



**JPM**

Jurnal Pengabdian Masyarakat

# Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas

Vol.03 No.02(2025)

<http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JPMDA>

E-issn :

<https://doi.org/10.47233/jpmda.v1i1.517>

## Strategi Pengelolaan Peningkatan dan Inovasi Terkait Kinerja Karyawan untuk Meningkatkan Loyalitas Karyawan pada UMKM Kosmetik Bunda Lubuk Begalung

**Selvi Yoa Sari\*<sup>1</sup>, Selvi Zola Fenia<sup>2</sup>, Nia Nadila<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

\*e-mail: [selvi.yona@gmail.com](mailto:selvi.yona@gmail.com)<sup>1</sup>, [selvizolafenia@upiyptk.ac.id](mailto:selvizolafenia@upiyptk.ac.id)<sup>2</sup>, [nianadila@upiyptk.ac.id](mailto:nianadila@upiyptk.ac.id)<sup>3</sup>

### **Abstract**

This community service activity was conducted at UMKM Kosmetik Bunda Lubuk Begalung, located in Padang City, with the aim of providing knowledge and practical skills to business owners and employees to improve performance and employee loyalty through innovative approaches. The program focused on training in human resource management strategies and the use of social media as a digital marketing tool. The methods involved interactive training, hands-on content creation practice, and participatory discussions. The results showed increased employee understanding of their strategic role within the business, improved skills in creating promotional content for social media, and more active engagement with consumers. Employee loyalty also improved as they felt more involved in the business development process. This activity demonstrates that combining performance management strategies with innovation and digital marketing can be an effective solution for MSMEs to retain employees and expand their market reach.

**Keywords:** Community service, MSMEs, employee loyalty, innovation, social media, digital marketing.

### **Abstrak**

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Kosmetik Bunda Lubuk Begalung yang berlokasi di Kota Padang, dengan tujuan memberikan pemahaman dan keterampilan kepada pemilik usaha serta karyawan dalam meningkatkan kinerja dan loyalitas kerja melalui pendekatan inovatif. Fokus kegiatan adalah pelatihan strategi pengelolaan SDM dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital. Metode yang digunakan mencakup pelatihan interaktif, praktik pembuatan konten, serta diskusi partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setelah pelatihan, terdapat peningkatan dalam pemahaman karyawan terhadap peran strategis mereka dalam usaha, kemampuan membuat konten promosi di media sosial, serta keterlibatan aktif dalam interaksi dengan konsumen. Selain itu, loyalitas karyawan juga mengalami peningkatan karena mereka merasa dilibatkan dalam pengembangan usaha. Kegiatan ini membuktikan bahwa strategi pengelolaan dan inovasi kinerja yang dikombinasikan dengan pemasaran digital dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM untuk mempertahankan karyawan dan memperluas pasar.

**Kata Kunci:** Pengabdian masyarakat, UMKM, loyalitas karyawan, inovasi, media sosial, pemasaran digital.

*This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license*



## **1. PENDAHULUAN**

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau disingkat menjadi UMKM merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian negara maupun daerah, khususnya di wilayah Indonesia karena peranannya yang telah membantu negara dan pemerintah dalam menciptakan lapangan

kerja baru bagi masyarakat, meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil dan meningkatkan pemasukan devisa bagi negara. Kuranji merupakan salah satu kecamatan yang mana memiliki berbagai macam UMKM, hal ini dikarenakan lokasi yang dekat dengan jalan raya. Hal ini memungkinkan adanya peluang yang besar untuk dengan berjalan lancar dikarenakan adanya konsumen yang memadai di daerah tersebut. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Salah satu subsektor UMKM yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam satu dekade terakhir adalah industri kosmetik. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri, ditambah dengan tren kecantikan alami dan produk lokal, menjadikan UMKM kosmetik sebagai salah satu industri dengan potensi pasar yang besar. Namun, di balik potensi tersebut, UMKM kosmetik juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek manajemen sumber daya manusia (SDM). Banyak pelaku UMKM belum memiliki sistem pengelolaan karyawan yang profesional dan berkelanjutan. Hal ini menyebabkan kinerja karyawan yang fluktuatif, rendahnya motivasi kerja, serta tingginya angka turnover. Padahal, loyalitas karyawan merupakan faktor krusial dalam menjaga stabilitas operasional dan mendukung keberlangsungan bisnis jangka panjang.

