

Optimalisasi Kompetensi SDM dan Strategi Marketing Kreatif guna Mewujudkan Financial Stability pada UKM HF Gold Serang Banten

Sasmita Sari Ardaninggar¹, Vivi Iswanti Nursyirwan²

Universitas Pamulang, Indonesia

dosen01532@unpam.ac.id¹, dosen02226@unpam.ac.id²

Submitted: 26th April 2026 | **Edited:** 30th June 2026 | **Issued:** 01st July 2026

Cited on: Ardaninggar, S. S., & Nursyirwan, V. I. (2026). Optimalisasi Kompetensi SDM dan Strategi Marketing Kreatif guna Mewujudkan Financial Stability pada UKM HF Gold Serang Banten. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 6(2), 627-634.

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) play a crucial role in supporting Indonesia's economic growth. However, most SMEs still operate on a micro scale and face various challenges, including limited human resource competencies, uneven digital adoption, restricted market reach, and inadequate financial management practices. These challenges were also experienced by HF Gold Serang, a community-based precious metal trading business operating under Islamic principles, which affected its financial stability. To address these issues, a Community Service Program (PKM) was conducted by a team of three lecturers and students from the Undergraduate Accounting Program of Universitas Pamulang. The activity was held online via Zoom on May 16, 2026, involving 15 participants from the HF Gold Serang community. The program employed a participatory, practical, and sustainable approach based on the concepts of capacity building and learning by doing. The implementation included presentations, discussions, case studies, simulations, and mentoring activities. The training focused on three main aspects: optimizing six essential human resource competencies, implementing creative Marketing 5.0 strategies through digital technology, and strengthening financial stability through proper bookkeeping and financial discipline. Evaluation was conducted using pre-tests and post-tests, which indicated an improvement in participants' theoretical understanding of the topics discussed. To ensure sustainable outcomes, follow-up mentoring is recommended to support the practical implementation of the knowledge and skills acquired during the program.

Keywords: Human Resource Competency, Creative Marketing, Financial Stability, SMEs, Community Service Program

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai sekitar 66,2 juta unit usaha dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2025). Selain itu, sektor ini mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI,

2025). Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa UKM memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional, terutama di tengah tantangan inflasi, disrupsi teknologi, dan ketidakpastian ekonomi.

Meskipun demikian, sebagian besar UKM di Indonesia masih berada pada skala mikro, yaitu sekitar 99,71% dari total UMKM yang tercatat (Muhamad A., M. Rizan, 2025). Kondisi tersebut menyebabkan banyak pelaku usaha menghadapi keterbatasan dalam pengembangan kapasitas usaha, adaptasi teknologi, pemasaran, serta pengelolaan keuangan. Tantangan serupa juga ditemui pada UKM di Kota Serang, Provinsi Banten. Perkembangan UKM di wilayah ini menunjukkan tren positif seiring meningkatnya aktivitas ekonomi daerah. Tercatat sekitar 100.000 unit UKM di Kabupaten Serang dan Kota Serang yang turut mendorong Serang masuk dalam tiga besar Indeks Daya Saing Daerah Provinsi Banten tahun 2025 (Pemerintah Kota Serang, 2026). Posisi geografis yang strategis sebagai penghubung Pulau Jawa dan Sumatra juga memberikan peluang besar bagi perkembangan usaha di wilayah ini (Kompas, 2026). Bahkan, sektor UKM mampu memberikan kontribusi investasi daerah hingga mencapai Rp7 triliun (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, 2026).

Salah satu komunitas usaha yang berkembang di Kota Serang adalah HF Gold Serang, yaitu komunitas usaha yang bergerak dalam perdagangan logam mulia berbasis syariah dan merupakan bagian dari jaringan HF Gold Puzzle. Berdasarkan hasil survei awal dan diskusi dengan mitra, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat perkembangan usaha. Pertama, kualitas sumber daya manusia (SDM) anggota komunitas masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam penguasaan keterampilan digital, komunikasi bisnis, kreativitas, pelayanan pelanggan, pemecahan masalah, dan literasi keuangan. Padahal, kualitas SDM menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan persaingan usaha (Paroli, 2025).

