



Peningkatan Kapabilitas SDM pada UMKM Desa Bakalan Gondang Mojokerto Melalui Pelatihan Sosial Media Marketing dan Manajemen Produksi Modern

Anna Kridaningsih^{1*}, Ratna Agustina², Anis Sirojuddin Suryo Negoro³, Nurussabani⁴, Risa Amalia Muzrifah⁵, Adil Abdillah⁶, Ahmad Mubarak⁷

Universitas Mayjen Sungkono

^{1*}annakrida80@gmail.com, ²ratna.agustina.26@gmail.com, ³sirojuddinanis@gmail.com, ⁴nurussabani27@gmail.com,

⁵risaamaliamazrifah@gmail.com, ⁶ayah.adil1181@gmail.com, ⁷mubarokhmad1993@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan sering menghadapi keterbatasan kapabilitas sumber daya manusia (SDM), terutama dalam pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dan penerapan manajemen produksi modern. Permasalahan ini berdampak pada rendahnya daya saing produk, keterbatasan jangkauan pasar, dan efisiensi produksi yang kurang optimal. Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas SDM UMKM di Desa Bakalan Gondang, Mojokerto, melalui pelatihan *social media marketing* dan manajemen produksi modern. Metode yang digunakan bersifat deskriptif-partisipatif dengan tahapan: identifikasi masalah, perancangan materi pelatihan, implementasi, evaluasi, dan analisis hasil. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan kemampuan peserta, antara lain: 90% peserta mampu membuat konten media sosial kreatif dan berinteraksi efektif dengan konsumen, serta 88% peserta menerapkan prinsip manajemen produksi modern, termasuk perencanaan produksi, pengendalian kualitas, dan pencatatan proses. Evaluasi integrasi pemasaran digital dan produksi menunjukkan bahwa peserta mampu menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan pasar, meningkatkan efisiensi usaha, dan memperkuat daya saing produk. Pelatihan ini membuktikan efektivitas metode terpadu dalam meningkatkan kapabilitas SDM UMKM, mendorong UMKM menjadi lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif, serta memberikan model bagi program pengabdian masyarakat serupa di desa lain.

Kata Kunci: UMKM, *Social Media Marketing*, Manajemen Produksi Modern, Kapabilitas SDM, Pengabdian Masyarakat

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian lokal yang berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Namun demikian, banyak UMKM di wilayah pedesaan masih menghadapi keterbatasan kapabilitas sumber daya manusia (SDM), khususnya dalam pemanfaatan *digital marketing* dan penerapan manajemen produksi modern. Kondisi ini juga ditemukan pada UMKM di Desa Bakalan Gondang, Kabupaten Mojokerto, yang sebagian besar masih mengandalkan metode pemasaran konvensional serta proses produksi yang belum terstandarisasi. Akibatnya, daya saing produk rendah, jangkauan pasar terbatas, dan efisiensi produksi belum optimal. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa transformasi kompetensi SDM menjadi kebutuhan mendesak bagi keberlanjutan UMKM desa.

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, pelatihan *social media marketing* dan manajemen produksi modern dipandang sebagai pendekatan strategis dalam meningkatkan kapabilitas SDM UMKM. Pemanfaatan media sosial memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya relatif rendah, sekaligus membangun citra merek secara berkelanjutan. Di sisi lain, penerapan prinsip manajemen produksi modern, seperti perencanaan proses, pengendalian kualitas, dan efisiensi sumber daya, dapat meningkatkan produktivitas dan konsistensi mutu produk. Integrasi kedua pendekatan ini diharapkan mampu mendorong UMKM desa beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan digital.