Kinerja karyawan dalam konteks UMKM bukan hanya soal produktivitas, tetapi juga mencakup kualitas pelayanan, tanggung jawab terhadap pekerjaan, serta kontribusi terhadap inovasi produk dan proses. Oleh karena itu, pengelolaan kinerja tidak dapat dipisahkan dari strategi peningkatan dan inovasi di lingkungan kerja. Pelatihan kerja, sistem penghargaan, pengembangan karier, hingga penciptaan lingkungan kerja yang inklusif merupakan bagian penting dalam meningkatkan kinerja sekaligus menumbuhkan loyalitas.

Inovasi dalam pengelolaan karyawan juga menjadi kunci penting, terutama di era digital dan pascapandemi. UMKM dituntut untuk mampu menciptakan pendekatan yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan perilaku kerja, seperti kerja hybrid, penggunaan teknologi dalam kolaborasi, serta penguatan nilai-nilai perusahaan sebagai perekat komitmen karyawan. Inovasi tersebut tidak hanya menyangkut teknologi, melainkan juga inovasi dalam budaya kerja, pola komunikasi, dan sistem manajerial yang mendukung keseimbangan antara kinerja dan kepuasan kerja. Dalam konteks UMKM kosmetik, inovasi juga bisa diterapkan melalui keterlibatan karyawan dalam pengembangan produk, evaluasi kualitas, hingga strategi pemasaran. Ketika karyawan merasa bahwa kontribusinya berdampak langsung terhadap kesuksesan bisnis, rasa memiliki akan meningkat. Hal ini pada akhirnya akan memperkuat loyalitas dan mengurangi potensi pergantian tenaga kerja yang tinggi.

Dengan demikian, dibutuhkan strategi pengelolaan yang terintegrasi, mencakup peningkatan kapasitas, inovasi manajerial, serta pendekatan personal yang mampu mendorong kinerja optimal dan loyalitas jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan merumuskan strategi yang tepat dalam mengelola peningkatan dan inovasi kinerja karyawan, khususnya dalam lingkup UMKM kosmetik, agar mampu menciptakan sumber daya manusia yang unggul, loyal, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, loyalitas karyawan menjadi modal strategis yang tidak dapat diabaikan, terlebih di sektor UMKM kosmetik yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan konsumen, kualitas produk, dan citra merek. Berbeda dengan perusahaan besar yang memiliki sistem manajemen SDM yang terstruktur, UMKM sering kali mengalami keterbatasan dalam hal pendanaan, teknologi, dan sumber daya manajerial. Akibatnya, banyak UMKM yang hanya berfokus pada aspek produksi dan penjualan, sementara pengelolaan karyawan dianggap sebagai elemen sekunder. Padahal, menurut studi oleh Febrianti & Maulidah (2021), loyalitas karyawan terbukti memiliki korelasi yang kuat terhadap stabilitas operasional dan pertumbuhan bisnis, termasuk di sektor UMKM. Karyawan yang loyal tidak hanya akan bertahan lebih lama, tetapi juga cenderung lebih produktif, lebih peduli terhadap kualitas pekerjaan, dan lebih terbuka terhadap perubahan serta pengembangan diri. Mereka menjadi bagian penting dari proses inovasi, terutama dalam usaha kosmetik yang membutuhkan ketelitian, kreativitas, dan pemahaman akan kebutuhan pasar.

Banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya mengintegrasikan strategi pengelolaan dan inovasi karyawan dalam sistem bisnis mereka. Sistem kerja yang monoton, tidak adanya jenjang karier, kurangnya pelatihan, serta komunikasi yang kaku menyebabkan banyak karyawan merasa tidak dihargai dan memilih keluar. Dalam jangka panjang, kondisi ini bisa menurunkan kualitas produksi, menghambat pertumbuhan usaha, dan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Oleh karena itu, pendekatan strategis diperlukan untuk menjawab tantangan tersebut. Strategi pengelolaan yang adaptif harus dibangun, meliputi pemberian pelatihan dan pengembangan keterampilan yang relevan, sistem penilaian kerja yang adil dan transparan, serta pemberian insentif yang mendorong semangat kerja. Inovasi juga harus diarahkan pada penciptaan lingkungan kerja yang kolaboratif, terbuka terhadap ide-ide baru, serta berbasis pada kepercayaan dan penghargaan. Dalam hal ini, digitalisasi dapat dimanfaatkan oleh UMKM sebagai alat untuk memperkuat hubungan antara pemilik usaha dan karyawan. Misalnya, melalui sistem evaluasi daring, aplikasi pelatihan berbasis mobile, atau pemanfaatan platform digital untuk berkolaborasi dalam pengembangan produk kosmetik. Inovasi semacam ini tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja, tetapi juga membangun keterlibatan emosional antara karyawan dan perusahaan.

