Jurnal Pengabdian West Science
Vol. 5, No. 10, Oktober, 2026, pp. 1992-2004

Pemetaan Permasalahan Manajemen SDM dan Pemasaran Sebagai Dasar Pengembangan UMKM Kafe di Kota Ambon

Ferdy Leuhery[1], Felix Chandra[2], Nurul Maghfirah[3], Feky Reken[4], Semuel Souhoka[5]
[1-3] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura
**Corresponding author*
E-mail: ferdy.leuhery@lecturer.unpatti.ac.id[1], felix.chandra@lecturer.unpatti.ac.id[2], nurul.maghfirah@lecturer.unpatti.ac.id[3], fekyreken90@gmail.com[4], semuel.souhoka@lecturer.unpatti.ac.id[5]

Article History:
Received: October, 2026
Revised: October, 2026
Accepted: October, 2026

Abstract: *Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan memetakan permasalahan manajemen sumber daya manusia (SDM) dan pemasaran sebagai dasar pengembangan UMKM kafe di Kota Ambon. Kegiatan dilaksanakan pada 22–23 Oktober 2026 dengan melibatkan lima UMKM kafe. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan mengelompokkan permasalahan berdasarkan aspek manajemen SDM dan pemasaran, kemudian menyusun rekomendasi sesuai kebutuhan masing-masing mitra. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa permasalahan manajemen SDM meliputi pembagian tugas dan tanggung jawab, pengaturan jadwal kerja, komunikasi dan koordinasi, serta pedoman pelayanan pelanggan. Pada aspek pemasaran, permasalahan mencakup keteraturan promosi, konsistensi informasi menu dan harga, pengenalan produk unggulan, perencanaan konten promosi, dan komunikasi dengan pelanggan. Rekomendasi yang disusun meliputi penataan tugas dan jadwal kerja, peningkatan komunikasi, penyusunan pedoman pelayanan, serta pengembangan promosi dan pemanfaatan media sosial. Hasil kegiatan diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM kafe dalam menentukan prioritas perbaikan dan mengembangkan usaha sesuai kebutuhan serta kemampuan masing-masing.*

Keywords: *UMKM, Manajemen SDM, Pemasaran, Kafe, Kota Ambon*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, termasuk melalui usaha kuliner seperti kafe. Di Kota Ambon, usaha kafe memiliki peluang untuk berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap tempat berkumpul dan beragamnya

pilihan kuliner. Namun, persaingan usaha menuntut pelaku UMKM tidak hanya memperhatikan kualitas produk, tetapi juga kemampuan mengelola sumber daya manusia (SDM) dan melaksanakan pemasaran secara efektif.

Manajemen SDM merupakan aspek penting dalam mendukung kelancaran operasional usaha. Hasibuan (2019) menjelaskan bahwa manajemen SDM berkaitan dengan pengaturan hubungan dan peranan tenaga kerja untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam usaha kafe, aspek ini mencakup pembagian tugas, kedisiplinan, keterampilan pelayanan, komunikasi kerja, dan evaluasi kinerja. Selain itu, pemasaran diperlukan untuk memperkenalkan produk, menjangkau pelanggan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan. Kotler dan Keller (2016) menekankan pentingnya penciptaan dan penyampaian nilai kepada pelanggan sebagai bagian dari kegiatan pemasaran.

Manajemen SDM dan pemasaran perlu dipahami sesuai dengan kondisi masing-masing UMKM. Permasalahan dalam pengelolaan karyawan memerlukan penanganan yang berbeda dari kendala promosi atau jangkauan pasar. Oleh karena itu, pemetaan kondisi usaha diperlukan untuk mengidentifikasi praktik yang telah berjalan, kendala yang dihadapi, serta peluang perbaikan berdasarkan sumber daya yang tersedia. Pendekatan berbasis sumber daya juga menekankan pentingnya pengelolaan kemampuan internal organisasi sebagai salah satu dasar keunggulan bersaing (Barney, 1991). Berdasarkan hal tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berjudul "Pemetaan Permasalahan Manajemen SDM dan Pemasaran sebagai Dasar Pengembangan UMKM Kafe di Kota Ambon" dilaksanakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pengelolaan SDM dan pemasaran pada UMKM kafe. Pemetaan dilakukan melalui survei, wawancara, dan observasi, kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil kegiatan diharapkan menjadi dasar penyusunan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha, terutama dalam perbaikan pengelolaan karyawan, keterampilan pelayanan, kegiatan promosi, dan pemanfaatan media sosial.

Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk memetakan permasalahan manajemen sumber daya manusia (SDM) dan pemasaran pada lima UMKM kafe di Kota Ambon, Provinsi Maluku. Kegiatan dilaksanakan pada 22–23 Oktober 2026. Pemilihan mitra didasarkan pada kesediaan pemilik usaha, rekomendasi pihak terkait, dan kesesuaian karakteristik usaha dengan

tujuan kegiatan. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, mitra diberi kode Kafe A, Kafe B, Kafe C, Kafe D, dan Kafe E.

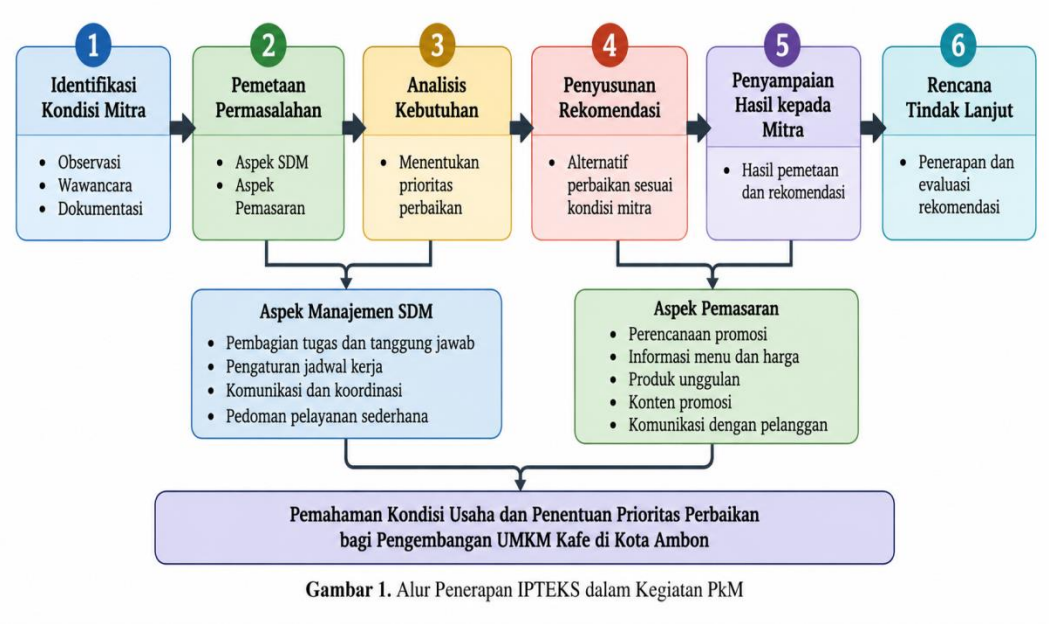
Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi difokuskan pada kegiatan operasional, pembagian tugas, pengaturan kerja, koordinasi, pelayanan pelanggan, promosi, dan pemanfaatan media sosial. Wawancara dilakukan dengan pemilik, pengelola, atau karyawan yang tersedia untuk memperoleh informasi mengenai pengelolaan SDM, pemasaran, kendala, dan kebutuhan pengembangan usaha. Dokumentasi berupa foto kegiatan serta informasi atau dokumen usaha yang relevan digunakan sebagai data pendukung.

Pelaksanaan kegiatan meliputi tahap persiapan, pengumpulan informasi, pemetaan permasalahan, analisis dan penyusunan rekomendasi, serta penyampaian hasil kepada mitra. Pemetaan mencakup aspek manajemen SDM, yaitu pembagian tugas, jadwal dan kedisiplinan kerja, komunikasi dan koordinasi, pengawasan pekerjaan, serta keterampilan pelayanan pelanggan. Aspek pemasaran meliputi perencanaan promosi, informasi menu dan harga, pengenalan produk unggulan, pemanfaatan media sosial, serta komunikasi dan upaya mempertahankan Pelanggan

Data dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan informasi berdasarkan aspek manajemen SDM dan pemasaran, mengidentifikasi permasalahan setiap mitra, serta menyusun rekomendasi sesuai kondisi usaha. Hasil analisis disajikan dalam bentuk uraian dan tabel pemetaan permasalahan beserta rekomendasi perbaikan, kemudian disampaikan kepada mitra sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan prioritas pengembangan usaha.