Sejumlah penelitian dalam lima tahun terakhir menunjukkan bahwa pelatihan berbasis *digital marketing* memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian oleh Pradiani (2019) dan Wardhana (2020) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara strategis mampu meningkatkan penjualan dan visibilitas merek UMKM. Studi lain oleh Setiawati dan Widyartati (2021) menegaskan bahwa literasi *social media marketing* berkontribusi signifikan terhadap perluasan pasar UMKM pascapandemi. Sementara itu, penelitian terkait manajemen produksi modern pada UMKM, seperti yang dilakukan oleh Sari et al. (2020) dan Hidayat et al. (2022), menunjukkan bahwa penerapan prinsip produksi yang terstruktur dapat meningkatkan efisiensi biaya dan kualitas produk. Selain itu, riset terbaru oleh Putra dan Nugroho (2023) menekankan pentingnya penguatan kapabilitas SDM melalui pelatihan terpadu untuk meningkatkan daya saing UMKM berbasis lokal.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting, sebagian besar masih berfokus pada aspek pemasaran digital atau manajemen produksi secara terpisah, serta lebih banyak dilakukan dalam konteks perkotaan atau berbasis survei kuantitatif. Keterbatasan penelitian yang mengintegrasikan pelatihan *social media marketing* dan manajemen produksi modern secara simultan dalam konteks pengabdian masyarakat di wilayah pedesaan menjadi celah (*gap analysis*) yang belum banyak dikaji. Selain itu, masih terbatas kajian yang menitikberatkan pada peningkatan kapabilitas SDM UMKM sebagai outcome utama dari program pengabdian.

Berdasarkan latar belakang dan *gap analysis* tersebut, tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapabilitas SDM UMKM di Desa Bakalan Gondang Mojokerto melalui pelatihan *social media marketing* dan manajemen produksi modern. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital dan pengelolaan produksi, tetapi juga mendorong peningkatan daya saing, keberlanjutan usaha, serta kemandirian ekonomi masyarakat desa. Harapan jangka panjang dari kegiatan ini adalah terciptanya UMKM desa yang adaptif, inovatif, dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini disusun secara sistematis untuk memastikan bahwa program pelatihan *social media marketing* dan manajemen produksi modern dapat diterapkan secara efektif serta menghasilkan peningkatan kapabilitas SDM UMKM di Desa Bakalan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif-partisipatif, dengan melibatkan pelaku UMKM secara aktif pada setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil pelatihan.

Identifikasi Masalah dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM di Desa Bakalan Gondang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi UMKM, khususnya terkait keterbatasan pemanfaatan *social media marketing* dan lemahnya penerapan manajemen produksi modern. Analisis kebutuhan dilakukan untuk memetakan tingkat pemahaman, keterampilan, serta kesiapan peserta dalam mengikuti pelatihan, sehingga materi yang disusun relevan dengan kondisi riil UMKM.

Perancangan Program dan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pengabdian menyusun desain program pelatihan yang mencakup dua fokus utama, yaitu *social media marketing* dan manajemen produksi modern. Materi *social media marketing* meliputi pembuatan akun bisnis, strategi konten, penjadwalan unggahan, serta interaksi dengan konsumen. Sementara itu, materi manajemen produksi modern mencakup perencanaan produksi, pengendalian kualitas, efisiensi proses, dan pencatatan sederhana. Pada tahap ini juga disusun instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan kapabilitas peserta.

Implementasi Pelatihan

Tahap implementasi dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Metode pelatihan yang digunakan meliputi ceramah interaktif, demonstrasi, praktik langsung, dan diskusi. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mempraktikkan pembuatan konten media sosial serta simulasi pengelolaan proses produksi yang lebih terstruktur. Pendekatan partisipatif digunakan agar peserta aktif bertanya, berdiskusi, dan mencoba menerapkan materi sesuai dengan karakteristik usahanya masing-masing.

Pengujian Metode dan Evaluasi

Pengujian efektivitas metode dilakukan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test peserta pelatihan. Evaluasi juga dilakukan melalui observasi perubahan perilaku peserta dalam mengelola media sosial usaha dan proses produksi setelah pelatihan. Indikator evaluasi meliputi peningkatan pemahaman konsep, kemampuan teknis, serta kesiapan peserta dalam menerapkan hasil pelatihan secara mandiri. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa metode yang diterapkan mampu memberikan hasil sesuai dengan tujuan kegiatan.

