

REJUVENATION OF MSME ORGANIZATION WORKFORCE IN MAXIMIZING DIGITAL MARKETING OPERATIONS

Muhamad Fahrezi

Universitas Komputer Indonesia

muhamadfahrezi90@gmail.com

Arjuna Rizaldi

Universitas Komputer Indonesia

arjuna@email.unikom.ac.id

Abstract

The rapid growth of information and communication technology in the era of the industrial revolution 4.0 has resulted in many changes in the business sector, one of which is in the field of marketing. However, there are still many MSMEs who have not been able to promote their products digitally, their marketing is still narrow which makes them less competitive than their competitors. The purpose of this research is to explore how to maximize digital marketing. The research method used is qualitative research with the acquisition of secondary data from the results of literature studies obtained from various sources, namely scientific journals, books, and websites. The results of the study found that unqualified human resources hindered MSME actors in utilizing technological growth, the impact on company operations in obtaining maximum profits could not be realized. Rejuvenation of business organizations is one way to solve the problems of MSMEs in operating digital marketing and the problem of youth unemployment in Indonesia.

Keywords: *Digital Marketing, Human Resources, MSME, Technology Growth, Unemployment*

REJUVENASI TENAGA KERJA ORGANISASI UMKM DALAM PEMAKSIMALAN OPERASI DIGITAL MARKETING

Abstrak

Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi di era revolusi industri 4.0 mengakibatkan banyaknya perubahan dalam bidang bisnis, salah satunya pada bidang pemasaran. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum dapat mempromosikan produknya secara digital, pemasaran yang dilakukan masih bersifat sempit yang membuat mereka kalah saing dengan kompetitor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali cara memaksimalkan digital marketing. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan perolehan data sekunder dari hasil studi pustaka yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu Jurnal ilmiah, Buku, dan website. Hasil penelitian didapat bahwa SDM yang tidak berkualitas menghambat pelaku UMKM dalam pemanfaatan pertumbuhan teknologi, dampaknya pengoprasian perusahaan dalam mendapatkan laba maksimal tidak dapat direalisasikan. Peremajaan organisasi usaha merupakan salah satu cara yang dapat menyelesaikan permasalahan pelaku UMKM dalam pengoprasian digital marketing dan permasalahan pengangguran usia muda di Indonesia.

Kata kunci: *Digital Marketing, Pengangguran, Pertumbuhan Teknologi, Sumber Daya Manusia, UMKM.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek dalam kehidupan, dari permasalahan mendasar hingga permasalahan yang bersifat kompleks dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat kini dapat dengan mudah dirampungkan. Perkembangan teknologi berpengaruh terhadap berbagai bidang, salah satunya pada bidang bisnis, di bidang bisnis perkembangan teknologi dan komunikasi menjadi sebuah penopang utama dalam revolusi industri 4.0 saat ini. Pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis diimplementasikan pada banyak bidang, salahsatunya pada bidang pemasaran digital atau lebih dikenal dengan istilah *Digital Marketing*.

Di Indonesia UMKM menjadi pilar terpenting terhadap ekosistem ekonomi, UMKM telah berperan dalam kontribusinya terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional. Pada konteks Indonesia, sektor UMKM telah menjadi salah satu pilar utama dari fundamental ekonomi yang berkontribusi positif dalam pemulihan ekonomi pada saat krisis ekonomi tahun 1998 (Arianto, 2020). Pada era revolusi industri 4.0 ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh terhadap semakin cepatnya akses internet yang menyebabkan pergeseran Teknik pemasaran, yaitu yang tadinya bersifat konvensional beralih ke pemasaran modern. Dengan semakin banyaknya *competitor*, para pelaku UMKM didorong agar dapat memanfaatkan kemajuan ini dalam mengembangkan bisnisnya. Transformasi digital merupakan sebuah hal yang harus direalisasikan dalam rangka peningkatan kinerja sebuah perusahaan agar dapat menciptakan inovasi-inovasi terbaru yang dapat menjadi sebuah faktor dalam peningkatan kinerja perusahaan (Kurniawan dkk., 2021)

