

## Pendampingan dan pembekalan teknik perekrutan sumber daya manusia dan digital marketing pada UMKM konveksi

Edi Sugiono<sup>1</sup>, Santi Retno Sari<sup>2\*</sup>, Dita Nurul Aini Mustika Dewi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta, Indonesia

\*Email: santi.sari@civitas.unas.ac.id

### ABSTRACT

This community service activity aims to provide training and assistance to improve skills and understanding of HR recruitment and digital marketing for convection MSME actors in West Java. The activity was carried out for approximately 4 days. MSME actors who became participants totaled 33 participants. The responses of the webinar participants gave positive responses regarding this training. The participants really did not understand recruitment, especially online recruitment. Likewise, from the results of this service it is known that the skills and knowledge regarding digital marketing of the participants are still minimal. Suggestions need further training that is more implementable and more intense assistance. Furthermore, further training is needed regarding the application and implementation of online recruitment with the application.

### Keywords

MSMEs convection, HR recruitment, digital marketing



BERDAYA : Jurnal  
Pendidikan dan  
Pengabdian Kepada  
Masyarakat  
Vol 5, No.1, 2023, pp.  
21-29  
eISSN 2721-6381

### Article History

Received 15 Jan 2022 / Accepted 18 Feb 2022 / First Published: 22 Feb 2022

### To cite this article

Sugiono, E., Sari, S. R., & Dewi, D. N. A. M. (2023). Pendampingan dan pembekalan teknik perekrutan sumber daya manusia dan digital marketing pada UMKM konveksi. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 21 - 29.



© The Author(s)2023

. This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

## ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pembekalan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman terhadap perekrutan SDM dan digital marketing pada pelaku UMKM konveksi di Jawa Barat. Kegiatan dilaksanakan kurang lebih selama 4 hari. Pelaku UMKM yang menjadi peserta berjumlah 33 peserta. Respon para peserta webinar memberikan tanggapan positif mengenai pelatihan ini. Para peserta memang benar-benar belum memahami adanya perekrutan terutama perekrutan online. Begitupula dari hasil pengabdian ini diketahui bahwa ketrampilan dan pengetahuan mengenai pemasaran digital para peserta juga masih minim. Saran perlu pelatihan lanjutan yang lebih implementatif dan pendampingan yang lebih intens. Selanjutnya perlu pelatihan lanjutan mengenai aplikasi dan penerapan perekrutan online dengan aplikasinya.

## Profil Penulis

Edi Sugiono  
Santi Retno Sari  
Dita Nurul Aini Mustika Dewi

Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Nasional

\*Email:  
santi.sari@civitas.unas.ac.id

**Kata Kunci** : UMKM konveksi, perekrutan SDM, pemasaran digital

Reviewing Editor  
Hendryadi, STIE Indonesia  
Jakarta

## PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah meskipun kecil tetapi memberikan kontribusi yang cukup besar pada perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM pada tahun 2018 memberikan pemasukan sebesar 61,07% terhadap PDB Indonesia dan juga memberikan kontribusi pada investasi sebesar 60,42% (Thaha, 2020). Hal ini membuktikan bagaimana pentingnya UMKM bagi perekonomian Indonesia. Maka dari itu, perlu perhatian dan pengembangan lebih lanjut. Jikalau UMKM semakin meningkat tentunya akan memberikan kontribusi yang lebih baik dan apabila UMKM terancam maka juga akan berdampak kurang baik pula terhadap perekonomian.

Selama masa pandemi Covid-19, banyak UMKM yang mengalami penurunan penjualan dan bahkan gulung tikar. Keadaan ini cukup memprihatinkan, mengingat dampaknya juga akan mempengaruhi pada perekonomian Indonesia. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan dan upaya untuk tetap bertahan dan bergerak maju. Beberapa pelaku UMKM juga banyak yang merasa apatis dan putus asa. Hal ini tidak bisa dibiarkan begitu saja. Karena UMKM merupakan bagian dari roda penggerak ekonomi. Dampak Covid-19 berkelanjutan melelahkan bagi banyak pihak. Dampak kelelahan secara mental, psikis, banyaknya pelaku yang juga terinfeksi dan mungkin keluarganya, membuat lelah fisik dan mental. Cobaan bertubi-tubi datang, dengan menurunnya daya beli dan minat beli yang juga

dikarenakan adanya pembatasan. Hal ini menuntut ketahanan baik fisik dan mental serta psikologis yang cukup kuat dalam menghadapi pandemi ini.

