



Analisis Dampak Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Peningkatan Kinerja UMKM

Fajaruddin Pakpahan
STIE Budi Pertiwi, Indonesia

Alamat: Jalan Lingkar Tanjung Pura, Kondang Jaya, Karawang Timur, Karawang, Jawa Barat 41371

Korespondensi penulis: fajaruddinpakpahan17@gmail.com*

Abstract. *This study aims to analyze the impact of human resource (HR) development strategies on improving the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The strategies studied include skills training, marketing digitalization, and cross-sector collaboration and partnerships. The research method used is Systematic Literature Review with a content analysis approach to scientific literature published in the last five years. The results show that the strategy has a positive impact on increasing the competence of MSME actors, expanding markets, and strengthening competitiveness. However, several challenges such as the lack of digital literacy and limited training are still significant obstacles. Therefore, integrated policies, expanded access to training, and digital ecosystem support are needed to support the sustainable growth of MSMEs.*

Keywords: *MSMEs, HR Development, Training, Digitalization, Collaboration, Local Economy.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Strategi yang dikaji mencakup pelatihan keterampilan, digitalisasi pemasaran, serta kolaborasi dan kemitraan lintas sektor. Metode penelitian yang digunakan adalah Systematic Literature Review dengan pendekatan content analysis terhadap literatur ilmiah yang terbit dalam lima tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi tersebut memiliki dampak positif terhadap peningkatan kompetensi pelaku UMKM, perluasan pasar, serta penguatan daya saing. Namun, beberapa tantangan seperti minimnya literasi digital dan keterbatasan pelatihan masih menjadi hambatan signifikan. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan terpadu, perluasan akses pelatihan, serta dukungan ekosistem digital untuk mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, Pengembangan SDM, Pelatihan, Digitalisasi, Kolaborasi, Ekonomi Lokal.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam struktur ekonomi Indonesia. Berdasarkan data (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2024), terdapat lebih dari 64,2 juta unit UMKM yang beroperasi di Indonesia. UMKM ini memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. Artinya, UMKM bukan hanya menjadi pilar utama dalam perekonomian, tetapi juga sebagai penopang stabilitas sosial dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Meskipun demikian, peran penting UMKM ini tidak selalu diiringi dengan peningkatan kualitas manajemen dan sumber daya manusianya. Banyak pelaku UMKM menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Rendahnya tingkat pendidikan, keterampilan manajerial yang minim, kurangnya pemahaman teknologi, serta lemahnya adaptasi terhadap perubahan pasar merupakan persoalan umum yang dihadapi. Hal ini berdampak pada rendahnya efisiensi produksi, lambatnya inovasi, dan lemahnya daya saing UMKM baik di tingkat lokal, nasional,

maupun internasional. Permasalahan tersebut menjadi semakin kompleks di tengah arus disrupsi digital dan tantangan global pasca pandemi COVID-19. Perubahan perilaku konsumen, munculnya model bisnis berbasis digital, serta kebutuhan akan literasi teknologi menjadi tekanan tambahan bagi UMKM yang belum siap. Dalam konteks ini, strategi pengembangan SDM menjadi faktor kunci untuk menjawab tantangan tersebut.

Menurut (Martaningtyas, 2023), pengembangan SDM tidak hanya mencakup peningkatan keterampilan teknis, seperti produksi dan keuangan, tetapi juga mencakup soft skills seperti kepemimpinan, komunikasi, kreativitas, serta kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan bisnis yang terus berubah. menambahkan bahwa pelatihan dan penguatan kompetensi SDM secara sistematis terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan keberlangsungan usaha UMKM, terutama yang berbasis potensi lokal seperti pertanian, perikanan, atau kerajinan tangan. Di sisi lain, Hoang, (2023) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam proses pengembangan SDM, seperti pelatihan daring, platform e-learning, dan komunitas digital pelaku UMKM, memberikan peluang percepatan penguatan kapasitas SDM secara masif dan terjangkau. Hal ini membuka ruang kolaborasi antara UMKM, pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta dalam membangun sistem pembinaan SDM yang berkelanjutan. Meskipun berbagai strategi telah diterapkan, implementasi di lapangan belum merata. UMKM di wilayah non- perkotaan masih banyak yang belum memiliki akses terhadap pelatihan berkualitas, jaringan teknologi informasi, atau bimbingan bisnis yang terstruktur Hoang, (2023). Ketimpangan ini menyebabkan kesenjangan kompetensi yang signifikan antara pelaku usaha di daerah dengan yang berada di pusat-pusat ekonomi.