Digital marketing merupakan sebuah pemasaran modern yang diimplementasikan oleh para pelaku usaha dalam meningkatkan profit perusahaan. Adapun beberapa media yang digunakan dalam *digital marketing* yaitu diantaranya media sosial, website, e-mail marketing, video marketing dan *search engine optimization* (SEO) (Khoziyah & Lubis, 2021). Namun, perkembangan teknologi di Indonesia yang bisa dikatakan sangat cepat masih belum dapat diimbangi dengan pengoperasian digital marketing oleh para pelaku bisnis. Artinya, para pelaku bisnis belum mampu memanfaatkan pemasaran sebuah produk melalui media digital secara maksimal (Jamiat & Supyansuri, 2020). Saat ini masih terdapat banyak pelaku UMKM yang belum mampu menggunakan atau mengimplementasikan digital marketing. Sebuah data dari hasil sosialisasi mengatakan hanya 8% saja UMKM yang menggunakan *e-marketplace* dalam pemasaran produk yang dihasilkannya.

SDM (Sumber Daya Manusia) yang kurang berkualitas dan finansial menjadi faktor *internal obstacles* yang menghambat UMKM dalam memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Sumber daya manusia menjadi salahsatu faktor penting dan sangat sentral di dalam sebuah organisasi, dari hal tersebut setiap organisasi usaha dituntut agar mempunyai SDM yang berkualitas, handal, dan produktif dalam menjalankan sebuah organisasi (Setyo dkk., 2022). Organisasi Perusahaan adalah wadah persatuan dan kesatuan bagi perusahaan Indonesia yang didirikan secara sah atas dasar kesamaan jenis usaha, mata dagangan, atau jasa yang dihasilkan ataupun yang diperdagangkan (Undang-Undang, 1987). Sumber daya manusia yang diharapkan dalam menjalankan organisasi usaha tentu yang dapat menguasai bidang teknologi informasi dan komunikasi. Salah satunya dengan dilakukan perekrutan tenaga kerja muda yang melek teknologi, selain itu, juga dilakukan dengan mengadakan pelatihan SDM dalam pengoprasian teknologi untuk menjalankan bisnis pada *e-commerce*. Pada penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa pemberdayaan karyawan menjadi salah satu hal yang

memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap komitmen organisasional (Amalia dkk., 2021)

Melihat sebuah data bahwa tingkat pengangguran di Indonesia didominasi oleh penduduk usia muda yang bisa dikatakan lebih melek dalam pengoprasian teknologi. Meningkatnya jumlah pengangguran ini merupakan dampak negatif dari bonus demografi yang terjadi (OCBC NISP, 2022). Pada Februari 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi berasal dari lulusan SMK yaitu sebesar 10,38% disusul oleh lulusan SMA yakni sebesar 8,35% (Ali Mahmudan, 2022). Dari data tersebut pemanfaatan sumber daya manusia yang lebih melek teknologi belum dapat dimaksimalkan dengan baik.

Berdasarkan data juga fenomena dan fakta yang telah dibahas diatas, dari kedua permasalahan yaitu Pelaku UMKM yang belum dapat mengimplementasikan bisnis berbasis digital dan permasalahan pengangguran yang didominasi oleh penduduk usia muda melek teknologi. Kedua permasalahan ini mempunyai korelasi positif dalam penyelesaiannya. Rejuvenasi organisasi harus dilakukan guna mencapai titik penyelesaian diantara kedua permasalahan yang dijelaskan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu penyamaan fakta dengan dengan cara mendeskripsikan dari data yang diperoleh. Penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang berusaha menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data-data. Proses analisis dalam penelitian deskriptif yaitu, menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikan (Salmaa, 2021). Pengumpulan data dari penelitian ini adalah dengan studi pustaka dengan perolehan data sekunder yang didapat dari berbagai sumber yaitu dari jurnal, website, artikel, dan buku.