Kedua, dari aspek pemasaran, sebagian anggota komunitas belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar. Padahal, perkembangan teknologi telah menggeser pendekatan pemasaran konvensional menuju konsep Marketing 5.0 yang mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran (Olanda et al., 2025). Rendahnya pemanfaatan strategi pemasaran kreatif menyebabkan visibilitas produk dan daya tarik promosi masih terbatas. Kondisi ini

berpotensi mengurangi daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, strategi marketing kreatif menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan daya tarik produk, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan loyalitas konsumen (Syaqinah Ujung, Graciela Br Sembiring, 2023).

Ketiga, dari aspek keuangan, sebagian anggota komunitas masih melakukan pengelolaan keuangan secara sederhana dan belum sepenuhnya memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Kondisi tersebut berpotensi mengganggu stabilitas keuangan usaha dan menyulitkan proses pengambilan keputusan bisnis (Aribawa, 2019). Padahal, pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu UKM mengoptimalkan sumber daya, mengurangi risiko kerugian, serta meningkatkan kemampuan menghadapi ketidakpastian ekonomi (Nurjanna et al., 2025). Stabilitas keuangan yang baik juga dapat meningkatkan peluang UKM dalam memperoleh akses pendanaan dari lembaga keuangan formal (Narsa et al., 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang merancang program pemberdayaan yang berfokus pada optimalisasi kompetensi SDM, penguatan strategi marketing kreatif berbasis Marketing 5.0, serta peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan untuk mewujudkan financial stability. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas anggota HF Gold Serang dalam mengelola usaha secara lebih profesional, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada tanggal 16 Mei 2026 dengan mitra kegiatan yaitu HF Gold Serang, sebuah komunitas usaha yang bergerak di bidang perdagangan logam mulia berbasis syariah. HF Gold Serang berdiri sejak tahun 2023 dan merupakan bagian dari HF Gold Puzzle yang dikenal sebagai pelopor sistem Cash on Delivery (COD) emas Antam melalui konsep Gold Delivery System. Kegiatan ini dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom dengan melibatkan 15 peserta yang merupakan anggota komunitas HF Gold Serang yang berasal dari wilayah Kabupaten Serang dan Kota Serang. Adapun pelaksana kegiatan terdiri atas 3 orang akademisi Universitas Pamulang yang berasal dari Program Studi Akuntansi S1, yang terdiri dari dosen dan mahasiswa.

Pelaksanaan kegiatan PKM dirancang menggunakan pendekatan partisipatif, aplikatif, dan berkelanjutan. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga menghasilkan dampak nyata bagi mitra. Metode pelaksanaan mengacu pada konsep capacity building dan community empowerment, yaitu upaya peningkatan kapasitas individu dan kelompok melalui proses pembelajaran yang sistematis, terarah, dan berorientasi pada praktik. Selain itu, pendekatan learning by doing diterapkan agar peserta dapat langsung mengimplementasikan materi yang diperoleh dalam kegiatan usahanya.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu: (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan inti, (3) tahap monitoring dan evaluasi, serta (4) tahap pelaporan. Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan survei awal dan identifikasi kebutuhan mitra untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi, khususnya terkait pengembangan sumber daya manusia, strategi pemasaran kreatif, dan pengelolaan keuangan usaha. Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan pihak mitra terkait waktu pelaksanaan, media kegiatan, serta kebutuhan teknis pendukung.

