



Pemberdayaan UMKM Oemah Anglo melalui Implementasi Diversifikasi Usaha, Green Human Resource Management, dan Pemasaran Digital menuju Usaha Berkelanjutan

Empowering Oemah Anglo MSMEs through Business Diversification, Green Human Resource Management, and Digital Marketing for Sustainable Business Development

Indra Hastuti^{1*}, Indah Wahyu Utami², Martha Ardiyanto³

¹Prodi.Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

²Prodi.Teknik Industri, Fakultas Saint dan Teknologi Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

³Prodi.Sistem Informasi ,Fakultas Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Penulis Korespondensi: indra_hastuti@udb.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 22 Juni 2026;

Revisi: 24 Juli 2026;

Diterima: 27 Agustus 2026;

Terbit: 01 September 2026

Keywords:

Business
Diversification; Business
Sustainability; Digital
Marketing; Entrepreneurship;
MSMEs

Abstract: This Community Service Program (PKM) aimed to empower Oemah Anglo Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) in Surakarta City through business diversification, Green Human Resource Management (Green HRM), and digital marketing strategies to improve competitiveness, operational efficiency, and business sustainability. Oemah Anglo, a traditional Javanese food enterprise, faces challenges including limited product innovation, low adoption of environmentally friendly production practices, and suboptimal utilization of digital marketing platforms. This program supports the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 8 (Decent Work and Economic Growth), SDG 9 (Industry, Innovation, and Infrastructure), and SDG 12 (Responsible Consumption and Production), while contributing to higher education performance indicators through research-based community engagement. The implementation methods included socialization, needs assessment, product diversification training, Green HRM training, digital marketing training through social media and online marketplaces, mentoring, and evaluation. The results showed increased participant knowledge and skills in developing innovative products, implementing sustainable production practices, and utilizing digital platforms to expand market access. The program also strengthened managerial capabilities and improved MSME competitiveness in responding to market changes. This initiative contributes to local economic empowerment by optimizing MSME potential and supporting sustainable, innovation-based economic development.

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Oemah Anglo di Kota Surakarta melalui diversifikasi usaha, *Green Human Resource Management* (Green HRM), dan strategi pemasaran digital guna meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha. Oemah Anglo, sebuah usaha kuliner tradisional Jawa, menghadapi berbagai tantangan seperti terbatasnya inovasi produk, rendahnya penerapan praktik produksi ramah lingkungan, serta pemanfaatan platform pemasaran digital yang belum optimal. Program ini mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur), serta SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), sekaligus berkontribusi pada indikator kinerja perguruan tinggi melalui pengabdian masyarakat berbasis penelitian. Metode pelaksanaan program mencakup sosialisasi, analisis kebutuhan, pelatihan diversifikasi produk, pelatihan *Green HRM*, pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace* daring, pendampingan, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengembangkan produk inovatif, menerapkan praktik produksi berkelanjutan, serta memanfaatkan platform digital untuk memperluas akses pasar. Program ini juga memperkuat kemampuan manajerial dan meningkatkan daya saing UMKM dalam merespons perubahan pasar. Inisiatif ini berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal dengan mengoptimalkan potensi UMKM serta mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berbasis inovasi.

Kata Kunci: Digital Marketing; Keberlanjutan Usaha; Diversifikasi Usaha; UMKM; Wirausaha

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi daerah. Di Kota Surakarta, sektor UMKM kuliner berkembang seiring dengan potensi budaya dan pariwisata yang menjadikan makanan tradisional sebagai salah satu produk unggulan daerah. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas UMKM kuliner menjadi bagian penting dalam mendukung daya saing dan keberlanjutan ekonomi lokal.

Salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah **UMKM Oemah Anglo** yang berlokasi di Kelurahan Sumber, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta. Sejak berdiri pada tahun 2019, Oemah Anglo memproduksi berbagai kuliner tradisional Jawa, seperti jadah, wajik, carang gesing, nasi tumpeng, nasi kuning, ayam goreng, dan aneka lauk tradisional. Produk tersebut telah memiliki pelanggan tetap dengan omzet rata-rata sekitar Rp15.000.000 per bulan. Meskipun demikian, usaha ini masih menghadapi berbagai kendala dalam aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran sehingga potensi usahanya belum berkembang secara optimal.

