



Langkah Bersama Intelektual

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 192-199)

PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN KOMPETENSI SDM TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA UMKM KERIPIK TEMPE DI MANCAK SERANG BANTEN

Salsabila¹, Ivan Pebriando², Rahima Azzahra³, lin Fariyah⁴, Kardono⁵, Asri Nabila Jahro⁶

Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang,
Kota Serang, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

Email : salsabilasabil71@gmail.com¹, ivanpebriandoo@gmail.com²,
rahimaazzahra200011@gmail.com³, infariyah@gmail.com⁴, donok3731@gmail.com⁵,
dosen03205@unpam.ac.id⁶

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) keripik tempe mengenai pentingnya promosi digital dan kompetensi sumber daya manusia (SDM) dalam pengembangan usaha. Kegiatan dilaksanakan pada Minggu, 26 April 2026 di Kp. Kemang Tonggoh, Kelurahan Angsana, Kecamatan Mancak, Kabupaten Serang Banten. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi kegiatan. Materi yang diberikan meliputi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital, strategi pemasaran online, peningkatan kemampuan pengelolaan usaha, pelayanan konsumen, dan pengembangan kompetensi SDM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperoleh peningkatan pemahaman mengenai penggunaan media digital dalam memperluas pemasaran produk serta pentingnya kompetensi SDM dalam mendukung perkembangan usaha. Peserta juga mulai memahami cara membuat promosi sederhana melalui media sosial dan pentingnya pengelolaan usaha yang lebih terstruktur. Kegiatan PKM ini diharapkan mampu membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan mendukung perkembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Promosi Digital, Kompetensi SDM, Pengembangan Usaha, UMKM, Keripik Tempe.

ABSTRACT

This Community Service Program (PKM) aims to improve the understanding of tempe chips Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) regarding the importance of digital promotion and human

Article History

Received: 19 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/)

resource (HR) competencies in business development. The activity was conducted on Sunday, April 26, 2026, at Kemang Tonggoh Village, Angsana Subdistrict, Mancak District, Serang Regency, Banten. The implementation methods included observation, socialization, training, mentoring, and evaluation activities. The materials presented covered the utilization of social media as a digital promotion tool, online marketing strategies, improvement of business management skills, customer service, and the development of human resource competencies. The results of the activity showed that MSME actors experienced an increased understanding of the use of digital media to expand product marketing and the importance of HR competencies in supporting business growth. Participants also began to understand how to create simple promotions through social media and the importance of more structured business management. This PKM activity is expected to help MSME actors improve business competitiveness, expand marketing networks, and support sustainable community economic development.

Keywords: *Digital Promotion, Human Resource Competence, Business Development, MSMEs, Tempe Chips.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama di daerah pedesaan dan wilayah berkembang. Kehadiran UMKM tidak hanya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Salah satu sektor UMKM yang terus berkembang di Kabupaten Serang adalah usaha makanan ringan berbasis olahan tradisional, seperti keripik tempe. Produk ini memiliki potensi pasar yang cukup luas karena diminati berbagai kalangan masyarakat serta memiliki nilai ekonomi yang menjanjikan apabila dikelola secara profesional dan berkelanjutan.

Perkembangan teknologi digital pada era saat ini membawa perubahan besar terhadap pola pemasaran produk UMKM. Promosi digital menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing usaha, serta memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih cepat dan efisien. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan aplikasi komunikasi digital dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM di daerah yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan media digital.

Selain promosi digital, kompetensi sumber daya manusia (SDM) juga menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha UMKM. Kompetensi SDM mencakup kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap pelaku usaha dalam mengelola kegiatan bisnis secara efektif. Pelaku UMKM yang memiliki kompetensi baik akan lebih mampu menghadapi persaingan usaha, mengembangkan inovasi produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Sebaliknya, rendahnya kompetensi SDM dapat menghambat perkembangan usaha karena pengelolaan bisnis dilakukan secara tradisional dan kurang adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha.

UMKM keripik tempe di Kp. Kemang Tonggoh, Kelurahan Angsana, Kecamatan Mancak, Kabupaten Serang Banten merupakan salah satu usaha masyarakat yang memiliki potensi untuk berkembang lebih luas. Produk keripik tempe yang dihasilkan memiliki cita rasa khas dan bahan baku yang mudah diperoleh dari lingkungan sekitar. Akan tetapi, berdasarkan kondisi lapangan, pelaku usaha masih menghadapi beberapa kendala seperti terbatasnya promosi produk, kurangnya pemanfaatan media digital, serta rendahnya kemampuan dalam pengelolaan usaha dan pemasaran modern. Kondisi tersebut menyebabkan perkembangan usaha belum berjalan secara maksimal dan daya saing produk masih relatif rendah dibandingkan produk sejenis dari daerah lain.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam membantu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui edukasi dan pendampingan terkait promosi digital serta penguatan kompetensi SDM. Kegiatan ini dilaksanakan pada Minggu, 26 April 2026 di Kp. Kemang Tonggoh, Kelurahan Angsana, Kecamatan Mancak, Kabupaten Serang Banten. Melalui kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM mampu memahami pentingnya pemasaran digital, meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta memperbaiki kemampuan manajerial dalam menjalankan usaha secara lebih efektif dan produktif.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa promosi digital dan kompetensi SDM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM, khususnya pada usaha keripik tempe. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku usaha agar mampu meningkatkan kualitas pengelolaan usaha serta memperluas peluang pemasaran produk. Dengan adanya peningkatan kemampuan pelaku UMKM, diharapkan usaha keripik tempe di Kecamatan Mancak dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat sekitar.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta kemampuan pelaku UMKM keripik tempe dalam memanfaatkan promosi digital dan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia (SDM). Kegiatan dilaksanakan pada Minggu, 26 April 2026 di Kp. Kemang Tonggoh, Kelurahan Angsana, Kecamatan Mancak, Kabupaten Serang Banten. Sasaran kegiatan ini adalah para pelaku UMKM keripik tempe yang berada di lingkungan tersebut dan memiliki kebutuhan dalam pengembangan usaha melalui strategi pemasaran modern serta peningkatan kemampuan pengelolaan usaha.