Gambaran IPTEKS

Gambaran IPTEKS dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa penerapan pengetahuan manajemen untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan pengembangan UMKM kafe, khususnya pada aspek manajemen sumber daya manusia (SDM) dan pemasaran. Alur penerapan IPTEKS dalam kegiatan ini disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penerapan IPTEKS dalam Kegiatan PkM

Hasil

A. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berjudul *"Pemetaan Permasalahan Manajemen SDM dan Pemasaran sebagai Dasar Pengembangan UMKM Kafe di Kota Ambon"* bertujuan mengidentifikasi permasalahan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan pemasaran sebagai dasar penyusunan rekomendasi pengembangan usaha. Kegiatan ini melibatkan lima UMKM kafe di Kota Ambon. Untuk menjaga kerahasiaan identitas usaha, masing-masing mitra diberi kode Kafe A, Kafe B, Kafe C, Kafe D, dan Kafe E. Informasi diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pihak yang terlibat dalam pengelolaan usaha, serta dokumentasi kegiatan. Pemetaan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu manajemen SDM dan pemasaran. Aspek SDM meliputi pembagian tugas, pengaturan jadwal kerja, komunikasi dan koordinasi, serta pedoman pelayanan. Sementara itu, aspek pemasaran meliputi perencanaan promosi, penyampaian informasi menu dan harga, pengenalan produk unggulan, perencanaan konten media sosial, serta komunikasi dengan pelanggan.

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa setiap UMKM kafe memiliki permasalahan dan kebutuhan pengembangan yang berbeda. Temuan tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi perbaikan sesuai dengan kondisi masing-masing mitra. Hasil pemetaan dan rekomendasi telah disampaikan kepada mitra sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan prioritas pengembangan usaha.



Gambar 1. Dokumentasi Observasi dan Pemetaan UMKM Kafe di Kota Ambon

B. Pemetaan Permasalahan Manajemen SDM

Pemetaan manajemen SDM dilakukan untuk mengidentifikasi aspek pengelolaan karyawan yang perlu diperhatikan dalam mendukung kelancaran operasional dan pelayanan kafe. Hasil pemetaan permasalahan dan rekomendasi perbaikan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Pemetaan Permasalahan Manajemen SDM pada UMKM Kafe

No.	Kode UMKM	Aspek yang Dikaji	Permasalahan	Rekomendasi
1	Kafe A	Pembagian tugas	Pembagian tugas karyawan belum terdokumentasi secara jelas.	Menyusun daftar tugas dan tanggung jawab karyawan.
2	Kafe B	Jadwal kerja	Jadwal kerja belum disusun secara tertulis.	Membuat jadwal kerja sesuai kebutuhan operasional.
3	Kafe C	Koordinasi kerja	Komunikasi antara pemilik dan karyawan perlu ditingkatkan.	Melaksanakan pengarahan singkat sebelum bekerja.
4	Kafe D	Pelayanan pelanggan	Pedoman pelayanan pelanggan belum tersedia secara tertulis.	Menyusun pedoman pelayanan sederhana.
5	Kafe E	Pengelolaan operasional	Pembagian pekerjaan dan koordinasi karyawan perlu diperjelas.	Memperjelas tanggung jawab dan komunikasi kerja.

Sumber: Hasil Pemetaan Permasalahan UMKM Kafe, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, permasalahan manajemen SDM pada lima UMKM kafe berkaitan dengan kejelasan pembagian tugas, pengaturan jadwal kerja, komunikasi, koordinasi, dan pedoman pelayanan. Setiap mitra memiliki kebutuhan perbaikan yang berbeda sesuai dengan permasalahan yang teridentifikasi. Kafe A memerlukan

perhatian pada dokumentasi pembagian tugas, sedangkan Kafe B membutuhkan pengaturan jadwal kerja secara tertulis. Pada Kafe C, kebutuhan perbaikan diarahkan pada komunikasi antara pemilik dan karyawan. Kafe D memerlukan pedoman pelayanan yang dapat menjadi acuan karyawan, sementara Kafe E membutuhkan kejelasan tanggung jawab dan koordinasi pekerjaan. Rekomendasi tersebut merupakan langkah awal yang dapat dipertimbangkan oleh pemilik usaha. Penerapannya perlu disesuaikan dengan jumlah karyawan, karakteristik kegiatan operasional, dan kemampuan masing-masing UMKM kafe.