Banyaknya tantangan yang perlu dihadapi menuntut sumber daya manusia (SDM) yang tangguh. Rekrutmen dan seleksi merupakan tahap awal dalam pemilihan sumber daya manusia yang diinginkan. Perekrutan akan mempengaruhi bagaimana pilihan yang akan diseleksi yang berujung pada SDM yang diinginkan yang membawa pada kinerja perusahaan (Aziz dkk., 2017).

Pentingnya para pelaku UMKM mengetahui perekrutan secara *e-recruitment* di saat masuk pada generasi milenial diharapkan mampu mendongkrak produktivitas. pemimpin sekarang perlu mengelola SDM dengan berbasis teknologi untuk meningkatkan produktivitas (Ongkowijoyo, 2021). Maka dari itu pelaku UMKM juga merupakan pemimpin bagi UMKM nya sangat perlu dibekali dengan pengelolaan sumber daya manusia berbasis teknologi seperti *e-recruitment*.

### **Sasaran Kegiatan**

UMKM yang dituju adalah UMKM yang bergerak pada bidang usaha konveksi di Jawa Barat. Terdiri dari sejumlah kurang lebih 35-50 UMKM. UMKM yang dituju adalah UMKM yang belum terakurasi baik oleh Kementerian Koperasi dan ataupun pemerintah daerah setempat. Maka dari itu masih sangat diperlukan pembinaan awal dan dasar bagi bekal mereka berwirausaha. Ketika mereka hendak melebarkan sayap mengembangkan usaha maka sangat diperlukan tambahan tenaga kerja. selama ini perekrutan hanya didasarkan pada intuisi dan rasa kekerabatan. Maka dari itu perlu adanya pembekalan mengenai teknik perekrutan dan beserta semua kelebihan dan kekurangannya.

Pemasaran yang dilakukan juga masih sederhana, dan walaupun menggunakan versi online masih belum cakap dalam berkreasi dengan konten dan belum memahami arti penting perlunya digital marketing. Maka dari itu perlu untuk memberikan bekal pemahaman arti dan manfaat serta selanjutnya sedikit memberikan gambaran praktek mengenai digital marketing.

### **Masalah yang ingin dipecahkan**

Perlunya bagi UMKM untuk mengetahui bagaimana memilih pegawai atau sumber daya yang tepat. Selain itu di masa serba digital saat ini, perlu sekali membekali UMKM dengan pengetahuan mengenai digital marketing. Dengan kemudahan digital maka juga bisa diterapkan dalam pemilihan sistem perekrutan dan pemasaran. Hal ini juga bisa memudahkan mereka untuk meminimalkan dari segi biaya untuk perekrutan dan juga biaya penggajian sumber daya manusia yang tidak diperlukan.

Pembekalan, penyuluhan dan pendampingan dalam pembelajaran mengenai perekrutan SDM yang tepat. Pembekalan, penyuluhan dan pendampingan dalam pembelajaran mengenai manfaat dan cara digital marketing.

## **MATERI DAN METODE**

### **Waktu dan Lokasi**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan dengan cara Webinar. Para peserta kegiatan ini adalah UMKM konveksi kaos di Jawa Barat. Pelaksanaan kegiatan dilakukan tiga hari. Sehari sebelum pemberian materi peserta diminta untuk mengisi angket terlebih dahulu. Materi yang diberikan berupa pelatihan dan pemahaman mengenai perekrutan SDM dan digital marketing yang berguna untuk menghadapi tantangan usaha ke depan. Sehari setelah pelatihan peserta akan diberikan angket kembali untuk penilaian dari hasil pembelajaran, apakah sudah memahami dengan baik.

Pelaksanaan kegiatan dengan Webinar, jadi tempat adalah virtual melalui zoom atau gmeet. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan di antara bulan Oktober-Januari. Pertama yang dilakukan adalah berkunjung ke daerah yang dituju untuk mendata dan melakukan wawancara awal dan membuat kontak dengan para peserta dari para pelaku UMKM yang dituju. Kemudian pada hari selasa sd Jumat yaitu pada tanggal 17 Januari 2023 sampai dengan 20 Januari 2023 dilaksanakan webinar.

### **Prosedur dan Metode**

Materi ini akan diberikan dengan beberapa tahapan. Tiga tahap dengan waktu selama 4 hari. Tahap Pertama , sehari sebelum pelatihan, peserta diminta mengisi angket mengenai perekrutan yang dilakukan sebelumnya dan pengetahuan awal mengenai perekrutan tepat guna. Tahap kedua pelatihan dan pemberian materi dilakukan dua hari. Pemberian materi, yang terdiri dari materi satu, perekrutan SDM.

