



---

**Penguatan SDM Dalam Kompetensi E-Marketing Untuk Pengembangan UMKM  
Jelajah Nusantara (*Explore Store Project*)**

**Mira Veranita<sup>1\*</sup>, R Oke Andikarya<sup>2</sup>, Wahyuddin Bagenda<sup>3</sup>, Regina Nurfitriyani  
Anissa<sup>4</sup>, Rajuman<sup>5</sup>, Ropa Mustopa Nurrahman<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Magister Manajemen, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya  
mirave2198@gmail.com\*

---

**Article History:**

Received: 05-03-2024

Revised: 11-03-2024

Accepted: 12-03-2024

**Keywords:** Penguatan  
SDM; Kompetensi; E-  
Marketing; UMKM;  
Digitalisasi

**Abstract:** Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diselenggarakan dengan tujuan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dari UMKM Jelajah Nusantara (*Explore Store Project*) sehingga memiliki kompetensi, motivasi dan energi positif yang terampil dan memiliki kompetensi E-Marketing sehingga menjadi UMKM yang bertahan dan terus tumbuh dalam pasar yang mengglobal ini. Kegiatan ini dilakukan melalui empat tahap, yaitu Tahap Perencanaan, Persiapan, Pelaksanaan dan Evaluasi dengan melibatkan 21 orang karyawan sebagai peserta, 3 orang Dosen sebagai Mentor dan 3 orang mahasiswa sebagai Fasilitator. Pelatihan Utama mengenai manajemen SDM dan Kompetensi E-Marketing dilakukan selama dua hari, hasilnya sangat baik dan berdampak positif.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

---

## PENDAHULUAN

Di era modern Revolusi Industri 4.0, kemajuan teknologi sangat pesat. Revolusi Industri 4.0 sendiri merupakan inisiatif transformasional yang bertujuan untuk melakukan perbaikan melalui penggabungan atau koneksi dengan dunia digital. (Fajri, 2023). Kemajuan teknologi saat ini selalu dikaitkan dengan apa yang disebut dengan digitalisasi. Tujuan digitalisasi adalah untuk memudahkan aktivitas dan pekerjaan sehari-hari di bidang pendidikan, komersial, medis, dll (Ilyas & Hartono, 2023). Banyak dari jenis industri mulai dari yang menghasilkan barang sampai industri yang menjual jasa saat ini berlomba-lomba melakukan digitalisasi (Juwita et al., 2023). Dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi, dunia usaha saat ini perlu beradaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada untuk mengembangkan bisnisnya. (Jatmiko et al., 2022). (Susan, 2019)

Teknologi internet yang semakin berkembang dan semakin banyak digunakan juga telah mengubah proses bisnis dari konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). *E-business*, *e-marketing* dan *e-commerce* merupakan penerapan teknologi internet dalam kegiatan bisnis di era sekarang ini. Pemasaran digital atau biasa dikenal dengan pemasaran digital atau *e-marketing* hanyalah bagian dari apa yang dilakukan oleh organisasi *e-commerce*. Pemasaran elektronik adalah penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran, termasuk proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan memberikan nilai kepada konsumen, pelanggan, mitra, dan masyarakat luas (Sagita, 2022) (Veranita et al., 2022). Promosi di sosial media dapat dilakukan dengan cara memengaruhi pengguna sosial media untuk menggunakan atau mencoba produk sebuah bisnis lewat konten yang tidak biasa yang ditayangkan pada suatu halaman aplikasi (Hartono et al., 2020) (Gunardi et al.,

2020). Chaffey mengatakan *e-marketing* merupakan proses dalam pencapaian tujuan terkait pemasaran dengan mengandalkan teknologi komunikasi secara elektronik. Dengan *e-marketing* maka akan lebih maksimal dalam hal penyebaran informasi pemasaran baik jasa maupun barang yang ditawarkan, juga memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. (Awali & Rohmah, 2020) (Puspita et al., 2020)

Dalam implementasi *e-marketing*, tidak lepas dari peran karyawan atau kualitas SDM dalam mengelola UMKM. Menurut (Syukri & Sunrawali, 2022) SDM bukan hanya sebagai alat produksi tetapi juga sebagai penggerak dan segala aktivitas organisasi. Sumber daya manusia memiliki andil besar dalam menentukan maju atau berkembangnya suatu organisasi. Oleh karena itu, kemajuan suatu organisasi ditentukan pula bagaimana kualitas dan kapabilitas SDM di dalamnya. (Veranita et al., 2023)