C. Pemetaan Permasalahan Pemasaran

Pemetaan pemasaran dilakukan untuk mengidentifikasi aspek yang perlu dikembangkan dalam kegiatan promosi, penyampaian informasi produk, dan hubungan dengan pelanggan. Hasil pemetaan permasalahan dan rekomendasi pemasaran disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Pemetaan Permasalahan Pemasaran pada UMKM Kafe

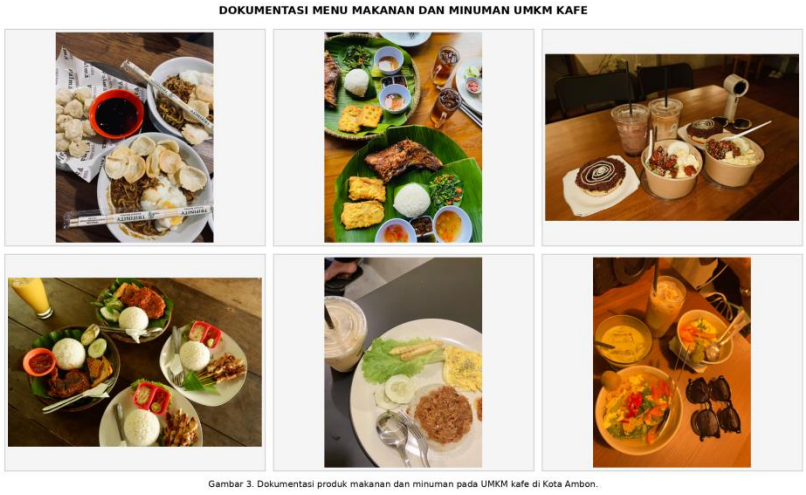
No.	Kode UMKM	Aspek yang Dikaji	Permasalahan	Rekomendasi
1	Kafe A	Promosi usaha	Kegiatan promosi belum direncanakan secara berkala.	Menyusun jadwal promosi sederhana.
2	Kafe B	Informasi produk	Informasi menu dan harga belum disampaikan secara konsisten.	Memperbarui informasi produk melalui media promosi.
3	Kafe C	Produk unggulan	Produk andalan belum ditampilkan secara menonjol.	Menentukan dan memperkenalkan produk unggulan.
4	Kafe D	Konten promosi	Konten promosi belum direncanakan secara teratur.	Membuat kalender konten promosi.
5	Kafe E	Hubungan pelanggan	Komunikasi dengan pelanggan belum dikelola secara terencana.	Meningkatkan komunikasi dan pelayanan kepada pelanggan.

Sumber: Hasil Pemetaan Permasalahan UMKM Kafe, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, kebutuhan pengembangan pemasaran pada lima UMKM kafe berkaitan dengan keteraturan promosi, konsistensi informasi produk, pengenalan produk unggulan, perencanaan konten, dan komunikasi dengan pelanggan. Kafe A membutuhkan perencanaan promosi yang lebih teratur. Kafe B perlu memperhatikan konsistensi informasi menu dan harga, sedangkan Kafe C

memerlukan upaya untuk memperkenalkan produk unggulan. Kafe D membutuhkan perencanaan konten promosi, sementara Kafe E perlu mengembangkan komunikasi dengan pelanggan secara lebih terarah. Rekomendasi tersebut dapat diterapkan secara bertahap sesuai dengan kondisi usaha. Langkah awal dapat dilakukan melalui penyusunan jadwal promosi, pembaruan informasi produk, pengenalan menu unggulan, dan perencanaan konten media sosial.

Dokumentasi foto produk yang tersedia juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan promosi, sepanjang foto tersebut sesuai dengan produk yang benar-benar ditawarkan oleh mitra.



Gambar 3. Dokumentasi produk makanan dan minuman pada UMKM kafe di Kota Ambon.

