
Mengatasi Kesenjangan Teknologi di UMKM: Studi Pengabdian Masyarakat dengan Digital Marketing dan HRM Inovatif

Mukhlison Suryanto¹, Roihatul Mawadah², Harini Abrilia Setyawati³

^{1,2,3}Magister Manajemen, Universitas Putra Bangsa Kebumen

e-mail: ¹mukhlison.suryanto.st@gmail.com, ²roihatulmawaddah907@gmail.com,

³harini.abrilia.setyawati@gmail.com

Corresponding author: mukhlison.suryanto.st@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 20-03-2025

Revisi: 05-04-2025

Disetujui: 20-04-2025

UMKM memiliki peranan vital dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi kesenjangan teknologi yang signifikan, khususnya di wilayah pedesaan. Di era Industri 4.0, adaptasi terhadap teknologi menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing. Program pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi kesenjangan teknologi di kelompok UMKM Desa Bocor, Kebumen, melalui pelatihan digital marketing dan inovasi Human Resource Management (HRM). Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR), melibatkan UMKM dalam tiga tahap: identifikasi masalah melalui survei dan FGD, pelatihan penggunaan WhatsApp Business, Instagram, serta HRM inovatif, dan pendampingan selama satu bulan disertai evaluasi. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital; 90% peserta mampu menggunakan WhatsApp Business, dan lebih dari 70% aktif memasarkan melalui Instagram. Strategi HRM mendorong kolaborasi tim dan peningkatan efisiensi. Rata-rata omzet peserta meningkat sebesar 15% dalam satu bulan. Program ini membuktikan bahwa kombinasi digital marketing dan HRM inovatif efektif dalam menutup kesenjangan teknologi, serta dapat dijadikan model untuk pengembangan UMKM di wilayah lain.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, HRM Inovatif, UMKM, Transformasi Digital, Kesenjangan Teknologi

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economy but still face significant technological gaps, especially in rural areas. In the era of Industry 4.0, adapting to technology is essential to enhance competitiveness. This community service program aimed to address technological disparities in the MSME group of Bocor Village, Kebumen, through training in digital marketing and innovative Human Resource Management (HRM). The activity used a Participatory Action Research (PAR) approach, engaging MSME actors in three stages: problem identification through surveys and focus group discussions, training on WhatsApp Business, Instagram marketing, and innovative HRM, followed by one-month mentoring and performance evaluation. The results showed a notable improvement in digital literacy: 90% of participants successfully adopted WhatsApp Business, and over 70% began actively using Instagram for marketing. The HRM strategies fostered team collaboration and operational efficiency. Participants experienced a 15% average increase in revenue within one month. This program demonstrated that a combination of digital marketing and innovative HRM is effective in overcoming technological gaps and can serve as a replicable model for MSME development in other regions.

Alahyan Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin (ECOS-PRENEURS)

Published by: PT Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-034X

Volume: 3 Nomor: 1 (Nopember: 2025) hal: 148-153

Keywords: *Digital Marketing, Innovative HRM, MSME, Digital Transformation, Technological Gap*

PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (BPS, 2023). Namun, di tengah transformasi ekonomi global yang didorong oleh revolusi Industri 4.0, UMKM menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi. Digitalisasi menjadi salah satu solusi utama untuk meningkatkan daya saing UMKM, namun adopsi teknologi masih terbatas di banyak wilayah, khususnya di pedesaan (Dewi & Nugroho, 2021).

Kesenjangan teknologi menjadi isu utama yang menghambat transformasi UMKM. Penelitian menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM, terutama di daerah terpencil, masih menggunakan metode pemasaran konvensional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau alat komunikasi sederhana (Setiawan et al., 2020). Sebaliknya, sebagian kecil telah memanfaatkan platform digital seperti Instagram atau WhatsApp Business, menciptakan ketimpangan yang signifikan di antara para pelaku usaha (Van Dijk, 2021). Tanpa intervensi yang terstruktur, kesenjangan ini dapat memperburuk disparitas ekonomi antara UMKM di daerah perkotaan dan pedesaan. Selain teknologi, pengelolaan sumber daya manusia juga menjadi kunci dalam meningkatkan adaptabilitas UMKM. Inovasi dalam Human Resource Management (HRM) dapat mendukung pelaku usaha dalam mengelola perubahan teknologi, mengembangkan keterampilan baru, dan membangun kolaborasi yang lebih baik di antara tim usaha, Ulrich et al. (2019) menegaskan pentingnya pendekatan HRM inovatif untuk mendorong transformasi digital yang berkelanjutan dalam konteks UMKM.