Analisis Hasil dan Penyusunan Laporan

Tahap akhir adalah analisis data hasil evaluasi dan penyusunan laporan kegiatan pengabdian masyarakat. Data dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan perubahan kapabilitas SDM UMKM sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil analisis ini kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi untuk pengembangan program pelatihan lanjutan serta perbaikan metode pada kegiatan pengabdian berikutnya.

Table 1. Tahapan Penelitian/Pengabdian Masyarakat

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi Singkat
1	Identifikasi masalah	Observasi dan wawancara untuk memetakan kebutuhan UMKM
2	Perancangan program	Penyusunan materi dan instrumen evaluasi pelatihan
3	Implementasi pelatihan	Pelatihan dan pendampingan <i>social media marketing</i> dan produksi
4	Evaluasi dan pengujian	Pre-test, post-test, dan observasi perubahan kapabilitas
5	Analisis dan pelaporan	Analisis hasil dan penyusunan laporan pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan *social media marketing* dan manajemen produksi modern yang diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Bakalan Gondang, Mojokerto, serta menganalisis dampaknya terhadap kapabilitas SDM peserta. Data diperoleh melalui pre-test dan post-test, observasi praktik langsung, dan dokumentasi kegiatan. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman konsep pemasaran digital, kemampuan membuat konten dan interaksi dengan konsumen melalui media sosial, serta penerapan prinsip manajemen produksi modern yang lebih terstruktur. Penyajian data didukung dengan tabel, grafik, dan gambar ilustratif agar memberikan gambaran perubahan kapabilitas SDM secara komprehensif dan mudah dipahami.

Pembahasan menekankan efektivitas metode pelatihan yang bersifat partisipatif, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga langsung mempraktikkan strategi pemasaran dan pengelolaan produksi. Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan pelatihan meliputi kesiapan peserta, relevansi materi dengan kondisi usaha, serta pendampingan intensif dari tim pengabdian. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pelatihan terpadu mampu meningkatkan kinerja UMKM, meskipun konteks desa masih jarang dijadikan fokus kajian. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong UMKM desa untuk lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di pasar yang lebih luas.

Peningkatan Kapabilitas SDM melalui Social Media Marketing

Pelatihan *social media marketing* diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Bakalan Gondang untuk meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran produk. Peserta dibimbing mulai dari pembuatan akun bisnis, pengelolaan konten, penjadwalan unggahan, hingga interaksi efektif dengan konsumen. Observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih mengandalkan pemasaran konvensional dan memiliki pemahaman terbatas terkait strategi pemasaran digital. Hal ini menjadi dasar penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kondisi nyata UMKM di desa tersebut.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa 70% peserta hanya memiliki pemahaman dasar mengenai *social media marketing*, sementara post-test setelah pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan, di mana 90% peserta mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara terstruktur dan kreatif. Peningkatan ini mencakup kemampuan membuat konten yang menarik, menggunakan fitur promosi, dan memahami interaksi konsumen untuk meningkatkan *engagement*. Perubahan ini menegaskan efektivitas metode pelatihan yang bersifat partisipatif dan praktik langsung, sehingga peserta dapat belajar sambil mempraktekkan materi secara nyata.

Selain aspek teknis, pelatihan juga menekankan pada pemahaman strategi pemasaran yang tepat sasaran, termasuk analisis target konsumen, pemilihan platform yang sesuai, dan penggunaan *insights* untuk meningkatkan performa akun. Observasi praktik langsung menunjukkan bahwa peserta mulai rutin mengelola akun media sosial usaha, merespon komentar atau pesan konsumen, serta merencanakan konten mingguan secara konsisten. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital peserta, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dalam pengelolaan pemasaran UMKM secara berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya pelatihan *digital marketing* bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan membangun citra merek yang kuat (Pradiani, 2019; Wardhana, 2020). Peningkatan kapabilitas SDM melalui pelatihan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan terpadu mampu mengintegrasikan aspek teori dan praktik secara efektif. Dengan demikian, pelaku UMKM Desa Bakalan Gondang kini lebih adaptif dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, yang berdampak positif terhadap pertumbuhan usaha dan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Penerapan Manajemen Produksi Modern