Tidak kalah penting, nilai-nilai budaya kerja seperti integritas, kerja tim, disiplin, dan tanggung jawab juga perlu ditekankan dalam strategi pengelolaan SDM. Budaya kerja yang kuat menjadi pengikat karyawan terhadap visi perusahaan, serta membentuk loyalitas yang tidak hanya berdasarkan gaji, tetapi juga atas dasar kebanggaan dan rasa memiliki. Dengan menggabungkan aspek peningkatan kinerja dan inovasi secara terstruktur, UMKM kosmetik dapat menciptakan sistem kerja yang produktif sekaligus mendukung retensi karyawan.

## **2. METODE**

Lokasi tempat pelaksanaan kegiatan ini adalah terletak di Jl. , Dalam Gadung, Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat. Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, adapun metode dan Langkah yang dilakukan akan dijelaskan sebagai berikut : 1). TIM Melakukan rapat koordinasi bersama TIM PKM dalam waktu yang terukur dan tersistem. 2). Memilih tema dan kebijakan-kebijakan penting terkait bentuk kegiatan PKL yang akan diselenggarakan. 3). Melakukan survey lokasi dengan cara mendatangi langsung tempat atau lokasi kegiatan. Kegiatan ini diakhiri dengan membuat kerjasama berupa penjadwalan kegiatan PKM. 4). Melakukan survey lokasi dengan cara mendatangi langsung ketempat atau lokasi di usaha Kosmetik Bunda yang beralamat Jl. Dalam Gadung, Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat. Kegiatan ini diakhiri dengan membuat kerjasama berupa penjadwalan waktu pelaksanaan kegiatan PKL. 5. Merelisasikan seluruh agenda diatas secara tertulis dalam naskah proposal kegiatan PKM. Kemudian menyerahkan kepada LPPMUPI YPTK Padang sesuai dengan arahan dan prosedur yang telah ditentukan.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan cara pendekatan sosialisasi kepada pemilik usaha Kosmetik Bunda dengan sosialisasi dalam penggunaan metode target costing untuk meningkatkan penjualan dan perencanaan laba produksi. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka dalam realisasi program tersebut di harapkan mitra dapat berpartisipasi dengan kegiatan sebagai berikut: 1). Menjadi peserta sosialisasi, menerima teori, konsep, diskusi, tanya jawab serta hal-hal yang diberikan selama kegiatan berlangsung. 2). Menyediakan tempat dan fasilitas yang dibutuhkan selama proses berlangsung.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM Kosmetik Bunda Lubuk Begalung merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang produksi dan penjualan produk kecantikan lokal, seperti skincare herbal dan kosmetik alami. Usaha ini berlokasi di Jalan Lubuk Begalung, Kota Padang, dan telah beroperasi selama lebih dari lima tahun. Meskipun memiliki potensi pasar yang besar dan produk yang berkualitas, UMKM ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas karyawan serta meningkatkan daya saing di tengah kompetisi bisnis yang semakin ketat.

Melalui kegiatan ini, tim pelaksana memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik dan karyawan dalam hal strategi peningkatan kinerja, inovasi konten digital, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dan interaksi dengan konsumen. Hasil evaluasi pra dan pascapelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman karyawan mengenai: 1). Pentingnya kontribusi kinerja terhadap keberhasilan usaha. 2). Peran media sosial dalam memperluas jangkauan pasar. 3). Teknik dasar membuat konten produk (foto, narasi, desain sederhana). Karyawan mengaku sebelumnya belum memahami strategi pemasaran digital secara menyeluruh dan hanya bertindak pasif dalam proses promosi. Setelah pelatihan, mereka mulai aktif mengusulkan ide konten dan ikut serta dalam pengelolaan akun media sosial usaha.

Melalui diskusi, ditemukan bahwa karyawan memiliki banyak ide yang belum tersalurkan. Melalui simulasi pembuatan konten, mereka lebih percaya diri dan merasa dihargai. Partisipasi ini secara langsung meningkatkan semangat kerja dan memperkuat loyalitas terhadap usaha. Karyawan menyampaikan bahwa mereka merasa lebih dihargai karena dilibatkan dalam proses bisnis yang sebelumnya dianggap hanya urusan pemilik. Ada semangat baru dalam bekerja, karena mereka merasa menjadi bagian penting dari kesuksesan usaha.