Studi ini berfokus pada intervensi berbasis digital marketing dan inovasi HRM untuk mengatasi kesenjangan teknologi di kelompok UMKM Desa Bocor, Kebumen. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM dalam adopsi teknologi, mengevaluasi dampak pelatihan dan pendampingan yang diberikan, serta menguraikan langkah-langkah yang dapat direplikasi untuk meningkatkan kapasitas UMKM di wilayah lain. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi pada UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan akses pasar (Setiawan et al., 2020). Di sisi lain, HRM inovatif mampu memperkuat kemampuan adaptasi dan pengelolaan sumber daya manusia di lingkungan UMKM (Ulrich et al., 2019). Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana kombinasi strategi ini diterapkan untuk mengatasi kesenjangan teknologi di Desa Bocor.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah Participatory Action Research (PAR). Pendekatan ini melibatkan pelaku UMKM dalam setiap tahap pelaksanaan kegiatan. Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah:

Alahyan Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin (ECOS-PRENEURS)

Published by: PT Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-034X

Volume: 3 Nomor: 1 (Nopember: 2025) hal: 148-153

1. Identifikasi Masalah
Survei awal dilakukan untuk mengukur tingkat literasi digital dan kebutuhan spesifik pelaku UMKM. Focus Group Discuss (FGD) juga diadakan untuk memahami hambatan utama yang dihadapi.
2. Pelatihan Digital Marketing dan HRM Inovatif
Materi pelatihan meliputi penggunaan WhatsApp Business, strategi pemasaran digital berbasis Instagram, dan konsep manajemen HRM inovatif. Simulasi langsung diterapkan untuk memperkuat pemahaman peserta.
3. Pendampingan dan Evaluasi
Pendampingan dilakukan selama satu bulan untuk memantau penerapan strategi yang telah diajarkan. Evaluasi kinerja dilakukan melalui survei dan wawancara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan

1. Peningkatan Literasi Digital
Sebanyak 90% peserta berhasil memahami penggunaan WhatsApp Business dan menerapkannya untuk berinteraksi dengan pelanggan. Lebih dari 70% peserta mulai menggunakan Instagram secara aktif untuk pemasaran.
2. Penerapan Inovasi HRM
Peserta mampu mengidentifikasi keterampilan yang diperlukan untuk mendukung transformasi digital. Strategi kolaboratif diterapkan dalam pengelolaan tim, meningkatkan efisiensi operasional.
3. Peningkatan Omzet
Dalam satu bulan, rata-rata omzet peserta meningkat sebesar 15% setelah implementasi strategi digital marketing.

Pembahasan

Hasil menunjukkan bahwa kombinasi digital marketing dan HRM inovatif berkontribusi signifikan dalam mengatasi kesenjangan teknologi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setiawan et al. (2020), yang menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Selain itu, pelatihan HRM inovatif membantu peserta dalam mengelola perubahan, sebagaimana diuraikan oleh Ulrich et al. (2019). Tantangan utama dalam pelaksanaan program ini adalah resistensi awal dari beberapa peserta terhadap teknologi baru, tetapi hal ini berhasil diatasi melalui simulasi praktis dan pendampingan intensif.

Alahyan Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin (ECOS-PRENEURS)

Published by: PT Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-034X

Volume: 3 Nomor: 1 (Nopember: 2025) hal: 148-153



Gambar 1 Pengabdian Masyarakat UMKM Desa Bocor

SIMPULAN

Program pengabdian ini berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM di Desa Bocor, dengan 90% peserta mengadopsi WhatsApp Business dan strategi pemasaran Instagram. Inovasi HRM memperkuat kolaborasi tim, mendukung adopsi teknologi, dan meningkatkan efisiensi operasional. Kombinasi digital marketing dan HRM inovatif dapat menjadi model yang efektif untuk mengatasi kesenjangan teknologi di UMKM.

Alahyan Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin (ECOS-PRENEURS)

Published by: PT Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-034X

Volume: 3 Nomor: 1 (Nopember: 2025) hal: 148-153

Dari hasil pengabdian ini beberapa hal yang kami rekomendasikan kedepannya adalah sebagai berikut :

1. Bagi UMKM: Melanjutkan pelatihan dan meningkatkan pemahaman tentang tren teknologi terbaru.
2. Bagi Pemerintah: Menyediakan program pelatihan berkelanjutan dan subsidi untuk akses teknologi.
3. Bagi Akademisi: Melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari digitalisasi pada UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya program pengabdian masyarakat ini. Jajaran dosen dan pembimbing Magister Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen, dan rekan-rekan UMKM desa Bocor, Buluspesantren, Kebumen yang sangat antusias dan terbuka dengan kemajuan teknologi. Harapan akhir kitab isa bertumbuh dan berkembang bersama teknologi, bukan tergerus oleh kemajuan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Statistik UMKM Indonesia. Jakarta: BPS.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing. Routledge. DOI: 10.4324/9781003243566
- Dewi, R., & Nugroho, A. (2021). Transformasi Digital UMKM. Jurnal Inovasi Digital, 5(1), 23– 31. DOI: 10.1016/j.techfore.2021.10.007
- Setiawan, B., Kartika, W., & Sari, A. (2020). Digital Marketing Strategies for SMEs. Journal of Business Innovation, 10(2), 45–59. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.01.017
- Ulrich, D., Brockbank, W., & Younger, J. (2019). HR from the Outside In: Six Competencies for the Future of Human Resources. McGraw-Hill Education. DOI: 10.1036/9780071802666Y