuk dapat meningkatkan kinerja ekonominya UKM harus dapat menggunakan teknologi digital untuk lebih kreatif dalam memasarkan produknya. Tidaklah mudah untuk UKM dapat berkiprah dalam dunia digital. Tantangan bagi inovasi digital dalam organisasi adalah menemukan cara untuk melibatkan karyawan secara efektif dengan teknologi. Kegagalan perusahaan yang telah menginvestasikan sejumlah besar uang dalam penerapan teknologi digital disebabkan oleh fakta bahwa mereka mengabaikan *soft skill* yang mempengaruhi proses pembelajaran. Manajemen sumber daya manusia dianggap sebagai pendorong penting bagi integrasi karyawan dan teknologi untuk mengembangkan kemampuan berkelanjutan yang mengarah pada kinerja yang lebih baik. UKM memiliki potensi dan prospek bagus.

**Permasalahan**

Namun kenyataannya masih ada UKM tidak memperhatikan devisi digital. Pada era digital masih ada UKM yang masih menggunakan cara kuno. Selanjutnya keterbatasan skill dan kemampuan literasi digital pelaku UKM juga menjadi penghambat dalam digitalisasi UKM. Berdasarkan Riset Delloite Access Economics menyebutkan bahwa UKM di Indonesia dengan sistem pemasaran konvensional sebesar 36%. Sedangkan, 37% UKM hanya memiliki kapasitas pemasaran online yang bersifat mendasar seperti akses komputer dan broadband. Sisanya, sebesar 18% UKM memiliki kapasitas online menengah karena dapat menggunakan website dan medsos. Hanya 9% saja yang memiliki kapasitas pemasaran digital yang bisa dikategorikan canggih (detik news). Digitalisasi sangat penting karena banyak UKM gulung tikar karena masalah pemasaran.

Maka dari itu pengabdian ini sangat penting untuk bisa mengeksplorasi sumber daya manusia untuk dapat menguasai digitalisasi dalam rangka

meningkatkan kinerja ekonomi pada UKM di Sumatera Barat. Adapun sasaran pengabdian ini adalah para pelaku usaha UKM yang berada di Sumatera Barat. Hal ini dilakukan karena jumlah UKM di daerah ini tinggi dan masih kurang menggunakan digitalisasi. Selanjutnya dengan adanya pengabdian ini dapat merangsang para pelaku usaha untuk meningkatkan keterampilan mereka di bidang digitalisasi.

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, latihan tentang digitalisasi untuk pelaku UKM guna meningkatkan keterampilan para pelaku usaha. Memberi motivasi kepada pengelola usaha UKM untuk dapat melakukan perubahan dalam menyalurkan produk yang dihasilkan yang semulanya dengan sistem konvensional menjadi digital. Disamping itu apabila para pelaku usaha telah mampu dalam keterampilan digitalisssi ini maka diharapkan akan dapat meningkatkan kinerja ekonomi UKM. Dalam kegiatan pengabdian ini yang menjadi prioritas adalah pelaku usaha UKM. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman tentang digitalisasi, pelatihan agar terampil dan andal dalam menggunakan teknologi, mampu menghadapi persaingan dan perubahan sistem serta dapat meningkatkan kinerja ekonomi.

#### **Definisi Sumber Daya Manusia**

Konsep kekuatan sistem HRM menunjukkan bahwa praktik HR bisadipandang sebagai memulai pesan atau persuasi berbasis informasi proses yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku karyawan (Wang et al., 2020). Fitur sistem HRM yang mengirim sinyal kepada karyawan yang memungkinkan mereka memahami apa yang diinginkan dan tanggapan yang tepat.” SDM sebagai kekuatan harus dikonseptualisasikan dan diukur sebagai unit atau properti organisasi. Praktik manajemen sumber daya manusia sudah terbiasa memastikan kualitas kinerja karyawan dan pelatihan di bidang ini mempunyai potensi untuk mencapai hal tersebut mengurangi pergantian karyawan, meningkatkan profitabilitas, dan biaya produksi yang lebih rendah (Hagevoort et al., 2013), (Rivandi, Annisa, & Hidayat, 2023).

#### **Definisi Kinerja Ekonomi**

Secara khusus untuk mengukur kinerja ekonomi dilihat dari pendapatan, total aset dan dana milik sendiri. Nilai ini dapat mengukur tingkat efisiensi bisnis internal (Juan; Benito; & Juan, 2019). Beberapa indikator dari kinerja ekonomi antara lain penjualan bersih, laba yang disesuaikan, modal, likuiditas, margin penjualan, *turnover* keuangan dan total asset (Nadae; Carvalho; Vieira; Nadae & Carvalho, 2019). Kinerja ekonomi sebagai komponen daya saing bagi perusahaan diawali dari kegiatan pengelolaan hingga pengembalian aset keuangan (lynn; Huo; & Zhao, 2010). Ranjan, Rashmi (2015) (Sari et al., 2023), menjelaskan faktor-faktor yang berkaitan dengan kinerja ekonomi adalah keterlibatan masyarakat, kebijakan akuisisi, perpindahan tempat tinggal, kebijakan rehabilitasi, rancangan pengembangan masyarakat dan penyediaan tenaga kerja. Kinerja ekonomi juga berkaitan dengan regulasi pasar oleh pemerintah.