Tahap pertama kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan identifikasi permasalahan. Pada tahap ini tim PKM melakukan kunjungan langsung untuk mengetahui kondisi usaha, proses produksi, sistem pemasaran, serta kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran tradisional dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Selain itu, masih terdapat keterbatasan dalam pengelolaan usaha, seperti pencatatan sederhana, pengemasan produk, dan strategi pelayanan kepada konsumen.

Tahap kedua adalah pelaksanaan sosialisasi dan penyuluhan mengenai pentingnya promosi digital dalam pengembangan usaha UMKM. Materi yang diberikan meliputi pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, cara membuat konten promosi yang menarik, pengenalan marketplace digital, serta strategi membangun komunikasi dengan pelanggan

melalui platform online. Penyampaian materi dilakukan menggunakan metode ceramah interaktif agar peserta lebih mudah memahami materi yang diberikan. Selain itu, peserta juga diberikan contoh sederhana mengenai teknik promosi digital yang dapat diterapkan secara langsung pada usaha mereka.

Tahap ketiga dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan peningkatan kompetensi SDM. Dalam kegiatan ini peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya kemampuan manajerial, pelayanan konsumen, pengelolaan usaha, dan inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. Tim PKM juga memberikan pendampingan praktik sederhana terkait pengelolaan akun media sosial usaha, pembuatan foto produk yang menarik, serta cara meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pendekatan praktik langsung dipilih agar peserta dapat memahami materi secara lebih efektif dan mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Tahap terakhir merupakan evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan respons peserta terhadap materi yang telah diberikan. Evaluasi dilakukan melalui sesi diskusi, tanya jawab, dan pengamatan terhadap kemampuan peserta dalam memahami penggunaan media digital serta pengelolaan usaha. Melalui evaluasi tersebut, tim PKM dapat mengetahui manfaat kegiatan bagi peserta sekaligus menjadi bahan perbaikan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya. Dengan metode kegiatan yang sistematis dan partisipatif ini diharapkan pelaku UMKM keripik tempe di Kecamatan Mancak mampu meningkatkan kemampuan promosi digital dan kompetensi SDM sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang secara lebih optimal dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kp. Kemang Tonggoh, Kelurahan Angsana, Kecamatan Mancak, Kabupaten Serang Banten berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari para pelaku UMKM keripik tempe. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku usaha yang memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha mereka agar lebih dikenal masyarakat luas. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terutama saat pembahasan mengenai strategi promosi digital dan peningkatan kemampuan pengelolaan usaha. Hal tersebut terlihat dari aktifnya peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab mengenai cara memperluas pemasaran produk melalui media digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya masih mengandalkan pemasaran secara tradisional, seperti penjualan langsung di lingkungan sekitar dan promosi dari mulut ke mulut. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran produk masih terbatas dan perkembangan usaha berjalan relatif lambat. Setelah diberikan sosialisasi mengenai promosi digital, peserta mulai memahami pentingnya penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Peserta juga mulai mengetahui bahwa media digital dapat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas tanpa membutuhkan biaya promosi yang besar.

Dalam pelaksanaan pelatihan promosi digital, peserta diberikan pemahaman mengenai penggunaan aplikasi media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk mendukung kegiatan pemasaran produk keripik tempe. Tim PKM memberikan contoh sederhana mengenai cara membuat foto produk yang menarik, penulisan caption promosi, serta teknik komunikasi dengan pelanggan melalui media digital. Dari hasil pendampingan tersebut, peserta mulai mampu membuat konten promosi sederhana dan memahami cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dijual. Peningkatan pemahaman ini menjadi langkah awal yang penting dalam pengembangan usaha berbasis digital.

Selain promosi digital, peningkatan kompetensi SDM juga menjadi fokus utama dalam kegiatan PKM ini. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya kemampuan manajerial dalam menjalankan usaha secara lebih terstruktur. Materi mengenai pengelolaan usaha, pelayanan konsumen, dan inovasi produk memberikan wawasan baru bagi peserta dalam meningkatkan kualitas usaha mereka. Peserta menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola pemasaran, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan melakukan pengembangan produk secara berkelanjutan.