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi masih dilakukan secara semi-manual dengan keterbatasan peralatan, belum tersedia standar operasional prosedur (SOP), serta belum diterapkan sistem pengendalian mutu yang konsisten. Selain itu, pengelolaan usaha masih bersifat sederhana, pencatatan keuangan belum terpisah antara keuangan usaha dan rumah tangga, sedangkan strategi pemasaran masih mengandalkan penjualan langsung dan media sosial pribadi sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Kondisi tersebut menghambat peningkatan produktivitas, efisiensi usaha, dan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa **diversifikasi usaha**, **penerapan Green Human Resource Management (Green HRM)**, dan **pemasaran digital** merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing serta keberlanjutan UMKM. Green HRM mampu membangun budaya kerja yang lebih efisien, ramah lingkungan, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha, sedangkan digital marketing terbukti memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan UMKM. ([Life Sci Fi Journal](#))

Berdasarkan kondisi tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Duta Bangsa Surakarta melaksanakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) melalui penerapan diversifikasi produk, penyusunan SOP produksi, penguatan manajemen usaha dan pembukuan sederhana, implementasi Green Human Resource Management (Green HRM), serta pemasaran

digital berbasis aplikasi **SIMUS** yang merupakan luaran penelitian fundamental sebelumnya. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, efisiensi pengelolaan usaha, perluasan akses pasar, serta peningkatan pendapatan mitra secara berkelanjutan. Selain memberikan manfaat bagi mitra, kegiatan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan UMKM kuliner yang dapat direplikasi pada usaha sejenis di Kota Surakarta.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (*Participatory Action Approach*) yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar seluruh solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan riil mitra, dapat diterapkan secara berkelanjutan, serta meningkatkan kapasitas usaha secara mandiri. Program dilaksanakan selama delapan bulan di mulai bulan Mei 2026 pada UMKM Oemah Anglo yang berlokasi di Kelurahan Sumber, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Mitra merupakan industri rumah tangga yang bergerak pada bidang kuliner tradisional dengan produk utama berupa jadah wajik, nasi tumpeng, nasi kuning, ayam goreng, dan berbagai makanan tradisional lainnya.

Tahap awal kegiatan diawali dengan proses community organizing melalui koordinasi antara tim PKMi dan pemilik UMKM Oemah Anglo. Kegiatan meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam, diskusi kelompok, serta identifikasi kebutuhan mitra pada aspek produksi, manajemen usaha, pemasaran digital, dan penerapan Green Human Resource Management (Green HRM). Hasil identifikasi menunjukkan bahwa permasalahan utama meliputi belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi, pencatatan keuangan yang masih sederhana, pemasaran digital yang belum optimal, serta rendahnya penerapan praktik usaha ramah lingkungan. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim PKM bersama mitra menyusun rencana aksi yang meliputi penyusunan jadwal kegiatan, penentuan prioritas program, pembagian tugas, serta penetapan indikator keberhasilan. Mitra dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses perencanaan sehingga solusi yang diimplementasikan sesuai dengan kondisi usaha dan dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Strategi dan Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dilakukan secara bertahap melalui lima tahapan utama sebagai berikut:

Sosialisasi Program

Tahap sosialisasi bertujuan menyamakan persepsi antara Tim Pengabdian Masyarakat dan Mitra mengenai tujuan, ruang lingkup, jadwal kegiatan, indikator keberhasilan, serta peran masing-masing pihak. Pada tahap ini juga dilakukan pengumpulan data awal (baseline) sebagai dasar evaluasi capaian program.

Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas

Pelatihan dilaksanakan secara aplikatif berdasarkan kebutuhan mitra yang meliputi:

- a. Pelatihan peningkatan efisiensi proses produksi dan pengendalian mutu produk;
- b. Pelatihan penyusunan SOP produksi;
- c. Pelatihan manajemen usaha dan pencatatan keuangan sederhana;
- d. Pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP);
- e. Pelatihan branding dan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace menggunakan aplikasi SIMUS;
- f. Pelatihan penerapan Green Human Resource Management yang mencakup efisiensi penggunaan bahan baku, pengurangan limbah produksi, serta budaya kerja hemat energi. Metode pelatihan menggunakan kombinasi ceramah, diskusi, demonstrasi, praktik langsung, dan studi kasus sehingga peserta dapat memahami sekaligus mempraktikkan materi yang diberikan.

Implementasi Teknologi dan Pendampingan

Tahap implementasi dilakukan melalui penerapan teknologi tepat guna yang disesuaikan dengan karakteristik usaha mitra. Kegiatan meliputi implementasi SOP produksi, penggunaan sistem pencatatan keuangan sederhana, pemanfaatan aplikasi SIMUS sebagai media pemasaran digital dan pengelolaan pelanggan, serta pendampingan branding produk. Pada tahap ini juga dilakukan penerapan prinsip Green HRM melalui efisiensi penggunaan bahan baku, pengelolaan limbah, dan penghematan energi dalam proses produksi.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara berkala selama pelaksanaan program melalui observasi lapangan, wawancara, dokumentasi kegiatan, dan pendampingan langsung. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. **Evaluasi meliputi :** Peningkatan kapasitas produksi; Peningkatan kualitas produk; Peningkatan kemampuan pencatatan keuangan; Peningkatan aktivitas pemasaran digital.