Objek dalam penelitian ini adalah organisasi UMKM yang belum memaksimalkan pemanfaatan teknologi dan Generasi muda melek teknologi yang mencari/membutuhkan pekerjaan di daerah Cikijing, Majalengka. Penelitian ini dilakukan dengan langkah pertama yaitu pengumpulan data dengan studi pustaka, dilanjutkan dengan menganalisis data-data dari penelitian dan mendeskripsikannya dengan dilakukan korelasi antara data dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya hingga diperoleh sebuah kesimpulan. Penelitian kualitatif ini menjelaskan pengaruh rejuvenasi organisasi UMKM terhadap pengoperasian digital marketing untuk mampu bersaing dengan *competitor* lain dan mendapat keuntungan usaha yang maksimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan dengan hasil output pengelolaan membahas faktor internal yang menghambat organisasi UMKM dalam memanfaatkan teknologi salah satunya menerapkan dalam digital marketing.

Dari data hasil penelitian (Setyo dkk., 2022) mengatakan bahwa terbukti benar Sumber Daya Manusia adalah sebuah faktor penghambat yang berpengaruh paling besar dibandingkan dengan Finansial dan Produk pada UMKM dalam memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran digital/*digital marketing*.

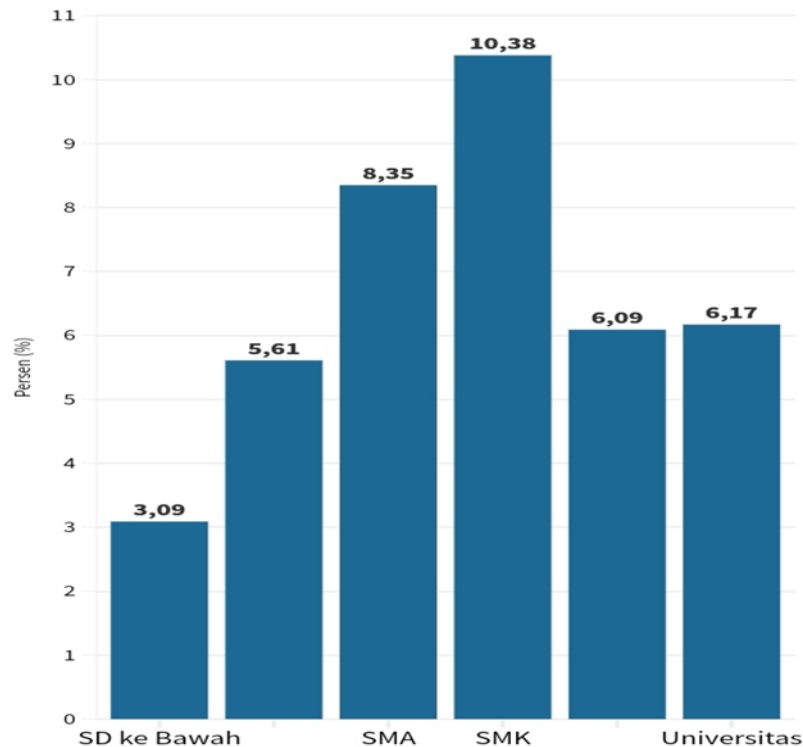
Pada revolusi industri 4.0 SDM yang berkualitas sangat diperlukan guna menjalankan sebuah usaha. Dari data yang telah dijelaskan bahwa UMKM masih belum dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital salahsatunya dalam bidang marketing, hal ini dikarenakan kurangnya atau bahkan tidak adanya sumber daya manusia yang berkualitas pada organisasi UMKM tersebut. *Digital marketing* difokuskan pada bagaimana sebuah perusahaan dan juga mereknya mengoperasikan web dan media digital yang lainnya seperti email dan media seluler dalam berinteraksi dengan audiensnya untuk memenuhi tujuan pemasarannya (Gumilang, 2019).

Rejuvenasi/peremajaan Organisasi pada UMKM di era 4.0 ini harus dilakukan, salah satunya dengan memberikan pelatihan terkait *digital marketing* dalam memaksimalkan keuntungan/laba usaha. Selain dilakukannya pelatihan, peremajaan organisasi usaha juga dapat dilakukan dengan merekrut tenaga kerja muda yang siap terjun ke lapangan. Tenaga kerja muda atau generasi muda dianggap lebih menguasai teknologi jika dibandingkan dengan tenaga kerja yang sudah berumur(awam).

