

**STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN DIGITAL  
MARKETING UMKM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA  
SAING****Muhammad Chandra Fauzan<sup>1</sup>, Muhammad Bintang Ramadhan<sup>2</sup>, Rifka Agus Pratama<sup>3</sup>**  
Universitas Muhammadiyah Jakarta<sup>1,2,3</sup><sup>1</sup> [mchandrafauzan37@gmail.com](mailto:mchandrafauzan37@gmail.com)<sup>2</sup> [abinfakhri@gmail.com](mailto:abinfakhri@gmail.com)<sup>3</sup> [rifkaaguspratama5@gmail.com](mailto:rifkaaguspratama5@gmail.com)**Informasi artikel**

Diterima :

27 Desember 2025

Direvisi :

19 Januari 2026

Disetujui :

20 Mei 2026

**ABSTRACT**

*The rapid advancement of digital technology has intensified business competition and encouraged micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to adopt more adaptive strategies. Alongside digital transformation, effective human resource management plays a crucial role in strengthening business competitiveness. This study aims to examine the role of human resource management strategies and digital marketing in enhancing MSME competitiveness through a literature review approach. The study analyzes relevant national journal articles published between 2021 and 2025 that discuss human resource management, digital marketing, and MSME competitiveness. The findings indicate that the integration of human resource development and digital marketing strategies contributes positively to market expansion, operational efficiency, and customer engagement. MSMEs supported by competent human resources and adequate digital capabilities tend to be more responsive to market changes and better positioned to sustain their competitive advantage. This study provides a conceptual contribution by emphasizing the importance of aligning human resource management with digital marketing strategies in the digital era.*

**Keywords:** *human resource management, digital marketing, MSMEs, business competitiveness*

**PENDAHULUAN**

Di tengah perkembangan teknologi digital dan persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan dan berkembang. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada pemanfaatan platform digital

mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi bisnis yang lebih inovatif dan berbasis teknologi. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada perusahaan besar, tetapi juga dirasakan secara langsung oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional.

UMKM berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi, namun pada saat yang sama menghadapi berbagai keterbatasan, seperti akses pasar, keterbatasan teknologi, serta kualitas sumber daya manusia. Persaingan yang semakin terbuka menuntut UMKM untuk tidak hanya mengandalkan produk atau harga, tetapi juga kemampuan dalam mengelola sumber daya secara efektif dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh karena itu, peningkatan daya saing UMKM menjadi isu yang sangat relevan untuk dikaji.

Salah satu faktor utama yang berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah manajemen sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi, keterampilan, dan kemampuan beradaptasi terhadap teknologi digital dapat mendukung proses inovasi serta meningkatkan produktivitas usaha. Pengelolaan sumber daya manusia yang tepat melalui pelatihan, pengembangan kompetensi, dan pembagian tugas yang jelas menjadi fondasi penting bagi keberlangsungan UMKM di tengah dinamika perubahan lingkungan bisnis.

Selain manajemen sumber daya manusia, pemanfaatan digital marketing juga menjadi strategi yang semakin penting bagi UMKM. Digital marketing memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, membangun interaksi yang lebih intens dengan konsumen, serta meningkatkan efisiensi biaya pemasaran. Melalui media digital, UMKM dapat menjangkau konsumen tanpa batasan geografis dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan pasar secara lebih fleksibel.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas peran manajemen sumber daya manusia dan digital marketing dalam pengembangan UMKM, sebagian besar kajian masih menempatkan kedua aspek tersebut secara terpisah. Kajian yang mengintegrasikan strategi manajemen sumber daya manusia dan pemanfaatan digital marketing sebagai satu kesatuan dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya berdasarkan literatur lima tahun terakhir, masih terbatas. Padahal, keberhasilan digital marketing sangat dipengaruhi oleh kesiapan dan kompetensi sumber daya manusia yang mengelolanya.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran strategi manajemen sumber daya manusia dan digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pendekatan kajian literatur. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan strategi UMKM yang adaptif dan berkelanjutan di era digital.

## KAJIAN LITERATUR

Manajemen sumber daya manusia merupakan faktor strategis dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sumber daya manusia tidak hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan operasional, tetapi juga sebagai penggerak inovasi dan pengambilan keputusan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif melalui pengembangan kompetensi, pelatihan, dan penataan kerja yang jelas dapat meningkatkan produktivitas serta kualitas kinerja usaha (Lestari et al., 2024).

Dalam konteks UMKM, keterbatasan sumber daya menjadikan peran sumber daya manusia semakin krusial. Pemilik dan karyawan UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi, khususnya dalam menghadapi perkembangan teknologi digital. Penelitian terkini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi sumber daya manusia, terutama dalam penguasaan teknologi dan pemasaran digital, berkontribusi positif terhadap peningkatan daya saing UMKM (Prana, 2024).

Selain manajemen sumber daya manusia, digital marketing menjadi salah satu strategi yang banyak diterapkan UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Digital marketing memungkinkan UMKM memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan marketplace, untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Pemanfaatan digital marketing juga mendukung peningkatan interaksi dengan konsumen serta membangun loyalitas pelanggan (Sifwah et al., 2024).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan digital marketing pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia yang mengelolanya. UMKM yang memiliki sumber daya manusia dengan kompetensi digital yang memadai cenderung lebih mampu memanfaatkan teknologi secara optimal dan berkelanjutan (Rojak et al., 2025). Oleh karena itu, integrasi antara manajemen sumber daya manusia dan digital marketing menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (literature review) dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Data diperoleh dari artikel jurnal nasional yang relevan dengan topik manajemen sumber daya manusia, digital marketing, dan daya saing UMKM yang dipublikasikan dalam rentang tahun 2021–2025.

