



Langkah Bersama Intelektua
Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)
Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>
ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)
Volume 2, No 3 Mei 2026 (Halaman 319-323)

PENINGKATAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA DALAM STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA TEGAL

Muhammad Wildan Ramadhan¹, Siti Hapidatul Mahpupah², Siti Devi Ayuningsih³,
Lusi Sapitri⁴, Firman Muhammad Rafi⁵, F Putra⁶
Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang
Kota Serang, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}
Email : Wildannrrr27@gmail.com¹, hafidatulmahpupah@gmail.com²,
lusisapitri754@gmail.com³, firmamr097@gmail.com⁴, deviayuningsih63701@gmail.com⁵,
dosen03393@gmail.com⁶

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam strategi pemasaran digital guna meningkatkan daya saing UMKM Dapoer Leoz milik Ibu Kokom Komariah yang berlokasi di Desa Tegal. Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku UMKM untuk mampu memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran produk. Namun, masih terdapat keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan strategi pemasaran digital secara efektif. Metode kegiatan yang digunakan meliputi observasi, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung kepada mitra UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya branding produk, promosi digital, penggunaan media sosial, dan strategi pemasaran online untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM mampu meningkatkan daya saing dan penjualan produk secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Sumber Daya Manusia, Pemasaran Digital, UMKM, Daya Saing

ABSTRACT

This Community Service Program (PKM) aims to improve human resource capacity in digital marketing strategies to increase the competitiveness of Dapoer Leoz MSME owned by Mrs. Kokom Komariah located in Tegal Village. The development of digital technology

Article History

Received: 24 Mei 2026
Reviewed: 26 Mei 2026
Published: 31 Mei 2026

Copyright : Author
Publish by : JIPM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

requires MSME actors to utilize social media and digital platforms as product marketing tools. However, there are still limitations in knowledge and skills regarding the effective use of digital marketing strategies. The methods used in this activity include observation, socialization, training, and direct assistance to MSME partners. The results of the activity showed an increase in the partner's understanding of the importance of product branding, digital promotion, social media utilization, and online marketing strategies to expand market reach. Through this activity, it is expected that MSMEs will be able to improve their competitiveness and increase product sales sustainably.

Keywords: Human Resources, Digital Marketing, MSMEs, Competitiveness

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam menggerakkan roda perekonomian daerah, Salah satu potensi usaha lokal yang terus berkembang adalah UMKM Dapoer Leoz yang didirikan oleh Ibu Kokom Komariah, S.AP., di Desa Tegal, Kecamatan Cikedal, Kabupaten Pandeglang. Sebagai lini usaha yang bergerak disektor produktif, Dapoer Leoz memiliki peluang besar untuk memperluas pangsa pasar dan menjadi percontohan bagi usaha - usaha kecil lainnya di wilayah sekitar.

Namun, seiring dengan pesatnya arus globalisasi dan modernisasi, tantangan nyata yang dihadapi oleh pelaku UMKM saat ini Adalah ketatnya pesaing di pasar digital.

Banyak pelaku usaha lokal yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional akibat keterbatasan pemahaman dan keterampilan dalam mengoperasikan teknologi digital. Jika dibiarkan, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) ini dapat menghambat pertumbuhan volume penjualan dan menurunkan daya saing produk lokal di Tingkat yang lebih luas.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah Langkah konkret melalui peningkatan kapasitas SDM yang fokus pada pemanfaatan teknologi informasi. Melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, strategi pemasaran digital diperkenalkan sebagai Solusi alternatif yang efisien dan murah. Edukasi mengenai optimalisasi platform digital seperti Whatsaap Bisnis diharapkan dapat menjadi jembatan bagi UMKM Dapoer Leoz dan pelaku usaha di Desa Tegal untuk mengelola sistem pemasaran mereka secara lebih profesional, mandiri, cerdas, dan berkelanjutan demi mendorong perekonomian desa secara optimal.

2. Identifikasi Masalah Mitra

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan kepala mitra Dapoer Leoz, diperoleh beberapa permasalahan utama sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman sumber daya manusia tentang strategi pemasaran digital di era saat ini.
 2. Masih rendahnya motivasi dan pelatihan tentang pemahaman dan cara kerja di era digitalisasi saat ini.
 3. Perlunya pembaruan program kerja dan sistem informasi manajemen kerja pada UMKM.
 4. Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan manajemen usaha.
3. **Tujuan Kegiatan**
1. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pemasaran digital.
 2. Memberikan pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.
 3. Membantu meningkatkan branding dan daya tarik produk UMKM.
 4. Meningkatkan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran digital.
 5. Membantu memperluas jangkauan pemasaran produk secara online.
4. **Manfaat Kegiatan**
1. Bagi Mahasiswa : Mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran dalam kegiatan nyata di masyarakat.
 2. Bagi UMKM : Menambah wawasan dan kemampuan dalam pemasaran digital. Membantu meningkatkan promosi dan penjualan produk
 3. Bagi Masyarakat : Mendukung perkembangan UMKM lokal agar lebih berkembang dan kompetitif.