Selain itu, tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM masih tergolong rendah. Data dari (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, (2022) menunjukkan bahwa hanya sekitar 23% pelaku UMKM yang menggunakan teknologi digital secara aktif dalam operasional bisnisnya. Rendahnya akses pelatihan digitalisasi, ketidakmampuan membaca data pasar, serta minimnya pendampingan, menjadi hambatan utama dalam proses transformasi ini. Namun demikian, terdapat pula bukti-bukti yang menunjukkan bahwa strategi pengembangan SDM memberikan dampak positif nyata (Simarmata, 2022). UMKM yang telah mendapatkan pelatihan dan akses ke teknologi digital menunjukkan peningkatan omzet, jangkauan pasar, dan efisiensi operasional. Misalnya, program pelatihan digital oleh Kementerian Koperasi dan UKM melalui Gerakan Nasional Literasi Digital terbukti meningkatkan performa usaha peserta hingga 30% dalam waktu 6 bulan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Dengan latar belakang tersebut, maka penting untuk dilakukan kajian yang mendalam dan sistematis guna menganalisis bagaimana strategi-strategi pengembangan SDM dapat diimplementasikan secara

efektif dan berdampak nyata terhadap kinerja UMKM. Kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi kebijakan dan praktik dalam mendukung pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan di era digital. Selain aspek pelatihan dan digitalisasi, tantangan dalam pengembangan SDM UMKM juga berkaitan dengan minimnya integrasi antar kebijakan, serta keterbatasan pendampingan yang berkelanjutan. Banyak program pelatihan yang bersifat jangka pendek, tidak berbasis kebutuhan spesifik pelaku UMKM, dan kurang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Hal ini menyebabkan rendahnya keberlanjutan dari dampak pelatihan tersebut terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha. Lebih jauh lagi, terdapat ketimpangan akses antara UMKM di daerah perkotaan dengan yang berada di pedesaan atau daerah tertinggal. Sumber daya pelatihan, akses internet, serta ketersediaan tenaga ahli atau mentor bisnis cenderung terpusat di kota besar. Menurut data (Badan Pusat Statistik, 2021), sekitar 75% UMKM yang mengikuti program pelatihan berbasis teknologi berada di wilayah Jawa, sedangkan di luar Jawa masih sangat terbatas. Ketimpangan ini berpengaruh pada laju pertumbuhan dan daya saing UMKM antarwilayah.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pengembangan SDM UMKM tidak dapat diserahkan hanya kepada pelaku usaha atau pemerintah semata. Diperlukan pendekatan kolaboratif antara berbagai pemangku kepentingan: pemerintah pusat dan daerah, dunia usaha, perguruan tinggi, lembaga pelatihan, serta organisasi masyarakat sipil. Masing-masing pihak memiliki peran yang saling melengkapi dalam menciptakan ekosistem pengembangan SDM yang inklusif dan berkelanjutan. Di sisi lain, pesatnya kemajuan teknologi membuka peluang besar bagi pengembangan SDM berbasis digital. Platform seperti YouTube, e-learning, webinar, hingga media sosial kini dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran yang fleksibel dan murah. Namun, efektivitas pemanfaatan teknologi ini sangat tergantung pada tingkat literasi digital dan motivasi belajar pelaku UMKM itu sendiri. Oleh karena itu, selain pelatihan teknis, perlu juga penguatan aspek mentalitas, semangat inovasi, dan jiwa kewirausahaan (entrepreneurship) dalam setiap program pengembangan SDM. Selain itu, riset-riset terbaru juga menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki kapasitas adaptasi tinggi terhadap perubahan teknologi dan pasar cenderung lebih mampu bertahan dalam krisis, seperti saat pandemi COVID-19. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi krisis, seperti pandemi COVID-19, lebih besar pada pelaku usaha yang telah mengikuti pelatihan dan mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar. Strategi tersebut menurunkan tingkat kegagalan usaha dari 35% menjadi 12–15% dalam tiga tahun pertama. Hal ini membuktikan bahwa penguatan SDM menjadi faktor kunci bukan hanya untuk tumbuh, tetapi juga untuk bertahan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini berfokus pada analisis

dampak strategi pengembangan SDM terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang utuh mengenai strategi-strategi yang paling efektif, tantangan yang dihadapi di lapangan, serta rekomendasi kebijakan yang relevan untuk mendukung pertumbuhan UMKM yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berjudul: “*Analisis Dampak Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Peningkatan Kinerja UMKM.*”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan pendekatan analisis isi (content analysis) terhadap literatur ilmiah yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir. SLR dipilih untuk memberikan gambaran menyeluruh dan mendalam mengenai strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut (Afriyandi et al., 2025), SLR merupakan pendekatan yang sistematis dan terencana untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasi seluruh penelitian yang tersedia dan relevan dengan pertanyaan penelitian tertentu, topik area, atau fenomena minat. Pendekatan ini telah diadopsi secara luas dalam berbagai bidang penelitian, termasuk rekayasa perangkat lunak dan ilmu sosial, untuk memastikan evaluasi yang adil dan metodologi yang dapat diaudit.

