

PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PROGRAM PELATIHAN MANAJEMEN DAN PEMASARAN

Agus Nursalim¹, Afdhal Chatra², Indra Krishernawan³, M. Imron Mas'ud⁴,
Efendi Sugianto⁵

¹Universitas Pendidikan Indonesia

²STIE Sakti Alam Kerinci

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Anwar

⁴ Universitas Yudharta Pasuruan

⁵Universitas Pertiba Pangkalpinang Babel

e-mail: agusnursalim@upi.edu¹, afdhalchatra@gmail.com², indrakrishernawan@stie-alanwar.ac.id³,
masud.imron@gmail.com⁴, efendisugiuin@gmail.com⁵

Abstrak

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi tingkat kemiskinan. Tujuan dilakukan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui program pelatihan manajemen dan pemasara. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan studi literature atau Library Research. Tujuannya adalah untuk menganalisis perbandingan teori-teori yang ada dengan teori-teori sebelumnya pada literature hasil penelitian. Literature yang digunakan adalah literature dari hasil Pengabdian kepada Masyarakat atau review yang tersaji dalam artikel ilmiah berupatasi nasional dan internasional yang bersesuaian dengan topik yang akan dikaji. Berdasarkan kajian literature pada hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa: dengan memberikan pelatihan manajemen dan pemasaran dapat meningkatkan kapasistas UMKM. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi mitra yaitu peningkatan pengetahuan tentang manajemen dan pemasaran.

Kata kunci: UMKM, Manajemen, Pemasaran

Abstract

MSMEs have a very important role in driving the economy, creating jobs, and reducing poverty. The purpose of this Community Service is to increase the capacity of MSMEs through management and marketing training programs. The method used in this article is a qualitative method with literature study or Library Research. The aim is to analyze the comparison of existing theories with previous theories in the research literature. The literature used is literature from the results of Community Service or reviews presented in national and international scientific articles that are relevant to the topic to be studied. Based on the literature review on the results and discussion, it can be concluded that: by providing management and marketing training can increase the capacity of MSMEs. This activity is carried out to provide solutions to the problems faced by partners, namely increasing knowledge about management and marketing.

Keywords: MSMEs, Management, Marketing

PENDAHULUAN

Peningkatan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui program pelatihan manajemen dan pemasaran telah menjadi fokus utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi tingkat kemiskinan (Riyadi & Mujanah, 2021). Meskipun demikian, banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam mengelola bisnis mereka, terutama dalam hal manajemen dan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang terkoordinasi untuk meningkatkan kapasitas UMKM agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompleks.

Salah satu tantangan penting untuk program pelatihan manajemen adalah bahwa banyak UMKM seringkali memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola aspek manajerial bisnis (Wali, 2022). Dengan memberikan pelatihan manajemen, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Selain itu, pemahaman yang lebih baik tentang aspek manajemen juga dapat membantu UMKM untuk menghadapi perubahan pasar dan teknologi (Elfahmi dan Jatmika, 2019).

Sementara itu, program pelatihan pemasaran menjadi relevan karena UMKM sering kesulitan dalam memasarkan produk atau jasa mereka secara efektif. Banyak UMKM tidak memiliki strategi pemasaran yang jelas, pengetahuan tentang perilaku konsumen, atau keterampilan untuk memanfaatkan platform pemasaran modern. Dengan memberikan pelatihan pemasaran, UMKM dapat belajar bagaimana mengidentifikasi pasar potensial, membangun merek, dan menggunakan alat pemasaran digital untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Selain itu, perubahan dalam pola konsumsi dan penetrasi teknologi membuat penting bagi UMKM untuk terus beradaptasi. Pelatihan manajemen dan pemasaran dapat membantu UMKM agar tetap relevan di era digital ini (Permatasari & Endriastuti, 2020). Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka secara online, meningkatkan daya saing, dan mencapai pasar global. Oleh karena itu, mereka mendorong dan mendukung program pelatihan manajemen dan pemasaran sebagai bagian dari strategi pengembangan UMKM. Dengan meningkatkan kapasitas UMKM, diharapkan mereka dapat berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat ketahanan ekonomi di tingkat lokal dan nasional.