Pembangunan infrastruktur hingga investasi di Jawa Barat belum sebanding dengan pengembangan kualitas sumber daya manusia atau SDM. Jika kualitas manusia Jabar tidak bisa berpacu dengan perkembangan teknologi, impian untuk menggapai Indonesia Emas di tahun 2045 akan sulit terwujud. Menurut Guru Besar Ekonomi Pembangunan Universitas Padjadjaran Arief Anshory Yusuf, menyatakan, pendapatan per kapita masyarakat Jabar masih di angka 3.000 dollar AS. Jumlah ini masih di bawah pendapatan per kapita Indonesia yang lebih dari 4.000 dollar AS <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/07/28/kualitas-sdm-jabar-belum-sebanding-dengan-kemajuan-infrastruktur>. Di Jawa Barat, tantangannya lebih berat lagi karena posisi pendapatan per kapita nya di bawah nasional. Indonesia saat ini masuk ke pendapatan menengah ke atas, sedangkan Jabar masih dalam pendapatan menengah ke bawah. Kondisi ini tidak sebanding dengan pembangunan infrastruktur yang semakin pesat. Berbagai proyek, mulai dari kereta cepat, jalan tol, hingga bandara internasional berhasil dibangun. Namun, tidak semua masyarakat bisa menikmati kemajuan ini karena masih berkebutakan dengan masalah ekonomi. (Rusminingsih, 2020)

Sebagai salah satu perusahaan yang masih termasuk dalam golongan Usaha Kecil dan menengah, Jelajah Nusantara (*Explore Store Project*) merupakan salah satu *brand* lokal di Kabupaten Bandung yang menyediakan *outdoor gear* (peralatan *outdoor*) mulai dari Bean Bag, Hammock, sampai Tenda *indoor* dan *outdoor*. Setiap produk yang dijual oleh UMKM Jelajah Nusantara (*Explore Store Project*) Project menggunakan bahan-bahan yang daur ulang tetapi tetap berkualitas sehingga tidak perlu lagi meragukan kualitasnya. UMKM ini menjadi salah satu perusahaan yang memiliki andil dalam turut mengembangkan perekonomian negara, menciptakan lapangan kerja dan juga turut berpartisipasi meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat sekitarnya. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, *Explore Store Project* menyadari salah satu keberhasilannya adalah terletak pada pengelolaan Sumber Daya Manusia yang efektif, yaitu karyawan yang berkualitas sehingga menjadi fondasi yang kuat bagi kesuksesannya. Untuk meningkatkan kualitas SDM yang memiliki kompetensi, penuh motivasi dan energi positif namun juga memiliki keterampilan yang relevan agar menjadi UMKM yang bertahan dan terus tumbuh dalam pasar yang mengglobal ini, maka Tim PKM Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya bersama UMKM Jelajah Nusantara (*Explore Store Project*) menyelenggarakan serangkaian kegiatan Penguatan SDM dalam Kompetensi *E-Marketing* untuk Pengembangan UMKM.

## METODE PELAKSANAAN

Sasaran dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah karyawan dari UMKM Jelajah Nusantara (*Explore Store Project*) yang berlokasi di Desa Cangkuang Kabupaten

Bandung sebanyak 21 (dua puluh satu) orang. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan Penguatan Sumber Daya Manusia dan Kompetensi *E-Marketing* bagi UMKM.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam empat tahap seperti digambarkan dalam skema berikut:

**Tabel 1.** Tahapan Kegiatan PKM

<p style="text-align: center;">Tahap 1</p> <p style="text-align: center;"><b>PERENCANAAN</b></p> <p>Survey, Observasi, Wawancara dan Analisis Situasi dilakukan untuk mengetahui fenomena di lapangan sehingga Kegiatan PKM yang direncanakan tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Kegiatan ini dilakukan oleh Mahasiswa sebagai bagian dari Tim PKM.</p>	<p style="text-align: center;">Tahap 3</p> <p style="text-align: center;"><b>PELAKSANAAN</b></p> <p>Pelaksanaan Kegiatan yang dilakukan selama dua hari terbagi menjadi dua tahap. Tahap pertama dilakukan Pelatihan yang berkaitan dengan Kompetensi SDM, dan Tahap kedua dilakukan Pelatihan untuk Kompetensi E-Marketing</p>
<p style="text-align: center;">Tahap 2</p> <p style="text-align: center;"><b>PERSIAPAN</b></p> <p>Penyusunan Program, Penentuan Materi, Pembagian Tugas, Persiapan Peserta, Kelengkapan Peralatan, dan sebagainya.</p>	<p style="text-align: center;">Tahap 4</p> <p style="text-align: center;"><b>EVALUASI</b></p> <p>Proses pengawasan dan evaluasi kegiatan, Melakukan Post Test dan hasil kegiatan serta mengevaluasi <i>feed back</i> dari Peserta untuk perbaikan Program-program PKM selanjutnya yang berkesinambungan dan bagi perencanaan program berikutnya. Evaluasi juga dilakukan dengan bekerjasama dengan Pimpinan UMKM untuk senantiasa mengevaluasi kinerja, motivasi dan kompetensi karyawannya setelah dilaksanakannya Pelatihan dalam kegiatan PKM ini.</p>