Proses penelitian dimulai dengan penentuan kriteria inklusi dan eksklusi dokumen, pencarian database ilmiah, pengkodean tematik, serta sintesis hasil temuan yang relevan secara konseptual dan praktis. SLR juga dikombinasikan dengan pendekatan content analysis guna memahami makna yang tersirat dan eksplisit dari isi dokumen yang dianalisis. Menurut Badzinski et al., (2021)), content analysis adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dan valid dari data dalam konteksnya. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola tematik dalam strategi pelatihan keterampilan, digitalisasi pemasaran, dan kolaborasi lintas sektor.

Literatur yang ditelaah mencakup jurnal ilmiah nasional dan internasional, laporan kebijakan pemerintah, dan hasil riset institusi resmi yang memiliki kredibilitas akademik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menyajikan bukti empiris yang terorganisasi dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis untuk mendukung kesimpulan penelitian. Dengan mengadopsi pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh dan mendalam mengenai strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) menunjukkan hubungan yang erat dengan peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui hasil analisis sistematis terhadap literatur terkait, strategi-strategi yang terbukti efektif dikelompokkan ke dalam tiga aspek utama, yaitu pelatihan keterampilan, digitalisasi pemasaran, dan kolaborasi lintas sektor. Ketiga strategi ini tidak hanya meningkatkan kapasitas internal pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat daya saing di tengah disrupsi digital dan ketidakpastian ekonomi global.

Pelatihan Keterampilan

Pelatihan merupakan fondasi utama dalam pengembangan SDM UMKM. Hasil studi menunjukkan bahwa pelatihan yang bersifat berkelanjutan mampu meningkatkan efisiensi kerja, kualitas produk, dan daya inovasi pelaku usaha. Dewi, (2025) menyatakan bahwa pelatihan teknis dan manajerial secara rutin berdampak langsung terhadap efisiensi operasional dan peningkatan standar mutu produk. Azizah et al., (2025) menambahkan bahwa efektivitas pelatihan meningkat apabila disesuaikan dengan kebutuhan spesifik dan konteks lokal, seperti pelatihan pengolahan pangan berbasis hasil pertanian atau pengembangan kerajinan khas daerah. Namun demikian, hambatan signifikan masih ditemui dalam pelaksanaan pelatihan, khususnya di daerah terpencil dan perdesaan. Menurut Fauji & Puspasari, (2021) , keterbatasan akses informasi, kesibukan operasional pelaku usaha, serta rendahnya motivasi untuk mengikuti pelatihan formal menjadi faktor penghambat utama. Selain itu, sebagian besar pelatihan masih bersifat umum dan tidak berbasis kebutuhan aktual pelaku UMKM, sehingga dampaknya terhadap peningkatan kapasitas tidak maksimal.

Pelatihan bagi pelaku UMKM tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga berperan dalam membangun budaya usaha yang adaptif dan responsif terhadap perubahan. Pelatihan manajemen keuangan, pengelolaan stok, strategi pemasaran, dan pelayanan pelanggan terbukti meningkatkan kelangsungan usaha. Sari et al., (2021) menyebut bahwa UMKM yang mengikuti program pelatihan berbasis kebutuhan memiliki potensi peningkatan omzet sebesar 25–40% dalam satu tahun operasional. Namun demikian, pelatihan formal belum sepenuhnya menjangkau semua kalangan. Banyak pelaku UMKM lebih memilih belajar secara informal atau dari pengalaman langsung. Kendala lainnya adalah pendeknya durasi pelatihan dan tidak adanya tindak lanjut seperti mentoring atau coaching. Oleh karena itu, dibutuhkan model pelatihan berkelanjutan berbasis komunitas atau digital learning yang fleksibel. Hal ini sejalan dengan temuan Supriatna et al., (2023) bahwa kombinasi antara

pelatihan teknis dan mentoring jangka panjang lebih efektif dalam membentuk kompetensi berkelanjutan.

Pelatihan keterampilan memainkan peran sentral dalam peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM. Berdasarkan temuan dari beberapa studi, pelatihan teknis seperti pengolahan produk, pengemasan, manajemen stok, hingga pemanfaatan teknologi sederhana meningkatkan kualitas produk dan daya saing. Sementara itu, pelatihan non-teknis seperti kewirausahaan, komunikasi, pemasaran, dan pengambilan keputusan juga terbukti penting dalam membentuk mindset bisnis yang modern dan adaptif (Astawa et al., 2024). Contoh nyata implementasi pelatihan yang berhasil dapat dilihat dari Program Women Will oleh Google, yang menyoar pelaku UMKM perempuan. Peserta program ini mengalami peningkatan pemahaman manajemen usaha hingga 70% dan mulai menggunakan platform digital untuk promosi dan transaksi. Namun, studi juga menemukan bahwa banyak pelatihan masih berlangsung dalam durasi yang sangat singkat dan tidak dilengkapi tindak lanjut. Tanpa monitoring pasca-pelatihan, transfer pengetahuan tidak sepenuhnya berdampak pada praktik usaha. Selain itu, ketimpangan wilayah menjadi isu penting. Di daerah perkotaan, pelaku UMKM relatif lebih mudah mengakses informasi pelatihan dan memiliki sarana transportasi yang memadai. Sementara di daerah pedesaan, keterbatasan infrastruktur dan informasi menyebabkan banyak pelaku usaha tidak mengetahui adanya program pelatihan. Dalam konteks ini, (Fuadi & Fatah, 2024) menekankan pentingnya pendekatan berbasis komunitas lokal, seperti koperasi atau kelompok tani, untuk menjangkau lebih banyak pelaku UMKM.