Pelatihan manajemen produksi modern diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Bakalan Gondang dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan kualitas proses produksi. Materi pelatihan mencakup perencanaan produksi, pengendalian kualitas, pencatatan sederhana, dan penggunaan prinsip produksi yang lebih terstruktur. Observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih menerapkan metode produksi tradisional, yang mengakibatkan inkonsistensi kualitas produk dan penggunaan sumber daya yang kurang optimal. Kondisi ini menjadi dasar bagi tim pengabdian untuk merancang materi yang sesuai dengan kebutuhan riil UMKM.

Selama pelatihan, peserta diajak untuk menyusun alur produksi, mencatat bahan baku dan hasil produksi, serta mengidentifikasi potensi pemborosan atau hambatan dalam proses produksi. Pre-test menunjukkan bahwa mayoritas peserta belum memahami pentingnya pencatatan dan kontrol kualitas, sedangkan post-test menunjukkan peningkatan signifikan, di mana sebagian besar peserta mampu menerapkan prinsip manajemen produksi modern dengan baik. Peningkatan ini mencakup kemampuan merencanakan produksi secara sistematis, mengelola bahan baku, dan memastikan kualitas produk konsisten.

Selain peningkatan kemampuan teknis, peserta juga belajar tentang pentingnya efisiensi sumber daya dan optimasi proses untuk mengurangi biaya produksi tanpa mengurangi kualitas. Observasi praktik langsung mengungkap bahwa peserta mulai mengatur jadwal produksi, memantau proses, dan melakukan perbaikan sederhana pada alur produksi sesuai kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku yang lebih profesional dalam mengelola produksi UMKM.

Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menegaskan bahwa penerapan manajemen produksi modern dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk UMKM (Sari et al., 2020; Hidayat et al., 2022). Penerapan prinsip-prinsip produksi yang sistematis dan terukur terbukti mampu memberikan dampak nyata terhadap efisiensi usaha serta kesiapan UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, pelatihan ini berhasil

meningkatkan kapabilitas SDM dalam aspek produksi, melengkapi peningkatan kemampuan pemasaran digital yang telah diperoleh sebelumnya.

Table 2. Pre Test dan Post Test Manajemen Produksi Modern

Aspek yang Diukur	Pre Test (%)	Post Test (%)	Keterangan
Perencanaan & penjadwalan produksi	60	88	Peserta mampu menyusun jadwal produksi terstruktur
Pengendalian kualitas produk	58	85	Kualitas produk lebih konsisten dan sesuai standar
Pencatatan bahan baku dan hasil produksi	55	83	Peserta mampu melakukan pencatatan sederhana namun sistematis
Efisiensi penggunaan sumber daya	57	86	Peserta dapat meminimalkan pemborosan bahan dan waktu
Optimalisasi proses produksi	56	87	Proses produksi lebih sistematis dan mudah dipantau

Sinergi Social Media Marketing dan Manajemen Produksi Modern

Pelatihan terpadu ini menekankan sinergi antara *social media marketing* dan manajemen produksi modern, sehingga pelaku UMKM tidak hanya mampu memasarkan produk secara efektif, tetapi juga memastikan kualitas dan konsistensi produksi. Pendekatan terpadu memungkinkan peserta memahami keterkaitan antara promosi digital dan proses produksi, sehingga strategi pemasaran yang direncanakan dapat didukung oleh kapasitas produksi yang memadai. Observasi awal menunjukkan bahwa beberapa peserta mengalami kesulitan dalam menyeimbangkan antara permintaan pasar melalui media sosial dan kemampuan produksi yang tersedia, sehingga pelatihan fokus pada integrasi kedua aspek ini.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menyelaraskan jadwal produksi dengan strategi pemasaran digital. Peserta belajar merencanakan produksi berdasarkan estimasi permintaan yang diperoleh dari interaksi di media sosial, sehingga dapat mengoptimalkan stok dan mengurangi risiko kelebihan atau kekurangan produksi. Post-test dan observasi praktik langsung mengungkap bahwa peserta mulai mampu menyesuaikan kapasitas produksi dengan tren penjualan digital, membuat konten promosi yang realistis sesuai kapasitas produksi, serta menjaga kualitas produk tetap konsisten.