Pelaksanaan PKM yang menjadi inti kegiatan adalah pelaksanaan pelatihan yang dilakukan dengan menggunakan metode *Service Learning*, yaitu pembelajaran yang langsung diimplementasikan selama kegiatan berlangsung (Nugroho et al., 2023) dan dilengkapi dengan *Focuss Group Discussion* yang dipandu oleh seorang *mentor* untuk mencapai pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu topik. Diskusi difokuskan pada beberapa permasalahan atau topik tertentu yang memerlukan telaah mendalam dari berbagai sudut pandang agar didapatkan suatu solusi atau kesimpulan yang komprehensif (Makarim, 2024).

Tim pelaksana PKM terdiri dari 3 (tiga) orang Dosen sebagai mentor dan 3 (tiga) orang mahasiswa sebagai fasilitator.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diikuti oleh 21 (dua puluh satu) orang yang terdiri dari karyawan tetap dan karyawan kontrak, terdiri dari 8 orang karyawan wanita dan 13 orang karyawan pria. Motivasi bekerja sebagian besar didorong oleh keinginan untuk meningkatkan perekonomian dan mengaktualisasikan diri di dunia kerja.

Kegiatan PKM dilakukan dalam bentuk pelatihan dan dilaksanakan dalam 2 (dua) hari kerja, dengan jadwal kegiatan sebagaimana tercantum di Tabel 1 berikut ini :

**Tabel 2.** Jadwal Pelaksanaan Kegiatan PKM

Hari/ Tanggal	Waktu	Materi	Keterangan	Pemateri
<b>Selasa, 12 September 2023</b>	08.00 – 12.30	<ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan Pre Test</li> <li>Memahami Manajemen Sumber Daya manusia (Perencanaan, Seleksi, Pengenalan Usaha, Pelatihan, Penilaian Kinerja, gaji/Upah)</li> <li>Bagaimana membangun Motivasi dan Kinerja Karyawan Melalui Kepemimpinan</li> <li>Memahami Struktur Organisasi Usaha</li> <li>Ditutup dengan Post test</li> </ol>	Lokasi di Kantor CV Jelajah Nusantara (Explore Store Project) Nagrak RT 04/07 Desa Jatisari Kecamatan Cangkuang	Dr. Mira Veranita., M.Si Dr. R. Oke Andikarya., M.MPd
<b>Rabu, 13 September 2023</b>	13.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan Pre Test</li> <li>Pemanfaatan E-Marketing untuk UMKM</li> <li>Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Internet</li> <li>Jenis – Jenis E-Marketing</li> <li>Manfaat Dalam Melakukan Transaksi Online (E- marketing)</li> <li>Ditutup dengan Post Test</li> </ol>	Lokasi di Kantor CV Jelajah Nusantara (Explore Store Project) Nagrak RT 04/07 Desa Jatisari Kecamatan Cangkuang	Dr. Achmad Dheni S., M.Si Dr. Ir. Wahyuddin Bagenda., MM

Materi yang disampaikan di hari pertama meliputi hal-hal yang berkaitan dengan Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia, Pengetahuan membangun motivasi dan meningkatkan kinerja melalui kepemimpinan dan Pemahaman mengenai Struktur dan Organisasi Usaha.

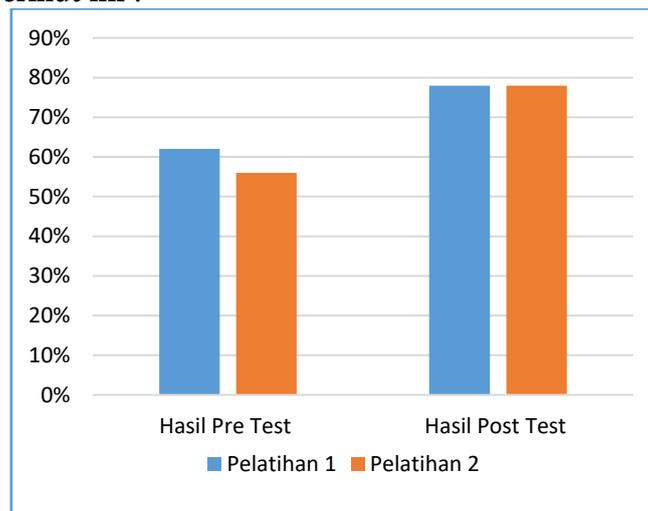
Karena latar belakang pendidikan karyawan (Peserta Pelatihan) yang berbeda-beda, maka pemahaman mengenai Manajemen Sumber Daya manusia yang dimiliki oleh