Penelusuran artikel dilakukan melalui database jurnal nasional terakreditasi dengan menggunakan kata kunci “manajemen sumber daya manusia UMKM”, “digital marketing UMKM”, dan “daya saing UMKM”. Artikel yang dipilih memenuhi kriteria inklusi, yaitu membahas UMKM, relevan dengan fokus penelitian, serta diterbitkan dalam lima tahun terakhir. Artikel yang tidak sesuai dengan fokus penelitian dieliminasi.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan mengelompokkan temuan penelitian berdasarkan tema utama, kemudian disintesis untuk memperoleh kesimpulan mengenai peran manajemen sumber daya manusia dan digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Peningkatan daya saing UMKM di era digital tidak dapat dilepaskan dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya manusia dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa digital marketing menjadi salah satu strategi yang banyak diterapkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis, sehingga peluang peningkatan penjualan menjadi lebih besar.

Namun demikian, keberhasilan penerapan digital marketing tidak berdiri sendiri. Berbagai penelitian menegaskan bahwa efektivitas strategi digital marketing sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia yang mengelolanya. UMKM yang memiliki sumber daya manusia dengan pemahaman dan keterampilan digital yang memadai cenderung lebih mampu menyusun konten pemasaran yang relevan, merespons konsumen secara cepat, serta memanfaatkan data digital untuk pengambilan keputusan. Kondisi ini menunjukkan bahwa manajemen sumber daya manusia memegang peranan penting sebagai faktor pendukung keberhasilan digital marketing.

Selain itu, pengelolaan sumber daya manusia yang baik juga berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional UMKM. Melalui pembagian tugas yang jelas, pelatihan yang berkelanjutan, serta pengembangan kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan usaha, UMKM dapat meningkatkan produktivitas karyawan dan kualitas layanan kepada konsumen.

Peningkatan efisiensi ini pada akhirnya berdampak pada kemampuan UMKM dalam bersaing dengan pelaku usaha lain di pasar yang semakin kompetitif.

Integrasi antara manajemen sumber daya manusia dan digital marketing memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM. Kajian literatur menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengombinasikan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dengan pemanfaatan digital marketing secara strategis memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan keunggulan bersaing. Digital marketing membantu UMKM memperluas pasar dan membangun hubungan dengan konsumen, sementara manajemen sumber daya manusia memastikan bahwa strategi tersebut dapat dijalankan secara konsisten dan berkelanjutan.

Meskipun demikian, beberapa tantangan masih dihadapi UMKM dalam mengintegrasikan kedua strategi tersebut. Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, minimnya akses pelatihan digital, serta keterbatasan anggaran menjadi kendala utama dalam penerapan digital marketing secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan agar UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan daya saing UMKM di era digital menuntut adanya sinergi antara manajemen sumber daya manusia dan digital marketing. UMKM yang mampu mengelola sumber daya manusia secara strategis dan memanfaatkan digital marketing secara optimal cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya.



**Gambar 1. Daya saing UMKM**

Sumber : Diolah penulis

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pemanfaatan digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Namun demikian, efektivitas digital marketing sangat dipengaruhi oleh kesiapan

sumber daya manusia yang mengelolanya. Penerapan manajemen sumber daya manusia yang baik melalui pengembangan kompetensi dan peningkatan keterampilan digital menjadi faktor pendukung utama dalam memperkuat daya saing UMKM. Dengan demikian, penguatan manajemen sumber daya manusia yang selaras dengan pemanfaatan digital marketing menjadi strategi penting bagi UMKM untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan di era digital.

### Saran

Pelaku UMKM disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran serta meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan yang relevan dengan kebutuhan digital. Selain itu, dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan pihak terkait lainnya diperlukan untuk memperkuat kemampuan sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi digital agar UMKM mampu bersaing secara berkelanjutan.

### REFERENSI

- Diah, Y. M., Siregar, L. D., & Saputri, N. D. M. (2021). Strategi mengelola sumber daya manusia (SDM) unggul dalam tatanan normal baru bagi pelaku UMKM di Kota Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 67–76.
- Lestari, M., Daeli, M., & Damanik, A. S. (2024). Peran strategis sumber daya manusia dalam meningkatkan kompetensi dan motivasi karyawan terhadap kinerja di sektor toko dan UMKM. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(9), 6363–6372.
- Prana, R. R. (2024). Transformasi manajemen SDM dan digitalisasi: Upaya meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau*, 12(2), 370–375.
- Rojak, A., Mulyaningsih, D., Fatah, R. A., Putra, M. S., Hamsinah, H., & Sugiarti, E. (2025). Penerapan strategi pengembangan SDM untuk memaksimalkan motivasi dan kreativitas karyawan dalam meningkatkan profit UMKM. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 12–16.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
- Putri, L. A. D., & Yustisia, H. (2025). Manajemen dan strategi kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM): Kajian literatur 2019–2024. *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 6(2).