#### **Definisi Digitalisasi Marketing**

Digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang bertarget, terukur, dan interaktif menggunakan teknologi digital untuk menjangkau dan mengubah prospek menjadi pelanggan dan mempertahankannya. Tujuan

Peran Sumber...(Sumiati, Zusmawati, Anwar, Aswan, Sari)

E-ISSN 3025-3101



utamanya adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Istilah alternatif untuk pemasaran digital sering kali dikenal dengan pemasaran online, pemasaran internet, atau pemasaran web. Konsep dasar dalam pemasaran digital didasarkan pada pendekatan atau umumnya disebut pendekatan *customer centric* (TODOR, 2016). Pemasaran digital mengacu pada serangkaian praktik yang mencakup penggunaan saluran komunikasi digital, seperti situs web, pemasaran mesin pencari, periklanan digital, media sosial, email, dan seluler; untuk memperoleh, mempertahankan, dan membangun hubungan dengan pelanggan (Karjaluoto & Huhtamäki, 2010), (Rivandi, Annisa, & Sophian, 2023).

### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung dalam bentuk memberikan pemahaman, bimbingan teknis, pelatihan kepada para pelaku usaha UKM tentang digitalisasi oleh para ahli di bidangnya. Para ahli yang didatangi yaitu dari lembaga Dimensi (digital Marketing Enthusiast Indonesia) yang telah bekerjasama dengan kampus STIE KBP. Selanjutnya mereka diberi pembekalan pengetahuan untuk bergabung dengan link digitalisasi guna mempermudah kegiatan penjualan. Kegiatan pengabdian ini juga menghadirkan sesi tanya jawab antara Panitia (Dosen AKBP STIE “KBP” dengan para pelaku UKM) dan Dimensi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan pada hari Rabu tanggal 17 November tahun 2023 di Aula STIE KBP yang berlokasi di Jalan Khatib Sulaiman no. 61 Kota Padang. Acara ini diikuti 200 orang pelaku UKM yang berada di Sumatera Barat.

Indikator capaian yang diharapkan dari pengabdian ini adalah agar para pelaku UKM terampil dan andal dalam menjalankan IT. Para pelaku usaha UKM dapat menemukan solusi dari permasalahan digitalisasi serta mampu memecahkan permasalahan digitalisasi.

Pelatihan ini dibuat agar para pelaku UKM dapat memahami dan mampu mempraktekkan digitalisasi dalam kegiatan usaha mereka serta diharapkan tercapainya peningkatan perekonomian

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tentu saja, digitalisasi menyebabkan perubahan dalam struktur pekerjaan, cara kerja dan ekspektasi perusahaan terhadap keahlian karyawan, yang menciptakan kebutuhan akan revolusi keterampilan. Peran SDM menjadi penting untuk mendorong perilaku baru pekerja, mengidentifikasi kesenjangan keterampilan dan melatih kembali bakat dalam lanskap teknologi yang berubah dengan cepat. Sejalan dengan itu, SDM harus kreatif

Pengabdian ini memusatkan kepada sumber daya manusia yang terampil dalam digitalisasi untuk meningkatkan kinerja ekonomi UKM. Akibat pesatnya perkembangan di berbagai bidang tidak terkecuali dunia industri. Penggunaan teknologi dari yang semula dengan sistem konvensional beralih ke digitalisasi. Perubahan ini signifikan membuat para pelaku mengubah kegiatan industri ke lebih mutakhir. Perubahan ini benar-benar harus dicermati oleh pelaku usaha agar bisa mempertahankan usaha dan bersaing dengan usaha lainnya.

Namun hal ini tidaklah mudah para pelaku usaha untuk bisa mengikutinya, karena ada berbagai hambatan di depannya. Adapun hambatan tersebut antara lain, lemahnya sumber daya manusia yang tidak menguasai IT, menggunakan secara luas IT bukan hanya sebagai alat komunikasi saja dan masih rendahnya infrastruktur IT yang dimiliki UKM. Oleh karena itu UKM harus menyadari pentingnya digitalisasi. Langkah-langkah yang harus dilakukan dengan acara meningkatkan keterampilan IT, meningkatkan pengetahuan, latihan, serta menambah infrastruktur yang ada.