Tahap pelaksanaan inti dilakukan melalui kegiatan pemaparan materi, diskusi, studi kasus, dan simulasi. Materi disampaikan oleh tim dosen yang berperan sebagai narasumber dan memiliki pengalaman sebagai akademisi sekaligus praktisi sesuai dengan topik yang dibahas. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan menganalisis berbagai kasus yang relevan dengan kondisi usaha mereka. Selain itu, tim pelaksana juga memberikan pendampingan selama kurang lebih dua minggu melalui media komunikasi digital untuk membantu peserta mengimplementasikan materi yang telah diperoleh.

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan serta tingkat pencapaian tujuan program. Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Selain itu, observasi langsung terhadap partisipasi peserta selama kegiatan juga dilakukan sebagai bentuk evaluasi kualitatif. Tahap terakhir adalah penyusunan laporan kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan PKM kepada Universitas Pamulang sekaligus dokumentasi hasil kegiatan yang telah dilaksanakan.

PEMBAHASAN

Kegiatan PKM yang dilakukan oleh akademisi Universitas Pamulang diawali dengan tahap persiapan yang merupakan tahap paling penting dan sebagai penentu tahapan-tahapan berikutnya. Tim pelaksana, khususnya dosen menghubungi beberapa calon mitra UKM Serang yang berkenan untuk bersama-sama melaksanakan kegiatan PKM. HF Gold Serang bersedia menjadi mitra PKM dan memberikan gambaran situasi terkait kebutuhan dan permasalahan yang sedang dihadapi untuk tim dosen rancang solusinya. Adapun kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pihak mitra adalah terkait optimalisasi kompetensi SDM dan strategi marketing guna mewujudkan financial stability. Setelah disepakati, tim dosen mulai membuat proposal yang diajukan kepada pihak universitas untuk dapat persetujuan melaksanakan kegiatan PKM. Tidak hanya itu tim dosen dan mitra menyepakati kapan dan dimana kegiatan PKM dilakukan dan hasilnya adalah tanggal 16 Mei 2026 dan pukul 09.00 kegiatan akan dilaksanakan. Untuk tempat pelaksanaan yang semula akan dilaksanakan secara tatap muka harus berubah metode menjadi via daring yaitu zoom.

Selanjutnya tahap pelaksanaan inti dilakukan dimana mahasiswa menjadi pembawa acara yang akan memimpin dan memandu kegiatan selama kurang lebih dua jam. Dari pihak mitra terdapat 15 peserta yang menghadiri kegiatan ini yang terdiri dari komunitas HF Gold Serang. Kegiatan dibuka dengan sambutan dari Ketua Pelaksana dan kepala HF Gold Serang lalu dilanjutkan dengan memberi kesempatan peserta untuk melakukan pre-test terkait topik. Setelah sesi evaluasi awal, berikutnya dilanjutkan dengan pemberian materi oleh narasumber yang merupakan bagian dari tim pelaksana. Narasumber merupakan akademisi dan juga praktisi yang memiliki beberapa bisnis sehingga materi menjadi lebih relevan. Materi pertama membahas mengenai Optimalisasi kompetensi SDM, dimana enam keahlian harus dikuasai jika ingin menciptakan SDM yang unggul. Keahlian tersebut adalah digital skill, komunikasi, kreativitas dan inovasi, problem solving, pelayanan pelanggan, dan financial literacy. SDM yang unggul dan kompeten akan menjadikan UKM lebih produktif, inovatif dan mampu bersaing di era digitalisasi.

Materi kedua membahas mengenai strategi marketing kreatif. Di era digitalisasi penerapan marketing 2.0 sudah tidak lagi relevan tetapi marketing 5.0 lah yang dapat diterapkan sesuai dengan perkembangan teknologi dimana pengusaha dituntut lebih kreatif dalam merancang strategi pemasarannya dengan melibatkan teknologi. Marketing