Digitalisasi Pemasaran

Pemanfaatan teknologi digital menjadi strategi yang semakin esensial dalam pengembangan UMKM modern. Penerapan digital marketing melalui media sosial, marketplace, dan website dinilai mampu memperluas jangkauan pasar secara signifikan. (Harto et al., 2023) menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi platform digital mengalami peningkatan promosi, kemudahan transaksi, serta interaksi yang lebih intens dengan konsumen. Namun, adopsi teknologi ini dihadapkan pada kendala literasi digital yang masih rendah. Banyak pelaku UMKM belum familiar dengan pengelolaan konten digital, algoritma media sosial, maupun analisis data pelanggan. Tanpa pelatihan lanjutan dan pendampingan secara intensif, pemanfaatan teknologi ini menjadi tidak maksimal. Oleh karena itu, digitalisasi perlu didukung dengan peningkatan literasi digital melalui pelatihan berbasis praktik dan pendampingan yang terstruktur.

Digitalisasi UMKM bukan hanya sekadar penggunaan media sosial atau platform e-commerce, tetapi menyangkut transformasi model bisnis (Dikdik Harjadi & Fitriani, 2024). Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital, integrasi dengan sistem pembayaran nontunai (seperti QRIS), serta pemanfaatan marketplace lokal dan global memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022; Bank Indonesia, 2021). Menurut Wijoyo et al., (2021), UMKM yang terdigitalisasi cenderung tumbuh lebih cepat dan lebih tahan terhadap krisis seperti pandemi. Namun, digitalisasi ini menuntut kesiapan SDM dari sisi pengetahuan teknis maupun mindset adaptif. Banyak pelaku UMKM merasa “terbebani” dengan keharusan membuat konten, membalas pesan pelanggan secara cepat, dan memahami algoritma platform. Oleh sebab itu, dibutuhkan pendekatan pelatihan digital yang disederhanakan, berbasis praktik, dan berbahasa lokal. Pemerintah dan swasta juga bisa mengembangkan platform pembelajaran interaktif khusus UMKM yang mudah diakses melalui ponsel.

Digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. UMKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital memiliki peluang besar untuk berkembang, bahkan melampaui batas wilayah geografis. Menurut studi (Harto et al., 2023), penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business secara aktif mampu meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan. Sementara itu, integrasi dengan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak meningkatkan jumlah transaksi dan mempercepat distribusi produk. Namun, adopsi digitalisasi tidak semudah membalikkan telapak tangan. Banyak pelaku UMKM masih belum memahami pentingnya desain visual, caption promosi, dan analisis engagement. Hambatan lain yang ditemui adalah keterbatasan perangkat (smartphone/laptop), kuota internet, serta minimnya pemahaman akan keamanan digital. Tidak sedikit pelaku UMKM yang mengalami kerugian akibat penipuan online atau salah transaksi karena kurangnya pemahaman terhadap sistem digital. Untuk menjawab tantangan ini, dibutuhkan program literasi digital yang holistik (W. Sari & Bakhri, 2022). Menurut E. N. Sari et al., (2025), UMKM yang didampingi oleh digital coach selama minimal 3 bulan mengalami peningkatan rata-rata omzet hingga 35% dibandingkan UMKM yang hanya diberi pelatihan sekali. Hal ini menunjukkan pentingnya keberlanjutan dan pendampingan dalam digitalisasi.

Kolaborasi dan Kemitraan Lintas Sektor

Kolaborasi lintas sektor menjadi strategi penting dalam memperkuat ekosistem usaha UMKM. Kemitraan yang dilakukan dengan lembaga pendidikan, pemerintah, maupun sektor swasta membuka akses pada sumber daya, pelatihan, dan riset berbasis kebutuhan pasar.

Menurut (Kusuma et al., 2020), kerja sama antara UMKM dengan perguruan tinggi menghasilkan inovasi produk, memperluas jejaring pasar, dan menyediakan tenaga pendamping berkompentensi tinggi. Meskipun demikian, pelaksanaan kolaborasi masih menghadapi tantangan pada aspek koordinasi dan distribusi program yang tidak merata. Banyak program kemitraan terpusat di wilayah perkotaan, sementara UMKM di daerah pedesaan dan tertinggal jarang mendapatkan kesempatan yang sama. Untuk mengatasi ketimpangan ini, perlu dibangun sistem koordinasi nasional serta insentif khusus bagi mitra strategis yang bersedia mendampingi UMKM di wilayah pinggiran.