Dalam membangun sebuah ekonomi perusahaan yang sehat dan dinamis, terdapat dua aspek yaitu kompetisi dan kerja sama. Kedua aspek ini tidak berlaku secara bergantian, artinya dalam penerapannya kedua aspek ini harus dilaksanakan secara bersamaan. Pada generasi sebelumnya aspek yang lebih ditekankan hanya pada aspek kerja sama (Rizaldi, 2022). Pandangan dari peneliti bahwa generasi milenial telah diajarkan terkait kedua aspek tersebut sejak saat mereka duduk di bangku sekolah. Dari hal ini, generasi muda lebih berpotensi menguasai aspek kompetisi dan kerja sama dalam membangun ekonomi sebuah perusahaan.

Tenaga kerja muda lebih erat dengan dunia digital saat ini, mereka lebih banyak mengenal terkait berbagai platform digital, seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan banyak platform yang lainnya. Media sosial digital ini sebelum sebagai tempat mencari pertemanan, tempat *sharing*, *chatting* hingga perkembangan terjadi, sosial media menjadi sebagai media digital pada dunia bisnis ini sebagai media promosi, follower dengan mengunggah gambar atau konten yang dipromosikan di sosial media secara *web-base* maupun *mobile* (Warmayana, 2018). Media sosial menjadi sangat populer dikarenakan kemudahannya juga dalam memberikan kesempatan kepada banyak orang untuk dapat terhubung secara online dalam berbagai bentuk, salah satunya yaitu dalam kegiatan menjalankan bisnis. (Bala & Verma, 2018).

Pada pelaku UMKM yang kegiatan pemasarannya masih bersifat minim dan juga konvensional, sangat perlu diadakan pelatihan terkait pentingnya pemanfaatan *digital marketing* dengan tujuan agar sistem pemasaran menjadi lebih baik sehingga bisa memperlebar cakupan dari target usahanya juga dapat mendukung setiap kegiatan penjualan yang jauh lebih baik dari sebelumnya (Jannatin dkk., 2020).

**Gambar 1**

Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (2022)

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022)

Jumlah angkatan kerja akan terus semakin bertambah sejalan dengan penduduk Indonesia yang juga semakin bertambah. Jumlah Angkatan kerja di Indonesia yang menyentuh angka lebih dari 100 juta orang, menjadi sumber daya yang potensial untuk menyongsong pasar global di masa yang akan datang (Soleh, 2017). Ketersediaan lapangan pekerjaan tak akan selalu bertara dengan banyaknya jumlah dari pencari kerja di dalam satu angkatan kerja, hal tersebut dikarenakan pada setiap tahun, angkatan kerja yang melakukan pelamaran pekerjaan itu akan selalu berbeda (M. Hardi, 2022).

Di negara Indonesia ini pengangguran didominasi oleh pengangguran usia muda dan juga pengangguran terdidik (dengan Pendidikan minimal SMA), dan dengan lebih dari 20% taraf (Pratomo, t.t.) Dari data yang didapat bahwa angka pengangguran tertinggi berada di lulusan SMK yaitu sebesar 10,38% dan lulusan SMA sebesar 8,35%, melihat dari data tersebut dapat dibuat kesimpulan bahwa penyerapan tenaga kerja belum dilakukan secara maksimal.

Sekarang menghubungkan permasalahan ini dengan permasalahan yang telah dibahas diatas. Pada lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dan lulusan Sekolah Menengah Atas merupakan generasi melek teknologi yang dapat memanfaatkan sosial media pada berbagai bidang, salahsatunya pada bidang pemasaran. Dari hal tersebut para pelaku usaha UMKM dapat melihat permasalahan ini untuk menyelesaikan permasalahannya sendiri.

Organisasional secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap adopsi teknologi pada UMKM (Triono & Yudanegara, 2019). Proses perekrutan tenaga kerja muda dalam rangka rejuvenasi organisasi dalam upaya memaksimalkan operasi digital marketing dapat direalisasikan untuk mendapatkan laba dan untuk dapat bersaing dengan pelaku usaha yang lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku UMKM yang belum bisa memaksimalkan operasi digital marketing adalah UMKM yang masih belum memiliki sumber daya manusia yang berkualitas. Pada era industri 4.0, generasi milenial menjadi salah satu sumber daya manusia yang berkualitas karena kemampuannya yang lebih paham dengan teknologi. Peremajaan/Rejuvenasi dapat direalisasikan dengan cara perekrutan tenaga kerja melek teknologi dan dengan cara mengadakan pelatihan pegawai dalam pemanfaatan teknologi yaitu dalam digital marketing.