METODE KEGIATAN

Pada tanggal 24 April 2026 Dosen beserta Mahasiswa dari Universitas Pamulang PSDKU Serang melalui prodi Manajemen melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Tegal bersama mitra UMKM Dapoer Leoz milik Ibu Kokom Komariah dengan kepala Desa Bapak Supardi. Kegiatan ini di bimbing oleh dosen pendamping Farid Hidayat Putra dan diketuai oleh Muhammad Wildan Ramadhan.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan edukasi, partisipasi, dan pendampingan langsung kepada mitra UMKM.

Kegiatan ini melibatkan seluruh komponen tim, yaitu ketua pelaksana Muhammad Wildan Ramadhan beserta empat anggota mahasiswa Firman Muhammad Rafi, Siti Hapidatul Mahpupah, Siti Devi Ayuningsih, Lusi Sapitri, dengan bimbingan dosen pendamping. Pendekatan yang digunakan bersifat kontekstual agar masyarakat dapat memahami dan mengaplikasikan materi secara langsung dalam kegiatan UMKM mereka. Total anggaran kegiatan sebesar Rp2.500.000,- yang bersumber dari iuran mandiri anggota kelompok. Seluruh rangkaian kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh kepada masyarakat mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi media sosial bagi kehidupan sehari-hari sebagaimana telah diuraikan pada pendahuluan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Tegal" telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Jumat, 24 April 2026 bertempat di aula UMKM, yang diikuti oleh masyarakat. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan sambutan dari pihak kepala desa yang

diwakili oleh bapak Supardi, dilanjutkan dengan sambutan dari perwakilan tim dosen Universitas Pamulang selaku pelaksana kegiatan PKM dan oleh ketua pelaksana PKM. Setelah acara pembukaan, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi utama yang dibawakan secara interaktif oleh narasumber dari tim pelaksana.

Materi sosialisasi mencakup beberapa topik utama, yaitu:

- a) Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia.
- b) Strategi membuat konten promosi yang menarik.
- c) Cara menggunakan media sosial sebagai sarana promosi.

Setelah kegiatan di laksanakan, mitra UMKM mulai memahami pentingnya pemasaran digital dan mulai memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produk. Selain itu, mitra juga memahami pentingnya tampilan produk dan konsistensi promosi dalam meningkatkan minat konsumen.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital mampu membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha di era digital.



Gambar 1. Kegiatan PKM

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM dengan tema “ PENINGKATAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA DALAM STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA TEGAL “ telah terlaksana dengan sukses dan mendapatkan respon baik. Program ini terbukti mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan praktis pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk strategi pemasaran. Dukungan penuh dari Kepala Desa serta partisipasi aktif dari seluruh peserta menjadi modal utama yang kuat untuk berkelanjutan penerapan hasil pelatihan demi kemajuan ekonomi Desa Tegal secara jangka Panjang.

Bagi Pemerintah Desa Tegal:

Diharapkan pihak pemerintah desa, di bawah kepemimpinan Kepala Desa, dapat merancang pembentukan komunitas atau forum komunikasi lokal bagi para pelaku UMKM. Forum ini nantinya bisa menjadi wadah saling berbagi informasi, evaluasi bersama, serta menjaga konsistensi penerapan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari.

Bagi Pelaku UMKM Desa Tegal:

Para peserta diharapkan tidak berhenti pada tahap pelatihan saja, melainkan mulai mempraktikkan ilmu secara konsisten, mulai dari hal kecil seperti pembuatan konten produk secara berkala maupun optimalisasi media sosial dan marketplace yang telah dibuat selama pelatihan.

Bagi Tim Pelaksana PKM Selanjutnya:

Perlu adanya program pendampingan secara berkala (monitoring and evaluation) pasca-pelatihan untuk memantau kendala teknis yang dihadapi UMKM di lapangan. Selain itu, materi pelatihan berikutnya dapat ditingkatkan ke tahap yang lebih lanjut, seperti manajemen keuangan digital, legalitas usaha (NIB), atau optimalisasi iklan berbayar (ads).

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Fitriyah, A., Supriatna, A., Wahyudi, A. D., Rosaeti, L., Gulo, Y. N., & Taufik, R. (2025). Membangun Generasi Mandiri: Kombinasi Pendidikan Keuangan dan Pengembangan SDM di MA Al-Ulya Al Mubarak. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 551-557.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Indonesia 2022*. Jakarta: BPS.
- Buchari Alma. (2016). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Everett M Rogers. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Freddy Rangkuti. (2017). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia.
- Jasmine, V. J., Arianto, I. P., Damayanti, M. F., Azzahra, R., & Boetillah, E. (2025). EDUKASI MENTAL HEALTH AWARENESS SEBAGAI UPAYA MOTIVASI PENINGKATAN KESIAPAN KERJA SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 77-84.
- Kasmir. (2018). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi Republik Indonesia. (2021). *Panduan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM)*. Jakarta: Kemendikbudristek.
- OECD. (2019). *SME and Entrepreneurship Outlook 2019*. Paris: OECD Publishing.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Taufik, R., Dewi, M. W., Laksana, M. W., Febriani, A. A., & Muthmainnah, M. (2025). EDUKASI MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN PRIBADI UNTUK MENGHINDARI PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 62-69.
- Taufik, R., Triani, R. A., Herlambang, R., Aprida, S., & Apriyana, R. (2025). PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI (HPP) DALAM USAHA KECIL UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 70-76.