Selain itu, pelatihan ini juga meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya komunikasi internal dalam usaha. Dengan penerapan prinsip manajemen produksi modern, peserta dapat mencatat proses, memonitor hasil produksi, dan memberikan informasi yang jelas kepada tim atau keluarga yang membantu usaha. Hal ini mempermudah pengambilan keputusan terkait jadwal produksi, pemenuhan permintaan konsumen, dan penyesuaian strategi pemasaran. Integrasi ini menunjukkan bahwa peningkatan kapabilitas SDM tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup pengelolaan usaha secara holistik.

Temuan ini selaras dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kombinasi peningkatan keterampilan pemasaran digital dan pengelolaan produksi secara terintegrasi dapat meningkatkan daya saing UMKM (Putra & Nugroho, 2023). Sinergi kedua aspek ini memungkinkan UMKM desa untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar, memaksimalkan efisiensi, dan memperkuat posisi produk di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, pelatihan terpadu ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapabilitas SDM secara menyeluruh, mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, dan membangun kesiapan UMKM untuk menghadapi tantangan pasar digital dan produksi modern secara simultan.

Evaluasi Dampak Pelatihan terhadap Kapabilitas UMKM

Evaluasi dampak pelatihan dilakukan untuk menilai sejauh mana kegiatan pengabdian masyarakat ini meningkatkan kapabilitas SDM UMKM di Desa Bakalan Gondang. Evaluasi mencakup pengukuran kemampuan peserta dalam *social media marketing*, penerapan manajemen produksi modern, dan kemampuan menyelaraskan kedua aspek secara terpadu. Data diperoleh melalui pre-test dan post-test, observasi praktik langsung, serta dokumentasi kegiatan selama pelatihan. Evaluasi ini bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai perubahan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku peserta dalam mengelola usaha mereka.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada semua aspek yang diukur. Peserta pelatihan kini lebih mampu merancang konten media sosial yang menarik, merencanakan jadwal unggahan, dan berinteraksi dengan konsumen secara efektif. Di sisi produksi, peserta mampu mengatur proses produksi lebih terstruktur, melakukan pengendalian kualitas, serta mencatat dan memonitor hasil produksi secara konsisten. Kombinasi kedua aspek ini membantu peserta menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan pasar yang diperoleh melalui media sosial, sehingga efisiensi usaha meningkat.

Selain peningkatan teknis, evaluasi juga menekankan perubahan perilaku dan sikap kerja peserta. Peserta lebih disiplin dalam menjalankan jadwal produksi, aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi, dan terbuka terhadap penerapan metode baru yang diajarkan. Observasi menunjukkan bahwa sebagian peserta mulai merencanakan strategi penjualan secara proaktif dan menyesuaikan produksi berdasarkan tren permintaan digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong perubahan sikap kerja yang mendukung keberlanjutan usaha.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya evaluasi terukur dalam kegiatan pelatihan UMKM untuk memastikan efektivitas program dan keberlanjutan peningkatan kapabilitas SDM (Setiawati & Widyartati, 2021; Putra & Nugroho, 2023). Dengan evaluasi yang komprehensif, program pelatihan ini terbukti mampu meningkatkan kemampuan pemasaran digital, manajemen produksi, dan integrasi kedua aspek secara simultan, sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap daya saing, produktivitas, dan kemandirian UMKM di Desa Bakalan Gondang.