Dari pembahasan diatas didapat hubungan antara permasalahan pelaku UMKM dalam pemanfaatan teknologi dengan permasalahan pengangguran muda di Indonesia. Para pelaku usaha dapat merealisasikan program rejuvenasi organisasi usaha dengan perekrutan tenaga kerja muda, maka tingkat pengangguran muda juga akan semakin berkurang.

REKOMENDASI

Pada penelitian ini keterbatasan perolehan data karena tidak dilakukannya survei langsung ke lapangan dalam perolehan data, penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan melakukan pencarian data langsung ke lapangan. Saran peneliti dari penelitian ini diharapkan para pelaku UMKM yang belum mengenal *digital marketing* dalam pemasaran untuk dapat segera melakukan peremajaan organisasi agar dapat bersaing dengan kompetitor lain, memperluas pemasaran produk dan keuntungan dapat dimaksimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Mahmudan. (2022). Tingkat Pengangguran Lulusan SMK Tertinggi pada Februari. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/tingkat-pengangguran-lulusan-smk-tertinggi-pada-feb-ruari-2022>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. Dalam *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (Orang), 2021-2022*. Badan Pusat Statistik. Diambil 9 Desember 2022, dari <https://www.bps.go.id/indicator/6/674/1/-pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan.html>
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*. 8(10), 321-339
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Jamiat Nuslih, Supyansuri Cahyadi. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS : Jurnal Administrasi*. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.406>

- Jannatin, R., Wardhana², M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and Action*
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Kurniawan, A., Rahayu, A & Wibowo L. A. (2021). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia, *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, <https://doi.org/10.34010/jika.v10i2.4426>
- M. Hardi. (2022). *Pengertian Angkatan Kerja: Jenis dan Angka Angkatan Kerja 2022*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/angkatan-kerja/>
- Nur, A.G., & Rizaldi, A., (2021). Pengaruh Pemberdayaan Karyawan, Kecerdasan Emosional, dan Kepuasan Kerja Karyawan terhadap Komitmen Organisasional pada Plan A di Perusahaan Industri Suku Cadang dan Aksesoris Kendaraan Bermotor Kota Cimahi, *JEMBA : Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting*, <https://doi.org/10.34010/jemba.v1i2.5985>
- OCBC NISP. (2022). *Pengangguran Adalah: Penyebab, Dampak, Jenis, Cara Mengatasi*. OCBC NISP. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/11/16/pengangguran-adalah>
- Pemerintah Indonesia. (1987). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1987*. Sekretariat negara.
- Pratomo, D. S. (2017). Fenomena Pengangguran Terdidik Di Indonesia. *JP : Journal & Proceeding*, 7(1), 642-648
- Rizaldi Arjuna. (2022). The Family Principle In Economy: Understanding The Concept And Practical Challenge, *Journal Of Eastern European And Central Asian Research*. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i1.876>
- Salmaa. (2021). *Penelitian Deskriptif: Pengertian, Kriteria, Metode, dan Contoh*. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-deskriptif/>
- Setyo, M. A., Fitriani, S. (2022). Faktor Lingkungan Internal Penghambat Utilasi E-Commerce Pada UMKM (Studi Kasus pada UMKM Kerajinan di Kabupaten Bantul) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia Bandung. Dalam *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 12(2), <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i2.4189>
- Soleh, A. (2017). Masalah Ketenagakerjaan Dan Pengangguran Di Indonesia, *Jurnal Cano Ekonomos*. 6(2), 83-92
- Triono, S. P. H., & Yudanegara, A. (2019). *Analisis Teknologi, Organisasional Dan Lingkungan Terhadap Adopsi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada UMKM Di Kota Bandung*. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v9i1.1456>

Warmayana, I. G. A. K. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0* (Vol. 3). Jurnal Ilmian Pariwisata Agama Dan Budaya. <https://doi.org/10.25078/pariwisata.v3i2.86>