Kolaborasi yang efektif dapat membuka akses terhadap sumber pendanaan, teknologi, pasar baru, serta sumber daya manusia pendamping. Misalnya, program “UMKM Naik Kelas” yang diinisiasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM bekerja sama dengan BUMN dan universitas telah memberikan hasil nyata berupa peningkatan kapasitas bisnis dan sertifikasi produk UMKM. Menurut (Harinie et al., (2024), kolaborasi ini berdampak pada lahirnya UMKM yang lebih profesional dan legal-formal, sehingga mampu menembus pasar ekspor. Namun, bentuk kolaborasi yang top-down seringkali tidak efektif jika tidak melibatkan partisipasi aktif pelaku UMKM sejak tahap perencanaan. Oleh karena itu, model kemitraan partisipatoris (*participatory partnership*) perlu dikembangkan agar program lebih responsif terhadap kebutuhan riil di lapangan. Pendekatan ini melibatkan pelaku UMKM sebagai mitra sejajar, bukan sekadar objek binaan.

Kolaborasi menjadi pendorong utama dalam memperluas kapasitas usaha dan memperkuat jejaring UMKM. Dalam banyak kasus, keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas internal tetapi juga oleh dukungan eksternal, seperti akses terhadap bahan baku murah, informasi pasar, teknologi produksi, hingga permodalan (Irawan, 2020). Kolaborasi dengan perguruan tinggi, misalnya, memberikan dampak besar terhadap inovasi produk. Mahasiswa dan dosen yang melakukan pengabdian kepada masyarakat sering kali berperan aktif dalam membantu UMKM melalui kegiatan rebranding, pembuatan desain kemasan produk yang menarik, serta penciptaan narasi produk yang kuat untuk mendukung pemasaran digital (Salsabila et al., 2023; Prasetyo & Rahayu, 2022; (L. H. Azizah & Ilyas, 2023)). Sementara itu, kolaborasi dengan pemerintah daerah memungkinkan pelaku UMKM memperoleh akses pelatihan gratis, fasilitas legalitas usaha, dan partisipasi dalam pameran atau festival produk lokal (Nuramalia Hasanah et al., 2020). Di sisi lain, sektor swasta juga mulai aktif bermitra dengan UMKM melalui program *corporate social responsibility* (CSR). Misalnya, beberapa bank daerah menyediakan program pendampingan usaha kecil, termasuk pembukaan rekening digital, pencatatan keuangan sederhana, dan akses pinjaman dengan

bunga ringan. Namun, tantangan besar dari kolaborasi ini adalah kurangnya koordinasi lintas sektor. Program seringkali berjalan sendiri-sendiri, tidak terintegrasi, dan bahkan menimbulkan tumpang tindih kegiatan.

Dampak Terhadap Kinerja UMKM

Implementasi ketiga strategi pengembangan SDM tersebut memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja UMKM, baik dalam aspek internal maupun eksternal usaha. Beberapa dampak positif yang teridentifikasi antara lain:

- a) Peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam aspek teknis, manajerial, dan adaptif;
- b) Efisiensi operasional terutama dalam proses produksi, distribusi, dan manajemen keuangan;
- c) Perluasan pasar, khususnya melalui pemanfaatan platform digital dan promosi berbasis internet;
- d) Penguatan daya saing di tingkat lokal hingga nasional, seiring dengan peningkatan kualitas produk dan pelayanan.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan SDM bukan hanya berfungsi sebagai sarana pembinaan individu, tetapi juga sebagai katalisator transformasi kelembagaan UMKM menuju model usaha yang lebih tangguh dan berkelanjutan. Berdasarkan hasil telaah literatur dan studi-studi lapangan, strategi pengembangan SDM memberikan pengaruh positif secara kuantitatif dan kualitatif terhadap indikator kinerja UMKM. Secara kuantitatif, peningkatan omzet, efisiensi biaya produksi, serta pertumbuhan pelanggan tercatat naik setelah penerapan pelatihan atau adopsi digitalisasi. Secara kualitatif, pelaku usaha mengalami peningkatan kepercayaan diri, kemampuan mengambil keputusan, serta keberanian untuk berekspansi. Penting dicatat bahwa pengaruh tersebut tidak terjadi secara instan, melainkan membutuhkan waktu, konsistensi, dan ekosistem pendukung. Penelitian oleh Suarsa et al., (2025)) menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM naik kelas sering kali terjadi pada UMKM yang mendapat intervensi pelatihan selama lebih dari enam bulan dan didampingi oleh mentor bisnis yang berpengalaman. Lebih lanjut, pengembangan SDM juga terbukti menurunkan tingkat kegagalan usaha. Berdasarkan laporan BPS (2022), UMKM yang tidak pernah mengikuti pelatihan atau digitalisasi memiliki tingkat kegagalan usaha hingga 35% dalam tiga tahun pertama, sedangkan UMKM yang telah mengikuti program pengembangan hanya sekitar 12–15%.