Table 3. Pre Test dan Post Test Evaluasi Dampak Pelatihan

Aspek yang Diukur	Pre Test (%)	Post Test (%)	Keterangan
Perubahan perilaku kerja peserta	50	86	Peserta lebih disiplin dan proaktif dalam usaha
Peningkatan keterampilan teknis	52	89	Kemampuan digital marketing & manajemen produksi meningkat
Kesiapan menerapkan materi secara mandiri	48	87	Peserta mampu melanjutkan praktik secara mandiri
Integrasi pemasaran & produksi	51	88	Integrasi kedua aspek berhasil diterapkan
Peningkatan daya saing UMKM	50	88	Produk dan usaha lebih kompetitif di pasar lokal & digital

Rekomendasi dan Implikasi Pelatihan untuk Peningkatan Kapabilitas UMKM

Berdasarkan hasil pelatihan dan evaluasi yang telah dilakukan, beberapa rekomendasi disusun untuk mendukung pengembangan berkelanjutan UMKM di Desa Bakalan Gondang. Pertama, penting bagi pelaku UMKM untuk secara rutin mengelola akun media sosial bisnis, merencanakan konten secara konsisten, dan memanfaatkan fitur promosi digital agar daya jangkauan produk terus meningkat. Pelatihan berkelanjutan atau *workshop lanjutan* dapat membantu peserta mempertahankan dan meningkatkan keterampilan pemasaran digital yang telah diperoleh.

Kedua, penerapan prinsip manajemen produksi modern harus terus dipelihara dan disesuaikan dengan kapasitas usaha masing-masing. Penggunaan pencatatan produksi sederhana, kontrol kualitas, dan perencanaan jadwal produksi yang realistis akan meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk. Tim pendamping juga dapat memberikan *coaching* secara berkala untuk memastikan penerapan praktik produksi tetap optimal dan adaptif terhadap perubahan permintaan pasar.

Ketiga, integrasi antara pemasaran digital dan manajemen produksi perlu dipertahankan untuk memastikan bahwa strategi promosi yang dijalankan sejalan dengan kapasitas produksi. Peserta dianjurkan untuk menggunakan data interaksi konsumen di media sosial sebagai acuan perencanaan produksi, sehingga terjadi keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Pendekatan ini membantu UMKM meningkatkan kepuasan konsumen, mengurangi pemborosan, dan memaksimalkan potensi keuntungan usaha.

Akhirnya, pelatihan ini memiliki implikasi yang lebih luas bagi pemberdayaan SDM dan pengembangan ekonomi desa. Kapabilitas SDM yang meningkat akan mendorong UMKM menjadi lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif, sehingga kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal meningkat. Selain itu, keberhasilan program ini dapat menjadi model bagi pengembangan UMKM di desa lain, terutama dalam memadukan pelatihan digital marketing dan manajemen produksi modern secara terpadu, sehingga menciptakan ekosistem usaha yang lebih berkelanjutan dan mandiri.

Implementasi

Pelatihan *social media marketing* dan manajemen produksi modern dilaksanakan pada tanggal 5 Desember 2025 di Desa Bakalan Gondang, Mojokerto. Kegiatan ini melibatkan pelaku UMKM setempat dan difasilitasi oleh tim pengabdian masyarakat yang membimbing peserta secara langsung. Implementasi metode dilakukan secara partisipatif, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teori, tetapi juga mempraktikkan pembuatan konten media sosial, penjadwalan unggahan, interaksi dengan konsumen, serta pengelolaan proses produksi yang lebih terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan peserta belajar sambil mempraktekkan materi secara nyata, sehingga transfer pengetahuan menjadi lebih efektif.



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan Pengabdian Masyarakat UMKM Desa Bakalan Gondang Mojokerto

Foto dokumentasi kegiatan menunjukkan suasana pelatihan yang interaktif. Peserta terlihat aktif berdiskusi, bertanya, dan mempraktikkan strategi pemasaran digital serta manajemen produksi modern. Secara berkelompok, mereka membuat konten promosi, menjadwalkan postingan, serta melakukan simulasi pengaturan proses produksi agar sesuai dengan kapasitas dan permintaan pasar. Pendekatan partisipatif ini memudahkan tim pengabdian untuk mengidentifikasi kendala peserta secara langsung dan memberikan solusi praktis pada saat itu juga.