METODE

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan studi literature atau Library Research. Tujuannya adalah untuk menganalisis perbandingan teori-teori yang ada dengan teori-teori sebelumnya pada literature hasil penelitian. Literature yang digunakan adalah literature dari hasil Pengabdian kepada Masyarakat atau review yang tersaji dalam artikel ilmiah berupatasi nasional dan internasional yang bersesuaian dengan topik yang akan dikaji. Semua artikel yang digunakan adalah bersumber dari mesin elektronik pencarian data literasi Mendeley dan Google scholar. Pustaka yang digunakan secara konsisten dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian literature. Alasan dilakukan penelitian kualitatif adalah penelitian tersebut memiliki sifat eksploratif. Sehingga kemudian dibahas lebih menyeluruh dengan bantuan Pustaka yang berhubungan dengan atau pustaka yang direview, karena bagian tersebut adalah dasar perumusan hipotesis yang digunakan dalam perbandingan dengan hasil atau temuan-temuan dari hasil penelitian sebelumnya untuk mengungkap kebenaran dari teori yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui program pelatihan manajemen dan pemasaran memberikan kontribusi signifikan terhadap kemajuan dan kelangsungan UMKM dalam ekosistem bisnis. Melalui pelatihan manajemen, pemilik UMKM dapat mengasah keterampilan mereka dalam perencanaan strategis, pengelolaan keuangan, dan manajemen operasional, memungkinkan mereka membuat keputusan yang lebih baik dan berkelanjutan. Sementara itu, pelatihan pemasaran membekali pelaku usaha dengan keterampilan yang diperlukan untuk mengidentifikasi pasar potensial, merancang kampanye promosi yang efektif, dan memanfaatkan teknologi digital. Dengan demikian, UMKM dapat lebih efisien dalam menjangkau konsumen, meningkatkan visibilitas mereka di pasar, dan bersaing secara sehat. Selain memberikan manfaat langsung pada tingkat keterampilan dan pengetahuan, program ini juga menciptakan dampak positif dalam meningkatkan daya saing UMKM secara keseluruhan, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, dan membentuk fondasi yang kokoh bagi pembangunan bisnis yang berkelanjutan.

Tabel 1. Kajian Literatur yang relevan dengan artiickl

Penulis	Judul	Hasil
Munfaqiroh et al., (2020)	Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Pelatihan Manajemen dan Strategi Pemasaran	Kegiatan yang dilakukan ada 2 bentuk yaitu pelatihan manajemen dan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas berbisnis mereka. Kegiatan kedua adalah melakukan pelatihan di BPIPT Sidoarjo (Balai Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia) yang merupakan wadah bagi pengusaha sepatu untuk menimba ilmu bagaimana membuat sepatu berkualitas sesuai dengan standar yang ada. Kegiatan yang kedua ini bertujuan untuk

		meningkatkan kemampuan para pengrajin sepatu dalam membuat sepatu yang berkualitas sebagai salah satu strategi pemasaran
Endrawati et al., (2023)	PELATIHAN MANAJEMEN BISNIS DAN PEMASARAN ONLINE BAGI UMKM DI BERBAGAI PROVINSI	Pelatihan ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing bisnis UMKM, membangun jaringan baru, dan mendorong implementasi praktik terbaik dalam operasional bisnis. Diharapkan bahwa pelatihan ini akan menghasilkan hasil positif, termasuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif, dan peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan.
Supri et al., (2023)	PENINGKATAN SISTEM PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM CHALODO SIBALI RESOE	Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi mitra yaitu peningkatan pengetahuan tentang perpajakan dan pemasaran digital, serta tersedianya laporan keuangan sederhana yang sesuai dengan kegiatan dan jenis usaha mitra
Zahrudin et al., (2023)	Pelatihan Manajemen Pemasaran Terhadap Anggota Koperasi dan UMKM	Pengembangan dan peningkatan yang dilakukan berupa pengembangan ketrampilan pembuatan perencanaan pemasaran, pemasaran digital dan pemahaman pencatatan keuangan sehingga dapat berguna dalam mengembangkan usaha yang akan dijalankan di kemudian hari. Partisipan pelatihan sebanyak 34 usaha mikro, sebagian besar merupakan usaha kuliner yang diberi pelatihan manajemen yang mereka butuhkan. Hasil yang diperoleh dari aktivitas ini merupakan terjadinya mitra binaan kuliner yang lebih maju dalam pengelolaan serta penjualan produk secara online.
Basmalah & Saleh (2023)	Pelatihan Manajemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Tamangapa Kabupaten Pangkep	Masyarakat senang dan tertarik selama mengikuti kegiatan PKM ini. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta tentang manajemen keuangan dan manajemen pemasaran
Mahfirah et al., (2023)	PELATIHAN PRODUCT BRANDING SEBAGAI OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN BAGI UMKM	Hasilnya, pelaku UMKM memahami pentingnya branding untuk usaha mereka. Selain itu, pelaku UMKM juga mampu untuk menentukan strategi branding yang akan mereka terapkan dalam usahanya.
Wasiman et al., (2023)	PELATIHAN MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN KEUANGAN, MANAJEMEN PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA BATAM	Dengan dilakukannya pengabdian kepada masyarakat ini, hasil yang didapat adalah para UMKM telah mampu me-manage usahanya (manajemen kewirausahaan), dan mengetahui tata kelola keuangan (manajemen keuangan).