Peningkatan omzet penjualan;Tingkat penerapan Green HRM;Tingkat kepuasan mitra terhadap program.Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif sehingga diperoleh gambaran mengenai efektivitas program secara menyeluruh.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program dilakukan melalui penguatan kapasitas mitra agar mampu mengelola usaha secara mandiri setelah program berakhir. Upaya keberlanjutan dilakukan melalui penyediaan SOP produksi, modul pelatihan, sistem pembukuan sederhana, penggunaan aplikasi SIMUS secara berkelanjutan, serta pembentukan budaya kerja berbasis Green HRM.

Partisipasi Mitra

Partisipasi aktif mitra menjadi faktor utama keberhasilan kegiatan pengabdian. Keterlibatan mitra diwujudkan pada setiap tahapan kegiatan, meliputi:

- a. berpartisipasi dalam identifikasi permasalahan dan penyusunan rencana kegiatan;
- b. mengikuti seluruh kegiatan sosialisasi dan pelatihan;
- c. menerapkan SOP produksi dan sistem manajemen usaha yang telah disusun;
- d. menggunakan aplikasi SIMUS untuk pemasaran digital dan pengelolaan pelanggan;
- e. mengikuti kegiatan monitoring, evaluasi, dan pendampingan secara berkala;
- f. melanjutkan implementasi teknologi dan praktik Green HRM setelah program selesai.

Diagram Alur Metode Pelaksanaan :



Gambar 1. Diagram alur metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Oemah Anglo Kota Surakarta.

3. HASIL

Pelaksanaan pengabdian Masyarakat Program Kemitraan Kepada Masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu: (1) sosialisasi, (2) pelatihan, (3) penerapan teknologi dan inovasi, (4) pendampingan dan evaluasi, serta (5) keberlanjutan program. Tahapan dan kegiatan inti yang telah dilaksanakan tersaji pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Kegiatan PKM dan Indikator Kuantitatif Luaran.

Bulan	Tahap	Kegiatan Inti	Aspek	Indikator Kuantitatif Luaran
1	Sosialisasi PKM	Sosialisasi program & pengumpulan data baseline	Produksi, Manajemen, Pemasaran	Data baseline usaha terdokumentasi 100%
2	Pelatihan I	Efisiensi produksi , penyusunan SOP, diversifikasi produk	Produksi	1 SOP produksi tersusun
3	Pelatihan II	Pembukuan sederhana & perhitungan HPP	Manajemen	Laporan keuangan bulanan mulai berjalan
4	Pelatihan III	Pemasaran digital & pelatihan aplikasi SIMUS	Pemasaran	≥10 produk terunggah di SIMUS
5	Penerapan	Implementasi SOP, pembukuan rutin, SIMUS	Produksi, Manajemen, Pemasaran	Transaksi penjualan mulai tercatat di SIMUS
6	Pendampingan I	Pendampingan intensif & Green HRM	Produksi, SDM	Efisiensi bahan baku meningkat ≥10%
7	Pendampingan II	Monitoring & evaluasi awal kinerja usaha	Semua Aspek	Omzet bulanan meningkat ≥12–22%
8	Evaluasi Akhir	Evaluasi akhir & keberlanjutan program	Semua Aspek	Margin laba meningkat ≥10–20% dan laporan akhir tersedia

4. DISKUSI

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sudah di lakukan sesuai tahap yang di rencanakan dari awal pembuatan divesifikasi produk , green HRM dan digital Marketing. Kegiatan ini di lakukan bersama masyarakat khususnya UMKM Oemah Anglo yang beralamat di Sumber Kota Surakarta, tim Dosen dan Mahasiswa. Pada Gambar 1 dan Gambar 2 adalah jalan nya kegiatan yang dilakukan pada saat pelatihan diversifikasi produk , Green HRM dan digital marketing .



Gambar 2. Pelatihan Diversifikasi Produk , Grend HRM & Digital Marketing.



Gambar 3. Hasil Diversifikasi Produk makanan Tradisional.



Gambar 4. Penyerahan Sebagian Bahan Baku & Papan Nama Oemah Anglo.