kreatif harus mampu menerapkan enam strategi seperti storytelling, konten video pendek, branding aesthetic, testimoni pelanggan, live selling, dan affiliate marketing jika ingin bersaing dengan kompetitor baik nasional maupun internasional. Generasi sekarang ini sudah tidak relevan dengan strategi yang sifatnya tradisional, mereka terbiasa dengan teknologi sehingga pengusaha harus kreatif dengan mengadaptasi kondisi yang ada. Materi terakhir yang disampaikan mengenai financial stability dimana UKM yang sehat adalah yang memiliki pencatatan keuangan yang rapi artinya terpisah dengan pengeluaran pribadi, arus kas yang positif, profit yang stabil, ketersediaan dana darurat, dan biaya yang terkendali. Narasumber menyatakan jika UKM memiliki SDM yang kompeten mampu menjalankan strategi marketing yang tepat sehingga meningkatkan penjualan dan menciptakan keuangan yang stabil.

Selain penyampain materi juga terdapat diskusi, studi kasus, dan simulasi melalui sesi tanya jawab. Pada sesi ini terlihat peserta sangat antusias dilihat dari banyaknya peserta yang ingin bertanya. Narasumber memperkenalkan 2 peserta untuk mengajukan pertanyaan. Pertanyaan pertama terkait apakah UKM perlu melakukan investasi mengingat iklim bisnis yang sedang lesu agar mampu menunjang perputaran bisnis. Dari pertanyaan tersebut solusi yang diberikan oleh dosen selaku narasumber adalah UKM saat ini harus melakukan diversifikasi usaha tidak hanya menjalankan core business-lakukan diversifikasi usaha tidak hanya menjalankan core business-nya saja tapi melakukan investasi di instrumen yang paling aman seperti obligasi. Selain itu UKM bisa melakukan saving dalam bentuk logam mulia untuk mengamankan nilai uang mengingat inflasi yang semakin meningkat. Upaya ini merupakan bentuk upaya menjaga stabilitas UKM. Pertanyaan berikutnya terkait menciptakan konten yang menarik agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Adapun solusi yang diberikan adalah buatlah konten yang relevan dengan kondisi yang dialami konsumen saat ini, kemas dalam bentuk storytelling baik dalam bentuk video ataupun tulisan. Lakukan secara rutin dan konsisten, serta jangan terburu-buru mengejar perolehan viewer yang banyak, nikmati prosesnya. Narasumber juga mensimulasikan dengan memperlihatkan cara membuat konten storytelling berdasarkan konten yang pernah dibuatnya.

Tahapan berikutnya dilakukan monitoring dan evaluasi, dimana peserta diperkenalkan untuk mengisi post-test yang telah disediakan. Seperti halnya pre-test, post-test dilakukan secara serentak dengan batasan waktu tertentu. Uji yang dilakukan

baik sebelum maupun sesudah materi ini bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecepatan peserta menjawab pertanyaan terkait topik. Dari hasil pre-test dan post-test yang dikerjakan oleh peserta, terlihat peserta memiliki pemahaman teoritis terkait materi, akan tetapi dalam hal kecepatan menjawab terjadi keberagaman dimana tidak semua peserta mampu menjawab dengan cepat sehingga score yang diperoleh berbeda antara satu peserta ke peserta lainnya.

Tabel 1. Hasil *post-test* 5 Peserta Terbaik

No	Peserta	Skor Post Test
1	N	6900
2	R	6900
3	H	6700
4	RD	6600
5	D	6150

Sumber: Data PKM, 2026

Evaluasi tambahan, tim pelaksana perlu mengadakan kegiatan lanjutan berupa pendampingan untuk mengetahui sejauh mana peserta mampu mengimplementasikan teori yang dipahaminya ke dalam realita usahanya. Selanjutnya adalah tahapan akhir yaitu pelaporan atas pelaksanaan kegiatan PKM kepada pihak Universitas sebagai bentuk pertanggungjawaban tim dosen sebagai pelaksana PKM.

KESIMPULAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran vital sebagai tulang punggung ekonomi nasional, namun mayoritas masih berskala mikro dan menghadapi kendala terkait kualitas sumber daya manusia (SDM), pemasaran yang belum merata, serta pengelolaan keuangan tradisional. Untuk mengatasi masalah tersebut pada mitra HF Gold Serang, akademisi Universitas Pamulang merancang kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menggunakan metode pendekatan partisipatif, aplikatif, berkelanjutan, serta berbasis konsep *capacity building* dan *learning by doing*. Berdasarkan pembahasan, program ini berfokus pada pemberian materi strategis untuk mewujudkan *financial stability*, yang meliputi optimalisasi enam keahlian utama SDM (seperti *digital skill* dan *financial literacy*), penerapan strategi marketing 5.0 kreatif berbasis teknologi (seperti *storytelling* dan video pendek), hingga pengelolaan keuangan usaha yang sehat dan terpisah dari pengeluaran pribadi. Melalui sesi diskusi, simulasi, serta pengisian *pre-test* dan *post-test*, para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dan pemahaman teoritis yang baik terkait materi yang disampaikan. UKM diharapkan

mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing di era digital guna mengamankan stabilitas bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aribawa, D. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.
- Banten, F. (2026). *Sektor UMKM Dominan, Realisasi Investasi Kota Serang Sepanjang 2025 Tembus Rp7 Triliun*. <https://faktabanten.co.id/serang/sektor-umkm-dominan-realisasi-investasi-kota-serang-sepanjang-2025-tembus-rp7-triliun/>
- Bidang, K. K. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas Tingkatkan Kontribusi Terhadap Ekspor Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kompas. (2026). *Menjaga Denyut Logistik di Ujung Barat Jawa, Pelabuhan Ciwandan Jadi Jantung Ekonomi Tanah Jawa*. <https://regional.kompas.com/read/2026/05/29/142327878/menjaga-denyut-logistik-di-ujung-barat-jawa-pelabuhan-ciwandan-jadi-jantung>
- Muhamad A., M. Rizan, I. F. (2025). Journal of Social and Economics Research. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2)(1), 123–138.
- Narsa, I. M., Widodo, A., & Kurnianto, S. (2022). Mengungkap kesiapan UMKM dalam implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) untuk meningkatkan akses modal perbankan. *Majalah Ekonomi*, 22(3), 204–214.
- Nurjanna, N., Latif, A. A., Siradjuddin, S., Idris, H., & Oktaviah, N. (2025). Strengthening Financial Stability through Cash Control Training for MSMEs Managers in the Automotive Service Sector. *Jurnal Sipakatau: Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2, 173–178. <https://doi.org/10.61220/jsipakatau.v2i4.2524>
- Olanda, A., Perdana, A. W., Huzein, I., Gassama, A., Jabbi, E., & Bachtiar, A. (2025). Strategi Pemasaran 5.0: Analisis Pengaruh Prediksi, Konteks, dan Augmented Reality terhadap Kinerja Pemasaran. *Economic Reviews Journal*, 4(1), 148–158. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i1.618>
- Paroli Optimalisasi Kompetensi Manajemen SDM bagi Pelaku Usaha Desa Rancasalak untuk Meningkatkan Daya Saing, P., Paroli, P., & Kunci, K. (2025). *Optimalisasi Kompetensi Manajemen SDM bagi Pelaku Usaha Desa Rancasalak untuk Meningkatkan Daya Saing Lokal INFORMASI ARTIKEL A B S T R A K*. 6(1), 2025.
- Serang, P. K. (2026). *Lewati Kota Industri Terdekat*. <https://serangkota.go.id/detailpost/lewati-kota-industri-terdekat-kota-serang-masuk-tiga-besar-idsd-2025-di-banten>
- Syaqinah Ujung, Graciela Br Sembiring, K. E. T. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Dalam Era Digital Di Kota Medan. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 8(3), 94–101.
- UKM, K. K. dan. (2025). *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia. UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap 97% tenaga kerja*. Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia. UMKM menyumbang lebih dari 60%25 PDB dan menyerap 97%25 tenaga kerja.