

PROGRAM PENINGKATAN KETERLIBATAN DAN KOMPETENSI SDM (KARYAWAN) DALAM MENDUKUNG PENJUALAN *ONLINE* : STUDI KASUS TOKO MAI GIRL

Daniel Manek^{1,*}, Nyoman Pasek Maharani Shanti²

^{1,2}Universitas Mahasaswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email : manekdaniel@unmas.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital membuka peluang besar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar melalui penjualan *online*. Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang belum memiliki keterampilan memadai dalam memanfaatkan *teknologi digital*. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan SDM UMKM dalam mendukung penjualan *online* melalui studi kasus di Toko Mai Girl, sebuah usaha fashion lokal di Denpasar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi selama pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan SDM dilakukan melalui pelatihan *digital marketing*, pendampingan dalam penggunaan *e-commerce*, serta pemberdayaan karyawan untuk meningkatkan keterlibatan dalam promosi *online*. Dengan demikian, strategi penguatan SDM berbasis pelatihan, pendampingan, dan pemberdayaan terbukti efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di *era digital*.

Kata Kunci : UMKM, Sumber Daya Manusia, Digital marketing, E-commerce, Penjualan Online, Pemberdayaan Karyawan

ANALISIS SITUASI

Perkembangan *teknologi digital* telah membawa perubahan signifikan dalam sektor perdagangan, termasuk di Indonesia. Kehadiran *platform e-commerce* dan media sosial telah mengubah pola belanja masyarakat ke arah daring, sehingga pelaku usaha baik skala besar maupun kecil dihadapkan pada kebutuhan untuk berevolusi dan segera mengadopsi strategi pemasaran *digital* agar tetap kompetitif (Fajriyani et al., 2023). Nursiani (2023) menekankan pentingnya transformasi SDM dan organisasi dalam menghadapi persaingan bisnis di *era digital*. Kompetensi sumber daya manusia (SDM), khususnya kemampuan teknis dalam pengelolaan akun toko *online*, pembuatan konten promosi, serta analisis performa penjualan, menjadi faktor penting dalam mendukung pemasaran *digital*. Menurut Zawawi et al. (2023), pelatihan *digital marketing* melalui media sosial dan e-commerce dapat meningkatkan daya saing produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tanpa adanya pelatihan yang sistematis dan keterlibatan aktif karyawan, usaha sering kesulitan memanfaatkan potensi penuh dari kanal *digital*. Oleh karena itu, program peningkatan kompetensi

digital marketing dan keterlibatan karyawan sangat dibutuhkan untuk membangun motivasi, keterampilan praktis, serta kontribusi nyata dalam strategi penjualan *online*.

Toko Mai Girl, sebagai salah satu UMKM di bidang fashion yang berlokasi di Jalan Gunung Salak No. 172, Denpasar Barat, menghadapi kendala dalam mengoptimalkan penjualan *online*. Karyawan masih lebih berfokus pada pelayanan *offline* dan belum mahir dalam *digital marketing*, seperti pembuatan konten, *copywriting*, maupun pemanfaatan fitur media sosial dan marketplace. Tidak adanya *Standar Operasional Prosedur (SOP)* untuk aktivitas penjualan *online* menyebabkan promosi berjalan tidak konsisten dan peluang pasar *digital* belum dimanfaatkan secara maksimal. Padahal, secara geografis lokasi toko cukup strategis, berada di kawasan dengan aktivitas perdagangan dan jasa yang tinggi, serta didukung daya beli masyarakat yang baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa Toko Mai Girl memiliki potensi besar, namun membutuhkan peningkatan kompetensi SDM serta sistem kerja yang lebih terarah agar dapat memperkuat daya saing usaha melalui optimalisasi penjualan *digital*.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan di Toko Mai Girl, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan kesadaran karyawan Toko Mai Girl mengenai pentingnya penjualan *online* sebagai strategi jangka panjang untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha?
2. Bagaimana pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dapat membantu karyawan Toko Mai Girl dalam mengembangkan keterampilan pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, serta pelayanan pelanggan secara *online*?
3. Bagaimana penyusunan dan penerapan *Standar Operasional Prosedur (SOP)* penjualan *online* dapat menciptakan alur kerja yang konsisten, terarah, dan efektif dalam mendukung aktivitas promosi *digital* di Toko Mai Girl?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi permasalahan kurangnya keterlibatan dan keterbatasan kemampuan karyawan dalam mendukung aktivitas penjualan *online* di Toko Mai Girl, dirancang beberapa solusi utama, seperti pelatihan *digital marketing*, pendampingan penggunaan media sosial, dan penyusunan SOP penjualan *online* (Purnawan, 2024).