Pada gambar 3 adalah kegiatan penyerahan Bahan Baku berupa beras , ketan, minyak goreng , gula jawa dll yang digunakan untuk Diversifikasi produk makanan tradisional berupa Jadah blondo, jadah yang dikeringkan , aneka snack tradisional lapis , prastel, onde-onde , lauk kering tempe, kering kentang yang dikemas lebih menarik . Kami juga menyerahkan peralatan untuk proses produksi berupa mesin pengering jadah , oven , perajang jadah , etalase tempat makan siap saji. Kami juga menyerahkan papan Nama yang akan ditempel di rumah produksi agar lebih mudah di kenal Masyarakat .

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada UMKM Oemah Anglo Kota Surakarta telah berhasil meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha melalui implementasi diversifikasi produk, penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi, penguatan manajemen usaha dan pembukuan sederhana, penerapan Green Human Resource Management (Green HRM), serta pemasaran digital berbasis aplikasi SIMUS. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas dan variasi produk, efisiensi proses produksi, kemampuan pengelolaan usaha, perluasan jangkauan pemasaran, serta peningkatan pendapatan mitra. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan melalui Green HRM turut mendorong terciptanya budaya kerja yang lebih ramah lingkungan dan efisien dalam pemanfaatan sumber daya. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa integrasi inovasi produk, penguatan tata kelola usaha, dan transformasi digital merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM kuliner. Model pendampingan yang diterapkan juga berpotensi untuk direplikasi pada UMKM sejenis di Kota Surakarta maupun daerah lainnya sebagai upaya mendukung pengembangan UMKM yang berdaya saing dan berkelanjutan.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Kemendiktisaintek yang telah memberikan dukungan pendanaan dan LPPM Universitas Duta Bangsa Surakarta yang telah memfasilitasi pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UMKM Oemah Anglo Kota Surakarta sebagai mitra kegiatan yang telah berpartisipasi secara aktif selama proses identifikasi permasalahan, pelaksanaan program, hingga evaluasi hasil kegiatan. Penghargaan yang sama diberikan kepada seluruh tim pelaksana, mahasiswa, serta pihak-pihak yang telah membantu terselenggaranya kegiatan pengabdian ini sehingga seluruh rangkaian program dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi peningkatan kapasitas usaha mitra.

DAFTAR REFERENSI

- Alfianto, R., Firdausi, E. R., & Andriyani, A. (2024). Implementation of Green Human Resource Management for MSMEs in Indonesia: A Review. *Research Horizon*, 4(3), 157–168. <https://doi.org/10.54518/rh.4.3.2024.277> (Life Sci Fi Journal)
- Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. *Occasional Paper Series*. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.

- Armstrong, M., & Taylor, S. (2023). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice* (16th ed.). Kogan Page.
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. Kota Surakarta Dalam Angka 2023. Surakarta: BPS; 2023.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. BPS-Statistics Indonesia.
<https://www.bps.go.id>
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315.
<https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.
- Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Su'daa, S. N., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 435–453. (Riset Unisma)
- IW Utami, I Hastuti, M Ardianto, Business Sustainability Transformation in Creative Culinary SMEs in Surakarta City vol 7 no.2 July 2025 ,
<https://journal.multitechpublisher.com/index.php/ijebma/article/view/3194>
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional. Jakarta: KemenKopUKM; 2022.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahun 2024*.
<https://kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Mardiana, M., Akhiruddin, A., Frianto, H. T., & Benu, S. M. (2024). PKM Digital Marketing pada UMKM Rumah Jahit MDS di Medan Johor Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat dan Desa*, 1(2), 19–24. (Polmed OJS)
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2021). *Fundamentals of Human Resource Management* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).
- Pham NT, Tučková Z, Jabbour CJC. Green human resource management and organizational performance. *Tourism Manag.* 2019;72:386–99.
- Pratiwi, H., & Hutabarat, Z. S. (2024). The Future of Jambi UMKM Marketing Through the Green Economy in Digital Marketing. *International Journal of Multidisciplinary Sciences and Arts*, 3(3), 8–26. (Jurnal IT Science)
- Renwick DWS, Redman T, Maguire S. Green human resource management: A review and research agenda. *Int J Manag Rev.* 2016;18(1):1–14.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maxispreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23.
<http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.

- Setiawan A, Nugroho BA, Lestari ER. Diversifikasi produk dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM kuliner. *J Manaj Kewirausahaan*. 2022;24(2):145–56.
- Tambunan T. *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Jakarta: Ghalia IndonesiOfficiant
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Yusoff, Y. M., Nejati, M., Kee, D. M. H., & Amran, A. (2020). Linking Green Human Resource Management Practices to Environmental Performance in Small and Medium Enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 266, 121857.