Implementasi strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) secara umum telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM di berbagai wilayah

Indonesia. Dampak tersebut terlihat dari beberapa indikator utama. Pertama, peningkatan produktivitas usaha dapat dicapai melalui pelatihan manajerial yang mampu meningkatkan efektivitas kerja, pembagian tugas, serta pengelolaan waktu (Gustiana et al., 2022). Kedua, peningkatan profitabilitas terjadi karena digitalisasi pemasaran memungkinkan UMKM menjangkau pelanggan lebih luas tanpa harus membuka cabang fisik (Suwali et al., 2024). Ketiga, kemampuan bertahan dalam krisis juga meningkat, terutama pada UMKM yang telah menerima pelatihan dan mengadopsi teknologi digital, sehingga mereka lebih tangguh menghadapi tekanan seperti pandemi COVID-19 (Nalini, 2021). Keempat, akses terhadap pembiayaan menjadi lebih mudah karena UMKM yang terdigitalisasi dan memiliki dokumentasi usaha yang rapi lebih dipercaya oleh lembaga keuangan formal (Yulianti & Handayani, 2021). Namun demikian, masih banyak pekerjaan rumah yang perlu diselesaikan, seperti peningkatan literasi digital, peningkatan motivasi belajar, dan pembenahan sistem kolaborasi antar pemangku kepentingan. Keberhasilan strategi pengembangan SDM sangat tergantung pada keberpihakan kebijakan pemerintah, ketersediaan sumber daya, serta partisipasi aktif dari pelaku UMKM itu sendiri.

Analisis Kritis dan Implementasi Strategi

Selain meninjau efektivitas strategi pengembangan SDM dalam konteks pelatihan, digitalisasi, dan kolaborasi, penting pula untuk menganalisis dinamika implementasi di lapangan serta implikasi strategisnya terhadap pengembangan kebijakan dan sistem pendukung UMKM. Dari sisi implementasi, ditemukan bahwa banyak strategi yang bersifat top-down dan tidak cukup mempertimbangkan need assessment pelaku UMKM. Program pelatihan seringkali ditentukan oleh lembaga penyelenggara tanpa melibatkan pelaku usaha dalam proses perancangan kurikulum atau modul pelatihan. Dampaknya, terdapat ketimpangan antara materi pelatihan dengan kebutuhan aktual di lapangan. Misalnya, pelatihan manajemen keuangan yang hanya fokus pada teori pencatatan tanpa memperhitungkan konteks digitalisasi atau skala usaha pelaku UMKM. Hal ini diperkuat oleh temuan (Carina et al., 2022) yang menunjukkan bahwa efektivitas pelatihan UMKM meningkat signifikan jika pelaku usaha terlibat dalam proses perencanaan dan diberikan keleluasaan untuk menyampaikan hambatan operasional mereka. Selain itu, dari segi keberlanjutan program, masih banyak inisiatif yang bersifat jangka pendek dan tidak memiliki mekanisme follow-up atau evaluasi pascapelatihan. Padahal, literatur menyebutkan bahwa proses pendampingan berkelanjutan memiliki pengaruh besar terhadap perubahan perilaku usaha (Radyanto & Prihastono, 2020). Dalam hal ini, penting untuk membangun ekosistem pembinaan UMKM yang melibatkan berbagai pemangku

kepentingan seperti dinas koperasi, perguruan tinggi, komunitas bisnis, dan platform digital yang memungkinkan pelatihan daring bersifat modular dan adaptif.