Hasil implementasi menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh. Beberapa peserta berhasil membuat konten promosi yang lebih menarik, mengelola akun media sosial secara sistematis, dan melakukan pencatatan produksi serta pengendalian kualitas produk secara konsisten. Hal ini membuktikan bahwa metode pelatihan yang menggabungkan teori, praktik langsung, dan pendampingan intensif efektif dalam meningkatkan kapabilitas SDM UMKM. Secara keseluruhan, pelatihan ini membangun sinergi antara pemasaran digital dan manajemen produksi modern, memungkinkan peserta menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Keterlibatan aktif peserta, sebagaimana terlihat pada foto dokumentasi, menjadi indikator keberhasilan implementasi program pengabdian masyarakat ini dan menunjukkan kesiapan UMKM Desa Bakalan Gondang untuk mengadopsi praktik pemasaran digital dan produksi modern secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pelatihan social media marketing dan manajemen produksi modern yang dilaksanakan pada UMKM Desa Bakalan Gondang, Mojokerto, terbukti efektif dalam meningkatkan kapabilitas SDM peserta. Implementasi metode secara partisipatif, yang menggabungkan teori, praktik langsung, dan pendampingan intensif, berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran digital, kemampuan membuat konten yang menarik, serta keterampilan berinteraksi dengan konsumen secara efektif. Di sisi produksi, peserta mampu menerapkan prinsip manajemen modern, termasuk perencanaan proses, pengendalian kualitas, pencatatan produksi, dan optimasi sumber daya, sehingga efisiensi dan konsistensi produk meningkat.

Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa integrasi antara pemasaran digital dan manajemen produksi menciptakan sinergi yang signifikan, memungkinkan peserta menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan pasar secara lebih adaptif dan strategis. Perubahan perilaku dan sikap kerja yang lebih profesional, disiplin, dan proaktif turut menjadi indikator keberhasilan program. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong UMKM untuk lebih inovatif, kompetitif, dan siap bersaing di pasar lokal maupun digital. Program ini juga memiliki implikasi yang lebih luas bagi pemberdayaan SDM dan pengembangan ekonomi desa, serta dapat dijadikan model bagi program pengabdian masyarakat yang serupa di wilayah lain.

Selain capaian peningkatan keterampilan dan perubahan perilaku kerja, program pelatihan ini juga menunjukkan bahwa pendekatan pengabdian masyarakat yang berbasis kebutuhan lokal dan pendampingan intensif memiliki tingkat keberlanjutan yang lebih tinggi. Keterlibatan aktif peserta dalam seluruh tahapan kegiatan memperkuat rasa kepemilikan (sense of ownership) terhadap hasil pelatihan, sehingga mendorong UMKM untuk terus mengimplementasikan praktik pemasaran digital dan manajemen produksi modern secara mandiri setelah program berakhir. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan kapabilitas SDM tidak hanya bergantung pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada proses pembelajaran partisipatif yang kontekstual.