1. Meningkatkan Kesadaran Karyawan

Memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya penjualan *online* sebagai strategi jangka panjang untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha melalui sosialisasi yang menjelaskan peran penjualan *online* dalam memperluas jangkauan pasar, dampak positifnya terhadap peningkatan omzet, serta hubungannya dengan promosi *digital* yang konsisten dan loyalitas pelanggan.

2. Pelatihan dan Pendampingan *Digital marketing*

Menyelenggarakan pelatihan dasar pemasaran *digital* sekaligus pendampingan intensif agar karyawan mampu menjalankan aktivitas penjualan *online* secara mandiri, meliputi pengenalan konsep *digital marketing* dan e-commerce, teknik pembuatan konten promosi yang menarik, strategi penjadwalan serta pengunggahan konten ke media sosial dan marketplace, serta pelayanan pelanggan yang efektif melalui platform *digital*.

3. Penyusunan *SOP Operasional Penjualan Online*

Menyusun *Standar Operasional Prosedur (SOP)* sederhana yang disepakati bersama karyawan agar proses penjualan *online* berjalan terarah, konsisten, dan mudah diikuti, dengan memuat jadwal unggah produk secara berkala, standar respon chat pelanggan, serta pembagian tugas harian promosi *online* sesuai format yang ditentukan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Toko Mai Girl berfokus pada peningkatan keterlibatan dan kemampuan karyawan dalam mendukung aktivitas penjualan *online*. Program ini berlangsung selama 34 hari, terhitung sejak 23 Juli 2025 s/d 25 Agustus 2025. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan utama, kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi mengenai pentingnya penjualan *online*, pelatihan *digital marketing*, hingga penyusunan *Standar Operasional Prosedur (SOP)*. Pelaksanaan kegiatan meliputi tiga bentuk utama: (1) sosialisasi dan diskusi mengenai peran strategis penjualan *online* dalam memperluas jangkauan pasar dan mendukung keberlanjutan usaha; (2) pelatihan teknis dan praktik langsung tentang pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial (Instagram dan TikTok), serta strategi pelayanan pelanggan melalui platform *digital*; dan (3) pendampingan intensif kepada karyawan dalam menerapkan keterampilan *digital marketing*, termasuk penyusunan dan penerapan SOP penjualan *online*. Metode yang digunakan mencakup sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan karyawan secara aktif dalam diskusi, praktik langsung, dan perumusan SOP. Materi disampaikan secara praktis-aplikatif agar mudah dipahami dan dapat segera diterapkan dalam kegiatan usaha. Selain itu, pendekatan humanis dan kontekstual digunakan dengan menyesuaikan pembelajaran pada kemampuan serta kebutuhan karyawan, yang dilanjutkan dengan evaluasi dan tindak lanjut agar keterampilan *digital* benar-benar dapat diimplementasikan secara berkelanjutan (Sihidi, 2022).

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun realisasi kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan untuk meningkatkan keterlibatan dan kemampuan karyawan dalam mendukung aktivitas penjualan *online* di Toko Mai Girl dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1.

| No | Program Kerja | Spesifikasi | Realisasi |
|----|---|---|-----------|
| 1. | Meningkatkan Kesadaran Karyawan | Melaksanakan sosialisasi dan diskusi interaktif mengenai pentingnya penjualan <i>online</i> sebagai strategi jangka panjang untuk pertumbuhan usaha, termasuk pemaparan manfaat promosi <i>digital</i> bagi peningkatan omzet dan daya saing. | 100 % |
| 2. | Pelatihan dan Pendampingan <i>Digital marketing</i> | Menyelenggarakan pelatihan dasar mengenai pemasaran <i>digital</i> dan pendampingan intensif agar karyawan mampu mengelola penjualan <i>online</i> secara mandiri. | 100 % |
| 3. | Penyusunan SOP Penjualan <i>Online</i> | Menyusun <i>Standar Operasional Prosedur (SOP)</i> sederhana yang berisi panduan kerja penjualan <i>online</i> , meliputi jadwal upload produk, standar respon chat pelanggan, dan pembagian tugas promosi | 100 % |

Pelaksanaan program kerja utama di Toko Mai Girl menghasilkan beberapa capaian penting yang sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian masyarakat. Berikut adalah hasil pencapaian :

a) Peningkatan Kesadaran Karyawan

- 100% karyawan yang mengikuti sosialisasi dapat menjelaskan kembali manfaat penjualan *online* bagi keberlanjutan usaha.
- Karyawan mulai memahami pentingnya menjaga konsistensi posting konten dan interaksi dengan pelanggan di platform *digital*.

| | |
|---|--|
|  |  |
| Interaksi pengguna pada media sosial TikTok mengalami peningkatan | Interaksi pengguna pada media sosial Instagram mengalami peningkatan |

b) Peningkatan Keterampilan *Digital marketing*

- Seluruh peserta pelatihan berhasil membuat minimal tiga konten promosi (foto atau video) yang layak dipublikasikan.