peserta pun bervariasi. Namun pada umumnya, peserta memahami bahwa hal-hal yang berkaitan dengan pengembangan, perbaikan dan evaluasi kinerja semua diarahkan untuk kemajuan usaha, dan ini semua membutuhkan sumberdaya manusia yang unggul. Peserta Pelatihan adalah pemilik usaha, pimpinan dan karyawan di semua bagian.

Berdasarkan hasil wawancara setelah kegiatan berlangsung diketahui bahwa karyawan memahami bahwa sumberdaya manusia adalah kunci dari kemajuan usahanya, dan karyawan harus selalu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, pemahaman dan sikap kerjanya. Di akhir pelatihan Tim PKM menitipkan masukan kepada pemilik dan pengelola usaha untuk selalu meningkatkan kompetensi dan keterampilan karyawan melalui berbagai pelatihan, sertifikasi, *refreshment* dan berbagai kesempatan untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan. Pelatihan yang dilakukan bukanlah sekedar untuk membantu para karyawan menguasai pekerjaannya, namun juga nantinya akan meningkatkan semangat dan kesetiaan kepada perusahaan, membangun tim yang kompeten dan berpengalaman disamping juga selalu memberikan apresiasi dan penghargaan kepada karyawan.

Pada Pelatihan di hari kedua, Peserta mendapatkan pengetahuan yang berkaitan dengan kompetensi *E-Marketing* yang belakangan ini menjadi sangat penting terutama dengan pemanfaatan *platform-platform digital*. Penerapan *E-Marketing* selanjutnya diukur melalui *Connectivity, Context, Content, Customisation, Communication, Community dan Commerce*.

Hasil *Pre Test* dan *Post Test* dari pelaksanaan pelatihan pada kegiatan PKM ini dapat dilihat pada grafik berikut ini :



**Gambar 1.** Hasil *Pre Test* dan *Post Test*

Hasil *Pre Test* Pelatihan hari ke-1, mengenai Pemahaman Manajemen SDM, pemahaman mengenai Bagaimana membangun motivasi dan kinerja karyawan melalui kepemimpinan dan pemahaman struktur organisasi usaha menunjukkan nilai 62%. Namun setelah dilakukan pelatihan hasil *post test* menunjukkan peningkatan sebesar 25% yaitu meningkat menjadi 87%.

Hal ini menunjukkan seluruh peserta antusias dan penuh atensi dalam mengikuti kegiatan pelatihan dan menyadari bahwa informasi yang diberikan selama pelatihan sangat mereka butuhkan.

Hasil *Pre Test* pelatihan hari ke-2, mengenai pemanfaatan *E-Marketing* bagi UMKM, memahami perbedaan pemasaran tradisional dan *E-Marketing*, jenis-jenis *E-Marketing* dan apa saja manfaatnya menunjukkan hasil sebesar 56%, namun setelah dilakukan

pemaparan dan penjelasan yang dilengkapi dengan demonstrasi langsung, hasil tes meningkat menjadi 78%. Umumnya para Peserta memahami bahwa *E-Marketing* sangat memudahkan pelaku UMKM dalam menjalankan usaha pemasarannya sehingga sepakat untuk menggunakannya secara optimal. Berdasarkan hasil evaluasi diketahui bahwa salah satu manfaat yang dirasakan adalah perusahaan dapat terhubung dengan pelanggan kapan saja dan dimana saja tanpa terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga perusahaan dapat berinteraksi secara *realtime* dengan konsumen, pemasok dan calon-calon konsumen (promosi). Ini sangat menguntungkan bagi UMKM ini karena lokasi produksi (*workshop*, konveksi, pabrik) dan kantor yang sangat jauh dari pusat kota bukan lagi menjadi halangan. Dulu banyak pelaku UMKM yang berpikir bahwa untuk membuat produknya dikenal, maka harus memiliki outlet atau toko atau *showroom* di pusat keramaian. Tetapi dengan memahami *E-Marketing* secara luas pandangan seperti itu terbantahkan.