Materi dua, digital marketing. Tahap ketiga, sehari setelah pelatihan, peserta diminta mengisi angket kembali yang berisikan tanggapan tentang pelatihan ini dan juga angket mengenai perekrutan SDM tepat guna dan digital marketing setelah mengikuti pelatihan.

## **PELAKSANAAN KEGIATAN**

### **Pelaksanaan Kegiatan**

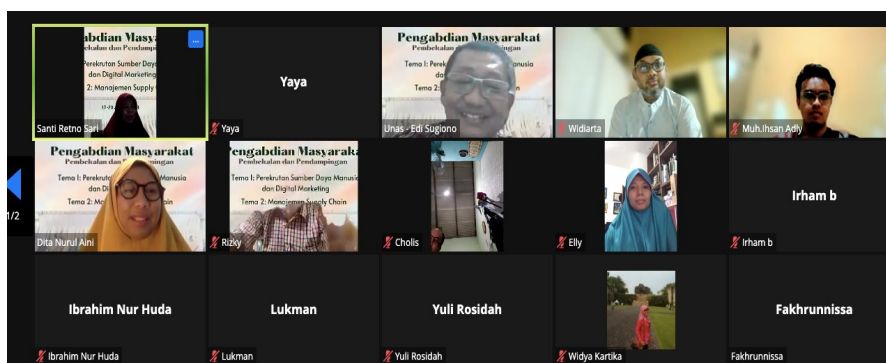
Kegiatan utama pengabdian masyarakat ini dijalankan melalui webinar. Hal ini dikarenakan lokasi para peserta yang berbeda-beda. Meskipun dengan webinar untuk kegiatan utamanya, tetapi sebelum webinar berlangsung sebelumnya telah dilakukan kunjungan ke lapangan untuk berkenalan dengan para peserta. Kunjungan awal dipergunakan untuk berkenalan, mendata jumlah peserta, melakukan wawancara awal dan kemudian

menentukan jadwal untuk melakukan pelatihan. Pelatihan untuk peran digital dalam pemasaran dan perekrutan sumber daya manusia ini diselenggarakan pada bulan Januari. Pelatihan dilaksanakan dengan webinar.

Pemaparan pelatihan mengenai perekrutan diawali dengan memberitahukan pentingnya sumber daya manusia bagi pengembangan usaha. Materi ini dibawakan oleh dua pemateri yaitu Bapak Edi Sugiono dan Ibu Santi Retno Sari. Dalam materi ini dijabarkan baik dari sisi pengelola dan juga para karyawan. Pemaparan bagaimana pengelolaan sumber daya manusia atau karyawan supaya mereka bisa berkinerja unggul dan ditekankan dimulai dari hasil perekrutan. Perekrutan memiliki peran penting dalam pemilihan sumber daya manusia yang unggul dan berkinerja tinggi yang mampu mendorong kreativitas dan inovasi organisasi (Thawil dan Sari, 2018). Sehingga mampu bersaing.

Selanjutnya dijabarkan mengenai metode perekrutan sumber daya manusia. Kelebihan dan kelemahan berbagai metode perekrutan juga dijabarkan. Materi ini juga mencoba untuk mengakomodir model perekrutan yang disesuaikan dengan UMKM yang ada. Seperti contohnya dijelaskan seringnya UMKM dan usaha kecil terutama usaha keluarga menggunakan perekrutan berbasis kekeluargaan, kedekatan, referensi dan kekerabatan serta nepotisme. Hal ini memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing.

Pemaparan materi ini diakhiri dengan tambahan bagaimana peran digital bisa memudahkan para pelaku usaha dalam merekrut pegawai. Semisal dengan adanya aplikasi-aplikasi perekrutan pegawai. Terakhir diberikan sesi tanya jawab. Salah satu contoh pertanyaan adalah “bagaimana melihat bahwa pegawai yang diinginkan sesuai dengan yang berada di aplikasi perekrutan?”. Tentunya hal ini dijawab dengan dibantu cara melihat aplikasi dan membaca resume para pegawai ataupun pelamar. Yang mana para peserta masih cukup awam dengan pengetahuan ini. Gambar 1, merupakan gambar selama kegiatan webinar dilaksanakan.