- 100% karyawan mampu mengunggah konten secara mandiri sesuai jadwal yang telah ditentukan.
 - Terjadi peningkatan interaksi pelanggan di media sosial dibanding sebelum program.
- c) Tersusunnya SOP Penjualan *Online*
- SOP penjualan *online* telah disahkan dan mulai diterapkan.
 - Karyawan mematuhi SOP tersebut selama masa implementasi.
 - Proses respon pelanggan menjadi lebih cepat, dengan rata-rata waktu tanggapan kurang dari 1 jam pada jam operasional.



Gambar 1. Melaksanakan sosialisasi dan diskusi interaktif mengenai pentingnya penjualan online

Program Kerja Pertama :

Dilaksanakan pada minggu pertama dengan metode presentasi, diskusi interaktif, dan tanya jawab. Karyawan diperkenalkan pada konsep pentingnya penjualan *online*, tren belanja *digital*, serta manfaat langsung bagi pertumbuhan Toko Mai Girl.



Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan *Digital marketing*

Program Kerja Kedua :

Pelatihan teknis dilaksanakan pada minggu kedua hingga ketiga, meliputi praktik pembuatan konten foto dan video, penjadwalan posting, pengunggahan ke Instagram, TikTok, dan marketplace, serta teknik komunikasi yang efektif saat melayani pelanggan *online*. Pendampingan diberikan secara langsung setiap hari kerja untuk memastikan karyawan mampu mengaplikasikan keterampilan yang telah dipelajari



Gambar 3. Menyusun *Standar Operasional Prosedur (SOP)* sederhana

Program Kerja Ketiga :

Pada minggu terakhir, dilakukan penyusunan *Standar Operasional Prosedur (SOP)* secara bersama-sama antara tim pelaksana dan karyawan. SOP ini memuat panduan kerja penjualan *online* mulai dari jadwal unggah produk, standar respon pelanggan, hingga pembagian tugas promosi harian.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Toko Mai Girl dapat dikatakan telah mencapai target yang direncanakan. Program sosialisasi berhasil meningkatkan kesadaran karyawan mengenai pentingnya penjualan *online*, pelatihan serta pendampingan *digital marketing* mampu membekali karyawan dengan keterampilan praktis yang langsung diterapkan dalam aktivitas usaha, dan penyusunan *Standar Operasional Prosedur (SOP)* menghasilkan pedoman kerja yang jelas, konsisten, serta mudah diikuti. Tingkat ketercapaian kegiatan ini ditunjukkan dengan meningkatnya keterlibatan karyawan dalam promosi *digital*, konsistensi dalam unggahan konten, serta tumbuhnya citra merek yang lebih profesional di mata konsumen.

Untuk memaksimalkan hasil yang telah dicapai, disarankan agar Toko Mai Girl melakukan evaluasi rutin terhadap pelaksanaan SOP dan efektivitas promosi *digital* yang dijalankan. Selain itu, perlu diadakan pelatihan lanjutan guna memperkuat kemampuan karyawan dalam memanfaatkan fitur-fitur terbaru pada *platform media sosial* dan *marketplace*. Dukungan manajemen dalam menyediakan sarana pendukung serta memberikan motivasi berkelanjutan kepada karyawan juga sangat diperlukan

agar ketercapaian program tidak hanya bersifat sementara, melainkan dapat terus berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajriyani, D., Fauzi, A., Devi Kurniawati, M., Yudo Prakoso Dewo, A., Fahri Baihaqi, A., & Nasution, Z. (2023). *Tantangan Kompetensi SDM dalam Menghadapi Era Digital (Literatur Review)*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI), 4(6), 1004–1013.
- Nursiani, N. P. (2023). Transformasi Sumber Daya Manusia dan Organisasi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 1(1).
- Purnawan, S. O. (2024). *Pengaruh pelatihan pemasaran digital dan peran media sosial terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo*. Jurnal Manajemen, 14(1)
- Sihidi, I. T. (2022). *Pelatihan digital marketing di Golden Ways Arum Manis*. [Artikel Pengabdian Masyarakat]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Zawawi, Z., Riswati, B. M., Sukarno, G., & Warmana, O. (2023). Pelatihan penerapan *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan e-commerce pada UMKM Penjaringan Sari. *Abdimas Awang Long*, 6(1), 14-20.