Peningkatan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui program pelatihan manajemen dan pemasaran memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan daya saing pelaku usaha kecil (Endrawati et al., 2023). Pertama-tama, pelatihan manajemen memberikan pemahaman yang lebih baik tentang aspek-aspek kunci dalam mengelola sebuah bisnis, seperti perencanaan strategis, pengelolaan keuangan, dan manajemen sumber daya manusia. Dengan peningkatan pengetahuan ini, pemilik UMKM dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan efektif untuk mengoptimalkan operasional bisnis mereka.

Program pelatihan pemasaran memainkan peran kunci dalam memperluas jangkauan pasar UMKM dan meningkatkan daya saing (Endrawati et al., 2023). Dengan memahami konsep pemasaran yang baik, pelaku usaha dapat mengidentifikasi segmen pasar potensial, merancang kampanye promosi yang efektif, dan meningkatkan citra merek. Dengan demikian, UMKM dapat lebih mudah menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan mereka. Pelatihan ini juga dapat membantu UMKM untuk memanfaatkan platform digital dan teknologi informasi dalam upaya pemasaran, membuka peluang baru dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara digital.

Pentingnya pelatihan manajemen dan pemasaran dalam peningkatan kapasitas UMKM juga tercermin dalam peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri pelaku usaha. Dengan menguasai konsep-konsep manajemen dan pemasaran, pemilik UMKM akan merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan bisnis. Hal ini juga dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengambil inisiatif untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Dampak positif dari peningkatan kapasitas UMKM melalui program pelatihan ini juga dapat terlihat dalam kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan UMKM yang lebih kompeten dan berdaya saing, mereka dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, dan mendukung ekosistem bisnis lokal. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan manajemen dan pemasaran bagi UMKM bukan hanya berdampak pada perkembangan bisnis individu, tetapi juga pada kemajuan ekonomi secara keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian literature pada hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa: dengan memberikan pelatihan manajemen dan pemasaran dapat meningkatkan kapasitas UMKM. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi mitra yaitu peningkatan pengetahuan tentang manajemen dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Basalamah, M. S. A., & Shaleh, M. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan Dan Manajemen Pemasaran Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Umkm Di Desa Tamangapa Kabupaten Pangkep. *Celebes Journal Of Community Services*, 2(1), 29–33. <https://doi.org/10.37531/Celeb.V2i1.294>
- Elfahmi & Jatmika, D (2019), Pengaruh Inovasi Terhadap Ukm Naik Kelas Melaluidaya Saing Produk (Studi Ukm Kuliner Rahajeng Catering Pati Dan Indoburger Rembang), *Media Mahardika*, 17(3), 481-487
- Endrawati, T., Safarudin, M. S., Windreis, C., Ar, M., Zahruddin, A., & Yusnanto, T. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Online Bagi Umkm Di Berbagai Provinsi. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4501–4512. <https://doi.org/10.31004/Cdj.V4i2.15990>
- Mahfirah, T. F., Rahmi., Haneul., Tazkia., & Putri, C. A. (2023). Pelatihan Product Branding Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Bagi Umkm. *Sarwahita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 20, No. 2. <https://doi.org/10.21009/Sarwahita.202.2>
- Munfaqiroh, Siti; Andiani, Lidia; Syadeli, Moh.. Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Pelatihan Manajemen Dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Abm Mengabdikan*, [S.L.], V. 7, N. 1, P. 70-76, July 2020. Issn 2721-141x. Available At: <<http://journal.stie-mce.ac.id/index.php/jam/article/view/602>>. Date Accessed: 25 Nov. 2023.
- Permatasari, M. P., & Endriastuti, A. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Bagi Umkm Di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal Of Public Services)*, 4(1), 91-99

- Riyadi, N., & Mujanah, S. (2021). Strategi Pemasaran Dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Usaha Kecil Kerupuk Di Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas Tpb Unram*, 3(1).
- Supri, Z., Sahrir, S., Hamid, R. S., Sultan, S., & Riyanti, R. (2023). Peningkatan Sistem Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada Umkm Chalodo Sibali Resoe. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2204-2211. <https://doi.org/10.29303/Abdiinsani.V10i4.1148>
- Wali, M. (2022). Pelatihan Manajemen Pengembangan Usaha Bagi Umkm Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (Jpn) Indonesia*, 3(1), 33-38
- Zahrudi, A., Ristati & Hamidah, E. (2023). Pelatihan Manajemen Pemasaran Terhadap Anggota Koperasi Dan Umkm. *Sabajaya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1, No. 5. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm/article/view/190>