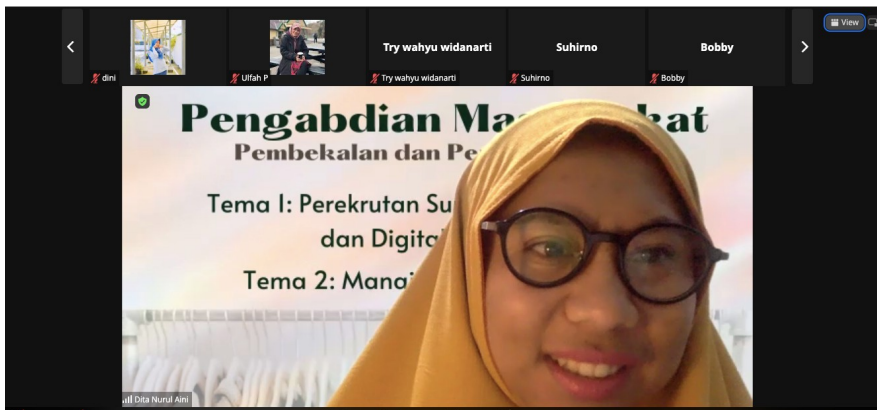


**Gambar 1.**  
Webinar sesi pertama,  
materi perekrutan  
SDM

Pemaparan kedua mengenai digital marketing yang dipaparkan oleh Ibu Dita Nurul Aini. Materi ini memberikan wawasan awal mengenai perlunya pemasaran secara digital meskipun berada di daerah yang jauh dari perkotaan atau bukan di kota besar. Yang mana

dengan pemasaran digital ini akan memudahkan para pelaku usaha untuk memasarkan produknya tanpa biaya perjalanan dan biaya toko. Dengan adanya pemasaran digital diharapkan dapat meraih jumlah pelanggan yang lebih banyak dan bahkan bisa go internasional.

Aplikasi-aplikasi pemasaran dan cara penggunaan juga dijabarkan dalam paparan ini. Seperti penggunaan facebook, instagram, you tube, tik-tok. Sesi ini diakhiri dengan tanya jawab. Terlihat bagaimana antusias para peserta dengan beberapa pertanyaan. Contoh pertanyaan yang dilontarkan oleh salah satu peserta adalah mengenai pemasaran dengan tik tok. Beberapa peserta menekankan kurang positifnya tik tok. Jawaban untuk pertanyaan ini juga diarahkan kepada pengendalian keamanan dalam menggunakan media online. Gambar 2, pemateri dalam memberikan materi digital marketing.



**Gambar 2.**  
Pemberian materi  
kedua digital marketing

## Evaluasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini masih merupakan kegiatan awal yang bisa dikategorikan penajakan awal. Masih sangat diperlukan kegiatan lanjutan untuk lebih dalam dan benar-benar mencerahkan para pelaku UMKM. Dapat diketahui dari respon para peserta terutama ketika sesi tanya jawab, menunjukkan masih sangat belum paham mengenai perekrutan terutama yang baik dan sesuai untuk diterapkan oleh mereka. Serta masih menjadi tanda tanya bagaimana penerapan dalam praktek sesungguhnya. Serta praktek yang digabungkan dengan aplikasi-aplikasi digital.

Perekrutan digital dengan teknologi seperti e-recruitment sudah menjadi tuntutan di masa kini. Pelaku UMKM diharapkan juga mahir dalam perekrutan ini. Yang mana pemimpin yang mampu mengelola SDM dengan berbasis teknologi akan mempengaruhi pada peningkatan produktivitas (Ongkowijoyo, 2021). Selain itu pasar tenaga kerja, dari sisi si pelamar pekerjaan, generasi muda saat ini menyukai melamar pada pekerjaan dengan cara digital (Shalahudin dkk., 2022). Pelamar generasi muda saat ini senang melamar pekerjaan dengan berbasis online terutama dikarenakan adanya kemudahan penggunaan dan manfaat yang diberikan (Ekanayaka & Gamage, 2019).

Pelatihan ini sudah sesuai arah dan kebutuhan. Perekrutan melalui media sosial



ataupun berbasis online dan digital merupakan hal yang tepat dalam memfasilitasi peningkatan SDM (Husna dkk., 2021). Pembekalan mengenai perekrutan digital pada pelaku UMKM diharapkan untuk memajukan menaikkan produktivitas UMKM dan mampu bersaing di kancah global.

Tanggapan para responden mengenai pelatihan ini diawali dengan pemberian angket sebelum acara. Angket ini berisikan pertanyaan seputar isi pelatihan yaitu pemasaran digital, pernahkan menggunakan aplikasi tiktok, instagram, facebook dan you tube. Bagaimana membuat konten tersebut. Begitu pula pertanyaan mengenai perekrutan selama ini. Apakah mengetahui model perekrutan yang lain serta kelebihan dan kekurangan berbagai model perekrutan.