## **SIMPULAN**

Digitalisasi merupakan tantangan besar bagi pengusaha, pekerja dan otoritas publik, dan tantangan tersebut perlu dipahami sepenuhnya sehingga opsi kebijakan yang paling tepat dapat diidentifikasi untuk mengubahnya menjadi peluang bagi semua

Perkembangan digitalisasi dalam berbagai kegiatan ekonomi berkembang pesat dari waktu ke waktu. Hal ini membuat para pelaku usaha harus bisa mencermati keadaan ini. Sosial media telah berperan dalam kegiatan ekonomi. Berbagai sektor telah merambah dengan memanfaatkan teknologi informasi. Tidak terkecuali kegiatan sektor UKM. UKM yang merupakan industri penunjang perekonomian rakyat telah melakukan aktivitas jual beli barang dengan teknologi ini. Oleh karena itu perubahan teknologi harus disikapi dengan bijak oleh pelaku usaha. Dilihat dari penggunaan digitalisasi yang terus berkembang dimana orang-orang menghabiskan waktu untuk online. Untuk itu UKM harus mempersiapkan sumber daya manusianya untuk menghadapi fenomena ini.

Peran sumber daya manusia sangat penting dalam digitalisasi dalam peningkatan kinerja UKM karena masih lemahnya keterampilan digitalisasi industri ini. Oleh karena itu perusahaan harus berupaya meningkatkan visibilitas juga sumber daya manusia. Perusahaan yang tidak mampu dalam hal digitalisasi akan membuat usahanya tertinggal dari yang lainnya.

Untuk itu hal upaya yang dapat dilakukan UKM harus meninjau portofolio investasi pemasaran digital merek secara berkala. Selanjutnya perkembangan teknologi yang muncul mungkin akan meningkatkan efektivitas dari taktik pemasaran digital juga biaya.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu hingga terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain kepada Yayasan STIE “KBP, Ketua STIE ‘KBP, Direktur Smesco, bapak/ibu Dimensi, bapak/ibu dari UKM Sumatera Barat dan bapak/ibu dosen AKBP STIE “KBP” Padang serta pihak-pihak lainnya yang telah berpartisipasi dalam acara ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Flynn, B. B., Huo, B., & Zhao, X. (2010). The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach. *Journal of Operations Management*, 28(1), 58–71. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2009.06.001>



- Hagevoort, G. R., Douphrate, D. I., & Reynolds, S. J. (2013). A Review of Health and Safety Leadership and Managerial Practices on Modern Dairy Farms. *Journal of Agromedicine*, 18(3), 265–273. <https://doi.org/10.1080/1059924X.2013.796905>
- Juan, S. H., Benito, Y., & Juan, M. (2019). *Technological Forecasting & Social Change Moderating effect of firm size on the influence of corporate social responsibility in the economic performance of micro-, small- and medium-sized enterprises*. June. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119774>
- Karjaluoto, H., & Huhtamäki, M. (2010). The Role of Electronic Channels in Micro-Sized Brick-and-Mortar Firms. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 23(1), 17–38. <https://doi.org/10.1080/08276331.2010.10593471>
- Kemper, J. A., Hall, C. M., & Ballantine, P. W. (2019). Marketing and sustainability: Business as usual or changing worldviews? *Sustainability (Switzerland)*, 11(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su11030780>
- Lola Fitria Sari1\*, Maizul Rahmizal2, Yulina Eliza3, G. H. P. (2021). *PENGEMBANGAN KAPASITAS APARATUR SIPIL NEGARA DALAM PENYUSUNAN RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA PANJANG DAERAH DI KABUPATEN 50 KOTA SUMATERA BARAT*. 4(02), 12–26.
- Macke, J., & Genari, D. (2019). Systematic literature review on sustainable human resource management. *Journal of Cleaner Production*, 208, 806–815. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.091>
- Nadae, J. De, Carvalho, M. M., Vieira, D. R., Nadae, J. De, & Carvalho, M. M. (2019). Management systems on economic performance of firms Exploring the influence of environmental and social standards in integrated management systems on economic performance of firms. *Journal of Manufacturing Technology Management*. <https://doi.org/10.1108/JMTM-06-2018-0190>
- Ranjan, Rashmi, D. N. (2015). *Designing a framework for integrating environment management with drivers of economic performance A case study of Indian coal mining industry*.
- Rivandi, M., Annisa, A., & Hidayat, T. (2023). Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Batik Tanah Liek. *Jurnal Pengabdian KBP*, 01(02), 53–60.
- Rivandi, M., Annisa, A., & Sophian, S. (2023). Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai Standar Akuntansi Pada Kelompok Tani Peternak Lebah Trigona, Kuranji Padang. *JPM: Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(2), 673–678.

- Sari, L., Rivandi, M., & Dewi, M. K. (2023). Pencatatan dan Kinerja keuangan di Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Solok. *J EKALAYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 379–382. <https://doi.org/10.57254/eka.v2i2.75>
- Sumiati, S., Yasri, Y., & Wardi, Y. (2023). The Effect of Green Human Resource Management on Performance of Small and Medium Industries. *Quality - Access to Success*, 24(194), 296–303. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.33>
- TODOR, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series I: Engineering Sciences*, 9(1), 51–56.
- Wang, Y., Kim, S., Rafferty, A., & Sanders, K. (2020). Employee perceptions of HR practices: A critical review and future directions. *International Journal of Human Resource Management*, 31(1), 128–173. <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1674360>