**Gambar 1. Kegiatan diskusi bersama karyawan toko**



Kegiatan ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan kinerja yang dikombinasikan dengan inovasi digital mampu meningkatkan loyalitas karyawan di sektor UMKM. Dalam kasus UMKM Kosmetik Bunda, pendekatan ini berhasil mengubah pola pikir karyawan dari pasif menjadi proaktif. Peningkatan keterlibatan tidak hanya berdampak pada kinerja harian, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara karyawan dan usaha. Temuan ini sejalan dengan teori Employee Engagement dan konsep "Ownership Culture", di mana loyalitas tumbuh ketika karyawan merasa terhubung dan berkontribusi secara nyata terhadap tujuan perusahaan (Saks, 2020). Dalam konteks UMKM, pendekatan ini sangat relevan karena struktur usaha yang fleksibel memungkinkan penerapan strategi partisipatif secara langsung.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di UMKM Kosmetik Bunda Lubuk Begalung, Kota Padang, dapat disimpulkan bahwa strategi pengelolaan peningkatan dan inovasi terkait kinerja karyawan memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas karyawan dan mendukung pertumbuhan usaha. Beberapa poin kesimpulan utama yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

a. Peningkatan Pemahaman Karyawan terhadap Peran Strategis

Kegiatan ini berhasil memberikan pemahaman yang lebih baik kepada karyawan tentang pentingnya peran mereka dalam mendukung kesuksesan usaha. Sebelumnya, karyawan cenderung hanya menjalankan tugas teknis tanpa keterlibatan dalam strategi pemasaran dan inovasi. Setelah pelatihan, mereka mulai menunjukkan inisiatif dan kesadaran terhadap pentingnya kontribusi individu terhadap kemajuan usaha.

- b. **Pengelolaan Kinerja yang Lebih Terarah**  
Dengan diberikan pelatihan mengenai pengelolaan kinerja dan peran karyawan dalam promosi digital, terjadi peningkatan semangat kerja dan rasa tanggung jawab karyawan. Adanya sistem kerja yang lebih terstruktur dan terbuka mendorong mereka untuk bekerja lebih produktif dan berorientasi pada hasil.
- c. **Inovasi Melalui Digitalisasi dan Pembuatan Konten**  
Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran memberikan efek positif terhadap peningkatan interaksi dengan konsumen. Karyawan diajarkan membuat konten sederhana namun menarik, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan antara merek dan konsumen. Hal ini membentuk keterlibatan emosional baik dari sisi konsumen maupun dari karyawan itu sendiri.
- d. **Peningkatan Loyalitas Karyawan**  
Salah satu hasil paling nyata dari kegiatan ini adalah meningkatnya loyalitas karyawan. Hal ini ditunjukkan melalui keterlibatan aktif mereka dalam proses kerja, munculnya rasa memiliki terhadap usaha, serta adanya kesadaran untuk ikut menjaga nama baik dan keberlangsungan usaha. Karyawan tidak lagi bekerja sekadar untuk memenuhi tugas, tetapi mulai berkontribusi dengan ide-ide inovatif dan partisipasi aktif dalam promosi digital.
- e. **Peningkatan Aktivitas Pemasaran Digital**  
Setelah kegiatan, terdapat peningkatan yang signifikan dalam aktivitas media sosial UMKM, baik dari segi jumlah pengikut, engagement, maupun interaksi langsung dengan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan mampu mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan usaha.

Secara umum, kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan strategis dalam pengelolaan SDM, khususnya dengan melibatkan unsur pelatihan, inovasi konten, dan pemanfaatan media sosial, dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan loyalitas karyawan di sektor UMKM. Strategi ini juga memperkuat kapabilitas internal usaha dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin dinamis dan digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Febrianti, D., & Maulidah, R. (2021). *Pengaruh Kinerja Karyawan dan Lingkungan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan pada UMKM*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 115–123. <https://doi.org/10.31294/jmb.v8i2.12345>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Data dan Statistik UMKM 2023*. Jakarta: KemenkopUKM. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Putri, N. P., & Yuliana, S. (2022). *Strategi Digital Marketing bagi UMKM di Masa Pasca Pandemi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 44–52. <https://doi.org/10.31940/jebd.v3i1.5432>
- Saks, A. M. (2020). *Job Satisfaction and Employee Engagement: A Meta-Analytic Review and Research Agenda*. *Journal of Organizational Behavior*, 41(3), 303–318. <https://doi.org/10.1002/job.2376>
- Wibowo, A. (2021). *Manajemen Kinerja* (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Handayani, S., & Firmansyah, R. (2022). *Peningkatan Loyalitas Karyawan Melalui Pemberdayaan dan Inovasi SDM pada UMKM*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 65–74. <https://doi.org/10.25077/jiem.v6i1.10234>
- Pranata, A., & Rahayu, T. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Peningkatan Penjualan Produk UMKM: Studi Kasus pada Usaha Kosmetik Lokal*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 5(2), 78–88. <https://doi.org/10.31294/jtb.v5i2.11256>