Setelah acara webinar dilaksanakan, peserta kembali diberikan angket. Dengan pertanyaan apakah mereka mengerti metode perekrutan, pemasaran digital. Pertanyaan- pertanyaan ini disesuaikan dengan pertanyaan sebelum webinar. Dan dapat dilihat dari hasil jawaban, para peserta cukup memberikan respon yang positif dengan adanya kenaikan nilai jawaban. Meskipun kenaikannya masih relatif sangat kecil. Hal ini mungkin dikarenakan kurang intensifnya pemberian materi. Yang mana materi hanya diberikan dalam waktu dua hari dan hanya melalui webinar.

Selain itu angket terakhir juga berisikan saran dan masukan mengenai pelaksanaan webinar. Respon para peserta yang berjumlah 27 di hari pertama dan 33 di hari kedua, memmberikan tanggapan rata-rata positif dan menginginkan untuk ada pelatihan lanjutan. Peserta juga menginginkan untuk bisa diadakan pelatihan tatap muka terutama pelatihan yang berbasis aplikasi. Contoh pertanyaan “Apakah webinar ini memberikan manfaat buat anda?” rata-rata direspon dengan positif oleh para peserta. Dengan jawaban skala likert nilai 1 untuk sangat tidak setuju sampai dengan nilai 5 untuk sangat setuju. Rata rata jawaban berada di nilai 4. Hal ini menandakan bahwa webinar ini cukup memberikan manfaat buat para peserta. Saran yang diberikan adalah kalau webinar sering terkendala sinyal, sehingga bahasan yang dibawakan pemateri beberapa tidak bisa didengar. Selain itu materi seperti penggunaan aplikasi jadi kurang bisa dipahami dengan tuntas.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dan kemasyarakatan yang dilakukan dengan webinar pada UMKM di Jawa Barat ini memberikan kesimpulan bahwa webinar telah berjalan sesuai harapan. Meskipun masih terdapat beberapa kendala. Masih sangat diperlukan pemahaman

dan pelatihan lebih lanjut bagi para pelaku UMKM mengenai pemasaran digital dan perekrutan SDM. Peserta menunjukkan keingintahuan dan merespon dengan baik sesi pelatihan.

### **Saran Kegiatan Lanjutan**

Saran yang bisa didapat dari kesimpulan bahwa pelatihan ini masih perlu dilanjutkan. Beberapa responden masih merasa belum tuntas dan berkeinginan untuk tahu dan mengerti lebih lanjut. Terutama mengenai praktek aplikasi secara langsung. Oleh karenanya proyek pengabdian selanjutnya bisa dengan tema lanjutan berkenaan dengan perekrutan dan pemasaran digital. Seperti tema pengaplikasian dan penerapan aplikasi tiktok, you tube, facebook dan instagram untuk meningkatkan pasar. Selain itu bisa dilanjutkan dengan pelatihan membuat content creator. Untuk bagian SDM perekrutan perlu pelatihan dan pendampingan lanjutan untuk penerapan aplikasi bantuan perekrutan.

### **REFERENSI**

- Ongkowijoyo, S. P. Y. (2021). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Mengelola Kepemimpinan Millennial untuk Meningkatkan Produktivitas Karyawan yang Didukung oleh Teknologi Modern. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(06), 1023-1039. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i6.171>
- Shalahuddin, Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1). <http://dx.doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>
- AzizT. A., MaarifM. S., & SukmawatiA. (2017). Pengaruh Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 3(2), 246. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.2.246>
- Ekanayaka, E. M. M. S., and Gamage, P. (2019). Factors Influencing Job Seeker's Intention to use E-recruitment: Evidence from a State University in Sri Lanka. *IJAR 7 D*, 5(1).
- Husna, J., Prasetya, A., Shadiqin, S., Pungki, S. F. B., & Muhaimin, Y. (2021). Efektivitas Metode Rekrutmen Melalui Media Sosial. *Journal Information Science and Library*, 2(1). Retrieved from <https://journals2.usm.ac.id/index.php/jisl/article/view/3421>
- Thawil, S. M., and Sari, S. R. (2018). Kesuksesan implementasi Inovasi Organisasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 175-182.
- Thaha, A.F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal BRAND*, 2(1), 147-153. Retrieved from <http://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/607/445>



**FUNDING**

Penulis menyatakan bahwa kegiatan ini bersumber dari dana Pengabdian Kepada Masyarakat yang didanai oleh Universitas Nasional Tahun 2022.

**COMPETING INTERESTS**

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.