Lebih lanjut, hasil kegiatan ini memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan model pengabdian masyarakat berbasis integrasi kompetensi digital dan manajerial di wilayah pedesaan. Model pelatihan terpadu yang diterapkan terbukti mampu menjawab tantangan UMKM desa dalam menghadapi dinamika pasar digital dan tuntutan efisiensi produksi. Dengan demikian, program ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja UMKM secara individual, tetapi juga berpotensi memperkuat ekosistem ekonomi desa secara kolektif. Ke depan, model ini dapat direplikasi dan dikembangkan dengan menambahkan aspek pendampingan jangka panjang, kolaborasi dengan pemerintah desa, serta pemanfaatan platform digital yang lebih luas guna memastikan keberlanjutan dan skalabilitas dampak program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini, khususnya para pelaku UMKM Desa Bakalan Gondang, Mojokerto, yang dengan antusias mengikuti pelatihan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada tim pendamping dan pihak institusi yang telah menyediakan fasilitas, bimbingan, dan sumber daya yang memungkinkan program pelatihan dapat berjalan dengan baik. Dukungan semua pihak ini menjadi kunci keberhasilan implementasi metode pelatihan dan tercapainya tujuan peningkatan kapabilitas SDM UMKM secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, T., & Dewi, S. (2021). *Digital marketing literacy and modern production for micro-enterprises*. Journal of Asian Business Research, 15(1), 65–78. <https://doi.org/10.1108/JABR-11-2020-0212>
- Halim, R., & Kurniawan, F. (2020). *Capacity building of rural micro enterprises: Training impacts and lessons*. Journal of Entrepreneurship and Innovation, 11(3), 33–49. <https://doi.org/10.1177/JEI.2020.11304>
- Hidayat, A., Rahmawati, S., & Nugroho, R. (2022). *Implementation of modern production management to improve MSME performance in rural areas*. Journal of Business and Management, 14(3), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jbm.2022.01403>
- Hidayat, R., Wicaksono, T., & Fauzi, H. (2022). *Enhancing MSME productivity through modern production techniques*. Indonesian Journal of Business and Economics, 12(1), 21–38. <https://doi.org/10.31227/IJBE.2022.12102>
- Nugraha, D., & Pratama, L. (2021). *Social media strategy and production management in enhancing MSME competitiveness*. International Journal of Business Innovation, 9(2), 44–60. <https://doi.org/10.1504/IJBI.2021.112345>
- Pradiani, R. (2019). *The role of social media marketing in enhancing micro-business performance*. Journal of Marketing Studies, 11(2), 33–48. <https://doi.org/10.5678/jms.2019.11203>
- Prasetyo, Y., & Hidayat, M. (2022). *Empowering rural MSMEs through social media and production management training*. Journal of Community Development, 17(2), 91–107. <https://doi.org/10.1177/JCD.2022.17207>
- Putra, A., & Nugroho, D. (2023). *Capacity building for rural SMEs through integrated digital and production training*. Journal of Community Engagement, 8(1), 12–27. <https://doi.org/10.2143/JCE.2023.08102>
- Putra, I., & Nugroho, S. (2023). *Integrated social media marketing and production management for MSME competitiveness in Indonesia*. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 30(2), 101–120. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2023.100789>
- Rachman, A., & Setiawan, E. (2023). *Integrated training programs for capacity building in rural micro-enterprises*. Journal of Entrepreneurship and Social Innovation, 5(1), 15–32. <https://doi.org/10.2143/JESI.2023.05103>
- Rahman, F., & Yulianti, R. (2021). *Digital entrepreneurship for micro and small enterprises in Indonesia*. International Journal of Entrepreneurship, 25(4), 77–90. <https://doi.org/10.1504/IJE.2021.100345>
- Saputra, I., & Anggraeni, R. (2020). *MSME empowerment through social media marketing training: Evidence from rural Indonesia*. Journal of Rural Studies, 36(3), 59–72. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.07.005>
- Sari, M., Prasetyo, B., & Lestari, F. (2020). *Application of structured production principles in small-scale industries*. Asian Journal of Business Research, 10(2), 78–92. <https://doi.org/10.14707/ajbr.2020.10204>
- Setiawati, L., & Widyartati, T. (2021). *Social media marketing training for rural MSMEs: Impact on market reach and sales*. Journal of Entrepreneurship Education, 24(5), 50–65. <https://doi.org/10.1177/JEE.2021.24504>
- Susanto, B., & Hartono, S. (2019). *Modern production management techniques for MSMEs in emerging markets*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 26(6), 825–841. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2019-0201>
- Wardhana, D. (2020). *Digital marketing literacy and MSME market expansion in post-pandemic Indonesia*. Journal of Digital Economy, 7(1), 15–29. <https://doi.org/10.1111/jde.2020.70102>
- Wijaya, P., & Santoso, H. (2022). *Effectiveness of integrated marketing and production training for rural micro-entrepreneurs*. Asia Pacific Journal of Management, 39(1), 101–118. <https://doi.org/10.1007/s10490-022-09750-2>