Keuntungan lain adalah perusahaan dapat menekan biaya promosi konvensional (brosur, spanduk, pamflet, dan sebagainya). Dengan beralih ke *platform online* perusahaan bisa menjangkau lebih banyak konsumen tidak hanya pasar Jawa Barat tetapi pasar nasional bahkan internasional.

Berikut adalah foto-foto kegiatan :



**Gambar 2.** Foto Pelaksanaan PKM

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM berupa Penguatan SDM dalam Kompetensi *E-Marketing* untuk pengembangan UMKM Jelajah Nusantara (*Explore Store Project*) melalui pelatihan Manajemen SDM dan *E-Marketing* telah berlangsung dengan baik, lancar dan berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan dampak yang positif. Pengembangan sumberdaya manusia bagi setiap jenis usaha terlebih UMKM sebagai salah satu pilar pembangunan ekonomi nasional merupakan hal yang sangat esensi dan perlu dibina terus. Meskipun bukan usaha yang besar, UMKM tidak boleh berhenti melakukan penguatan-penguatan sumberdaya manusianya (karyawan, pimpinan, pemilik usaha) sehingga memiliki sumberdaya yang unggul, tangguh dan profesional sebagai aset perusahaan. Pelatihan yang berkaitan dengan

kompetensi *E-Marketing* juga saat ini merupakan proses adaptasi menuju era digitalisasi yang tidak bisa diabaikan. Sebenarnya setiap karyawan di bidang apapun hendaknya memiliki kompetensi *E-marketing* yang baik, sehingga mampu beradaptasi dengan perkembangan bisnis dan perkembangan digitalisasi agar tidak kalah dari para kompetitor.

Rekomendasi yang dapat diberikan adalah: UMKM hendaknya senantiasa memaksimalkan *skill* dan kompetensi karyawan dalam *E-Marketing* dengan mengikutsertakan dalam berbagai pelatihan-pelatihan dan sertifikasi *E-Marketing* agar bisa menjalankan berbagai strategi bisnis dengan efektif dan efisien, termasuk optimalisasi SEO, *Marketing Kit* dan pembuatan konten-konten yang menarik untuk promosi dan publikasi. UMKM juga disarankan untuk senantiasa memberikan penghargaan, insentif atau program tunjangan lainnya kepada karyawan yang memiliki kinerja baik. Hal ini untuk menumbuhkan semangat membangun budaya kerja yang positif, karena karyawan merasa mendapatkan pengakuan atas prestasinya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Awali, H., & Rohmah, F. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak Covid-19. *Balance : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- [2] Gunardi, G., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Fashion di Kota Bandung. *Fair Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 61–68.
- [3] Hartono, R., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media (Instagram) dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Mbok Taya. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 9(3), 167–184.
- [4] Ilyas, R., & Hartono, R. (2023). Digitalisasi UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Digitalisasi UMKM dan Pertumbuh Ekonomi.
- [5] Jatmiko, I. W., Irwansyah, F., Raytasyah, Z. I., Husein, M. A., & Wikartika, I. (2022). Pendampingan Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Mengembangkan UMKM Wong Hayyu Craft di Kelurahan Kauman Blitar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(2), 443–450.
- [6] Juwita, A. H., Bintariningtyas, S., Nurrahmawati, A., Perwitasari, D., & Ma'arif, M. (2023). Branding dan Pemasaran Online Pada Usaha Telur Asin di Desa Donoharjo Kecamatan Nganglik Kabupaten Sleman Yogyakarta. *SWARNA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 918–924.
- [7] Lampung, U. B. (2023). Penerapan Digital Marketing Di Era Revolusi Industri 4 . 0. 2(2).
- [8] Nugroho, F. A., Iqbal, M., Ramadhan, F., & Swastika, A. (2023). Implementasi Service Learning di SD Muhammadiyah Program Khusus Ampel , Boyolali. 5(1), 65–73. <https://doi.org/10.23917/bkkndik.v5i1.22008>
- [9] Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan Tata Kelola Bisnis UMKM Kerupuk Kulit Singkong Menuju Ketahanan BUMDES Jagabaya. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- [10] Rusminingsih, D. (2020). Jurnal Ekonomi MODERNISASI. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 6(1), 22–40.
- [11] Sagita, G. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi. 1(3), 24–31.
- [12] Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *ADAARA : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952–962.

- [13] Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). digital Marketing DALAM Pengembangan Usaha Mikro, Kecil DAN Menengah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>
- [14] Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi. *COOPETITION: Jurnal Ilmiah Manajemen*, XIII(1), 89–96.
- [15] Veranita, M., Yusuf, R., Gunardi, G., & H, Y. R. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Melalui Pelatihan Digital Marketing. *JURPIKAT, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 388–401.