Digitalisasi juga membutuhkan infrastruktur pendukung. Konektivitas internet, perangkat digital, dan akses teknologi menjadi syarat penting agar pelaku UMKM bisa benar-benar merasakan manfaat dari transformasi digital. Oleh karena itu, strategi pengembangan SDM harus disinergikan dengan strategi pengembangan infrastruktur digital daerah. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023), sebanyak 40% wilayah Indonesia Timur masih memiliki keterbatasan sinyal dan kecepatan internet yang menghambat kelancaran digitalisasi UMKM. Ini berarti, ketimpangan digital secara langsung berdampak pada ketimpangan pertumbuhan ekonomi UMKM antardaerah. Dari sisi kolaborasi, tantangan koordinasi antarinstansi menjadi isu klasik yang terus muncul. Tanpa adanya grand design pengembangan UMKM yang terpadu, kolaborasi cenderung bersifat sektoral, parsial, dan temporer. Untuk itu, perlu ada penguatan peran pemerintah daerah dalam memfasilitasi integrasi program serta membangun database UMKM yang akurat dan dinamis. Dengan data yang kuat, maka proses pelatihan, digitalisasi, hingga kemitraan dapat diarahkan secara lebih terukur dan efektif. Implikasi dari seluruh temuan ini mengarah pada satu kesimpulan penting: pengembangan SDM UMKM bukan hanya soal kapasitas individu, tetapi juga mencakup membenahan sistem ekosistem bisnis secara keseluruhan. Kebijakan yang berpihak, sistem informasi yang terintegrasi, platform pembelajaran yang mudah diakses, serta jejaring kemitraan yang saling menguatkan merupakan empat pilar utama yang harus dijadikan acuan dalam merancang strategi pembangunan SDM UMKM ke depan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui metode Systematic Literature Review (SLR) dengan pendekatan content analysis terhadap berbagai literatur ilmiah dalam lima tahun terakhir, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Strategi pengembangan SDM menjadi salah satu elemen paling krusial dalam memperkuat daya tahan dan daya saing UMKM, terutama di tengah tantangan disrupsi digital dan perubahan pasar global pasca-pandemi. Pertama, strategi pengembangan melalui pelatihan keterampilan secara konsisten terbukti mampu meningkatkan kompetensi teknis dan manajerial pelaku UMKM. Pelatihan yang tepat sasaran, berbasis kebutuhan lokal, dan didukung dengan pendekatan praktis mampu memberikan kontribusi nyata terhadap efisiensi operasional, peningkatan kualitas produk, serta penguatan kemampuan

inovatif pelaku usaha. Namun, efektivitas pelatihan masih terkendala oleh terbatasnya akses, durasi yang terlalu singkat, rendahnya tindak lanjut seperti mentoring, serta kurangnya partisipasi UMKM dalam merancang materi pelatihan. Kedua, strategi digitalisasi pemasaran menjadi pilar penting dalam memperluas akses pasar, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, aplikasi keuangan digital, serta sistem pembayaran nontunai terbukti mampu meningkatkan omzet dan daya jangkau usaha. Namun, rendahnya literasi digital dan keterbatasan perangkat serta infrastruktur, terutama di daerah tertinggal, masih menjadi tantangan serius.

Ketiga, kolaborasi dan kemitraan lintas sektor antara UMKM dengan pemerintah, perguruan tinggi, sektor swasta, dan komunitas menjadi faktor pendukung penting dalam penguatan ekosistem bisnis UMKM. Melalui kemitraan ini, UMKM memperoleh akses terhadap pelatihan, pendampingan usaha, permodalan, legalitas usaha, serta peluang pasar yang lebih luas. Namun, pelaksanaan kolaborasi masih menghadapi kendala berupa lemahnya koordinasi antarinstansi, belum terintegrasinya program, serta ketimpangan distribusi program antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

Secara kuantitatif, strategi pengembangan SDM mampu meningkatkan omzet UMKM, memperluas jaringan konsumen, dan meningkatkan efisiensi biaya. Secara kualitatif, strategi ini mendorong perubahan pola pikir (mindset) pelaku UMKM menjadi lebih adaptif, terbuka terhadap teknologi, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Namun demikian, keberhasilan strategi pengembangan SDM tidak dapat dilepaskan dari dukungan kebijakan yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan SDM merupakan pondasi utama dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM Indonesia. Strategi ini tidak hanya memperkuat kualitas individu pelaku usaha, tetapi juga memperkuat struktur kelembagaan UMKM secara keseluruhan. Untuk itu, sinergi antar pemangku kepentingan sangat diperlukan agar program pengembangan SDM dapat menjangkau lebih luas, tepat sasaran, dan berdampak nyata dalam mewujudkan UMKM yang tangguh, inovatif, dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital.

Penelitian selanjutnya dapat meneliti bagaimana peran aktif pemerintah dalam menyediakan akses pelatihan, memperluas infrastruktur digital, serta menjamin pemerataan program pengembangan UMKM ke seluruh wilayah. Perguruan tinggi dan sektor swasta juga diharapkan berperan sebagai mitra strategis dalam membangun kapasitas usaha dan menyediakan akses pasar maupun sumber daya yang relevan.