Pembahasan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa promosi digital memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pengembangan usaha UMKM. Dengan adanya pemanfaatan media digital, pelaku usaha memiliki peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Kemudahan akses teknologi saat ini dapat menjadi peluang besar bagi UMKM apabila dimanfaatkan secara maksimal. Namun demikian, keberhasilan promosi digital juga harus didukung oleh kompetensi SDM yang memadai agar pelaku usaha mampu mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM keripik tempe di Kecamatan Mancak. Peserta memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya promosi digital dan kompetensi SDM dalam mendukung perkembangan usaha. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh untuk meningkatkan kualitas usaha, memperluas jaringan pemasaran, serta menciptakan usaha yang lebih produktif dan berdaya saing. Dengan pengembangan usaha yang lebih baik, UMKM keripik tempe di daerah tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat sekitar.

Foto 1 : Kegiatan PKM



Foto 2 : Kegiatan PKM



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kp. Kemang Tonggoh, Kelurahan Angsana, Kecamatan Mancak, Kabupaten Serang Banten telah berjalan dengan baik dan memberikan manfaat positif bagi pelaku UMKM keripik tempe. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya promosi digital sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing produk usaha. Melalui sosialisasi dan pelatihan yang diberikan, peserta mulai memahami pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi yang lebih modern dan efisien.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan peningkatan pemahaman terkait kompetensi sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan usaha. Pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya kemampuan manajerial, pelayanan konsumen, inovasi produk, dan pengelolaan usaha yang baik untuk mendukung perkembangan bisnis secara berkelanjutan. Dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan tersebut, pelaku usaha diharapkan mampu mengembangkan usahanya secara lebih produktif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta persaingan pasar.

Secara keseluruhan, promosi digital dan kompetensi SDM memiliki pengaruh yang penting terhadap pengembangan usaha UMKM keripik tempe. Pemanfaatan teknologi digital yang didukung oleh kemampuan SDM yang baik dapat membantu meningkatkan kualitas pemasaran, memperluas peluang usaha, dan memperkuat keberlangsungan UMKM di tengah perkembangan ekonomi digital saat ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil kegiatan PKM yang telah dilaksanakan, pelaku UMKM keripik tempe diharapkan dapat terus menerapkan dan mengembangkan strategi promosi digital secara konsisten agar produk yang dihasilkan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Pemanfaatan media sosial dan teknologi digital sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan pemasaran usaha.

Selain itu, pelaku UMKM juga disarankan untuk terus meningkatkan kompetensi diri melalui pelatihan, pembelajaran, dan pengembangan keterampilan dalam pengelolaan usaha. Peningkatan kualitas SDM sangat diperlukan agar pelaku usaha mampu menghadapi persaingan bisnis yang semakin berkembang serta mampu menciptakan inovasi produk yang lebih menarik dan kompetitif.

Bagi pihak akademisi dan institusi pendidikan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti ini diharapkan dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan pendampingan yang lebih intensif kepada pelaku UMKM. Dengan adanya kerja sama yang berkesinambungan antara akademisi dan masyarakat, diharapkan UMKM lokal dapat berkembang lebih maju dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di daerah Kabupaten Serang Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, I. D. K. R., Brahmayanti, I. A., & Subaedi. (2018). Kompetensi SDM UKM dan pengaruhnya terhadap kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 42-55.
- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 233-241.
- Arianto, I. P., Jasmine, V., Riska, R., Salsabila, M. A., & Alfiansyah, P. (2025). SOSIALISASI PELATIHAN MICROSOFT EXCEL BERBASIS VISUAL (DASHBOARD) UNTUK MENINGKATAN KOMPETENSI SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(12), 1153-1157.
- Fauzi, A., & Nugroho, R. (2020). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 151-160.
- Handayani, T., & Fathoni, A. (2019). Pengaruh kompetensi sumber daya manusia terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 88-97.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, R., & Prasetyo, H. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi UMKM makanan ringan. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 4(1), 27-35.
- 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.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D., & Sari, N. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 110-120.
- Pradiani, T. (2019). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(2), 46-53.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1-17.

- Rahayu, E. S., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25-41.
- Santoso, R., & Fianto, A. Y. A. (2020). Pengaruh pemasaran digital terhadap keberlangsungan usaha UMKM. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 54-67.
- Solihin, A. & Triana, H. (2024). Sosialisasi Pentingnya Pemahaman Fungsi Manajemen Untuk Pengelolaan SDM Pada UKM di Desa Sasahan. *Jurnal Amanah Mengabdi*. 1(1), 93-96.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukasih, A. S., & Awalia, N. (2025). PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL 5.0 UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA MANUSIA SERTA KOMPETENSI SISWA SMAN 1 JAWILAN. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(3), 21-30.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Triana, H., & Rahmawati, I. (2025). Level Up Your Future, Strategi Sukses Mengembangkan Soft Skills & Hard Skills Sejak Dini Pada Siswa SMA N 6 Cipocok. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(5), 11-20.
- Wibowo, A., & Arifin, Z. (2021). Penguatan kompetensi SDM UMKM melalui pelatihan kewirausahaan di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 210-218.