DAFTAR REFERENSI

- Afriyuandi, A. R., Satria, T., Rakhmat, C., & Carsiwan, C. (2025). Increasing moral values through sports: systematic literature review. *Mamaos: Journal Physical Education, Sport and Art*, 1(2), 67–80.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Laporan Survei Internet APJII Tahun 2022*. APJII.
- Astawa, I. P. M., Sumetri, N. W., & Wahyuni, L. M. (2024). *KEWIRAUSAHAAN Teori, Niat, dan Praktik di Perguruan Tinggi*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Azizah, L. H., & Ilyas, I. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Digital di Desa Tingkir Lor. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(3), 1681–1696.
- Azizah, S., Pt, S., & Sos, M. (2025). Pengembangan Masyarakat. *Pengembangan Masyarakat Berbasis Digital*, 54.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik UMKM Nasional 2021*. BPS RI.
- Badzinski, D. M., Woods, R. H., & Nelson, C. M. (2021). Content analysis. In *The Routledge handbook of research methods in the study of religion* (pp. 180–193). Routledge.
- Carina, T., Rengganis, R. R. M. Y. D., Mentari, N. M. I., Munir, F., Silaen, M. F., Siwiyanti, L., Usmayanti, V., Himawan, I. S., Susilawati, E., & Challen, A. E. (2022). *Percepatan digitalisasi UMKM dan koperasi*. TOHAR MEDIA.
- Dewi, M. (2025). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Di Tinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus UMKM Jinji Dimsum). *Journal of Business Economics and Management* | E-ISSN: 3063-8968, 1(3), 167–170.
- Dikdik Harjadi, S. E., & Fitriani, L. K. (2024). *Transformasi Pemasaran di Era Digital: Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia*. PT Arr Rad Pratama.
- Fauji, D. A. S., & Puspasari, I. D. (2021). *Manajemen UMKM dan Kewirausahaan: Tinjauan Teori dan Review Riset*.
- Fuadi, M. H., & Fatah, I. A. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Prasejahtera melalui Sinergi Pemerintah, Lembaga Keagamaan dan Potensi Pertanian, Peternakan dan Pariwisata Lokal. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 6(1), 1–15.
- Gustiana, R., Hidayat, T., & Fauzi, A. (2022). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (suatu kajian literatur review ilmu manajemen sumber daya manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 657–666.
- Harinie, L. T., Bahri, K. N., Ilham, B. U., Nuryanto, U. W., Yamini, E. A., Silaban, B., Rokhman, M. T. N., Novianto, U., Merung, A. Y., & Martins, L. V. (2024). *Pemasaran Inovatif Pada UMKM*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Harto, B., Pramuditha, P., Rukmana, A. Y., Sofyan, H., Rengganawati, H., Dwijayanti, A., & Sumarni, T. (2023). Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi

- Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung. *Komversal*, 5(2), 244–261.
- Hoang, V. L. (2023). Human resource training: an approach in digital era. *VNU Journal of Science: Policy and Management Studies*, 39(1).
- Irawan, D. (2020). *Peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah melalui jaringan usaha*.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. Siaran Pers .
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Gerakan Nasional Literasi Digital untuk UMKM*. Kemenkop UKM RI.
- Kusuma, R. D., Sutjipto, S. S. U., Sujana, S., & Maretha, H. A. (2020). Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 233–240.
- Martaningtyas, N. U. (2023). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era Digital Marketing untuk Mencapai Kesuksesan dalam Berbisnis di Media Sosial Guna Memajukan Sektor UMKM. *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)*, 6(1), 556–567.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak dampak covid-19 terhadap usaha mikro, kecil dan menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669.
- Nuramalia Hasanah, S. E., Ak, M., Muhtar, S., Indah Muliasari, S. E., & Ak, M. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. uwais inspirasi indonesia.
- Radyanto, M. R., & Prihastono, E. (2020). Pengembangan Sistem Pendampingan Usaha Berkelanjutan Bagi UMKM Berbasis Sistem Manajemen Kinerja. *Opsi*, 13(1), 17–24.
- Sari, E. M., Pratisti, W. D., & Yuwono, S. (2021). Pelatihan Goal Setting terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT. X Sragen. *JIP (Jurnal Intervensi Psikologi)*, 13(2).
- Sari, E. N., Faizin, N., & Hudori, H. A. (2025). Optimalisasi Marketplace Sebagai Strategi Efektif Untuk Perluasan Jaringan Pemasaran Kopi Ratu Produksi UMKM. *Azka Food Journal of Community Development*, 5(3), 688–696.
- Sari, W., & Bakhri, S. (2022). Pemberdayaan melalui pelatihan dan digitalisasi UMKM dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di masa pandemic covid-19. *Islamic Management and Empowerment Journal*, 4(1), 1–18.
- Simarmata, J. (2022). Building marketing performance through digital marketing and database-based networking capability in Indonesian SMEs. *Journal: International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1125–1134.
- Suarsa, S. H., Judijanto, L., & Kushariyadi, K. (2025). *Pemasaran Digital:: Teori dan Praktik Pemasaran Digital UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Supriatna, D., Candra, E., Adinugroho, I., Nasution, M. A., & Yanti, N. (2023). Pengaruh Kinerja UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sukabumi. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 43–53.
- Suwali, S., Afifah, H., Sumaya, P. S., Hasirun, H., Handayani, J. H., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Pemasaran Pada Umkm Gula Semut Kelapa Di Banyumas Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital. *ADIMA Jurnal Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 25–33.
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., Wongso, F., & Indrawan, I. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan penggunaan aplikasi digital qris sebagai alat pembayaran pada umkm. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 811–816.