D. Analisis Kebutuhan Pengembangan UMKM

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa kebutuhan pengembangan setiap UMKM kafe mencakup aspek SDM dan pemasaran. Untuk memudahkan mitra menentukan prioritas perbaikan, kebutuhan tersebut dirangkum dalam Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Kebutuhan Pengembangan UMKM Kafe

No.	Kode UMKM	Prioritas Perbaikan SDM	Prioritas Perbaikan Pemasaran
1	Kafe A	Memperjelas pembagian tugas karyawan.	Menyusun jadwal promosi.
2	Kafe B	Menyusun jadwal kerja tertulis.	Memperbarui informasi menu dan harga.
3	Kafe C	Meningkatkan komunikasi dan pengarahan kerja.	Memperkenalkan produk unggulan.
4	Kafe D	Menyusun pedoman pelayanan.	Menyusun kalender konten promosi.

5	Kafe E	Memperjelas tanggung jawab dan koordinasi kerja.	Meningkatkan komunikasi dengan pelanggan.

Sumber: Hasil Pemetaan Permasalahan UMKM Kafe, 2026.

Tabel 6 menunjukkan bahwa setiap mitra memiliki prioritas perbaikan yang berbeda pada aspek SDM dan pemasaran. Ringkasan ini membantu pemilik usaha memahami kebutuhan yang perlu diperhatikan tanpa harus membaca kembali seluruh rincian permasalahan pada tabel sebelumnya. Kebutuhan tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan urutan perbaikan berdasarkan tingkat kebutuhan, kemudahan penerapan, dan ketersediaan sumber daya. Misalnya, penyusunan daftar tugas, pembuatan jadwal kerja, dan pembaruan informasi menu dapat menjadi langkah awal sebelum mitra mengembangkan kegiatan lainnya.

Penetapan prioritas dalam tabel ini merupakan hasil analisis terhadap permasalahan yang teridentifikasi, bukan hasil pengukuran tingkat keberhasilan penerapan rekomendasi. Oleh karena itu, pelaksanaan dan dampak perbaikan masih perlu ditinjau melalui tindak lanjut.

Diskusi

A. Manajemen SDM pada UMKM Kafe

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa aspek manajemen SDM yang perlu mendapat perhatian meliputi pembagian tugas, pengaturan jadwal kerja, komunikasi, koordinasi, dan pedoman pelayanan. Temuan ini memperlihatkan pentingnya pengelolaan pekerjaan yang jelas agar kegiatan operasional kafe dapat berjalan secara teratur. Hasibuan (2019) menjelaskan bahwa manajemen SDM berkaitan dengan pengelolaan tenaga kerja untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks UMKM kafe, pengelolaan tersebut dapat dilakukan melalui langkah sederhana, seperti menyusun daftar tugas, membuat jadwal kerja tertulis, melaksanakan pengarahan sebelum bekerja, dan menyediakan pedoman pelayanan bagi karyawan. Pembahasan ini juga dapat dikaitkan dengan Harney dan Dundon (2006), yang mengkaji praktik manajemen SDM pada usaha kecil dan menengah. Pengelolaan SDM pada usaha kecil perlu memperhatikan karakteristik usaha dan sumber daya yang tersedia. Dengan demikian, perbaikan tidak harus dimulai melalui sistem administrasi yang rumit, tetapi dapat dilakukan melalui mekanisme sederhana yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing mitra.

Berdasarkan hasil pemetaan, rekomendasi perbaikan SDM diarahkan pada kejelasan tanggung jawab, keteraturan jadwal kerja, dan komunikasi internal.

Langkah tersebut dapat menjadi dasar untuk memperbaiki pengelolaan karyawan. Namun, manfaat aktualnya belum dapat dipastikan sebelum rekomendasi diterapkan dan dievaluasi.

B. Pemasaran pada UMKM Kafe

Hasil pemetaan pemasaran menunjukkan adanya kebutuhan perbaikan dalam perencanaan promosi, penyampaian informasi menu dan harga, pengenalan produk unggulan, perencanaan konten media sosial, dan komunikasi dengan pelanggan. Permasalahan tersebut menunjukkan perlunya kegiatan pemasaran yang lebih terarah dan konsisten. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa pemasaran mencakup kegiatan menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan. Berdasarkan pandangan tersebut, pemasaran UMKM kafe tidak hanya berkaitan dengan promosi penjualan, tetapi juga dengan kemampuan menyampaikan informasi produk secara jelas dan memperkenalkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.

Selanjutnya, Vorhies dan Morgan (2005) membahas kemampuan pemasaran sebagai aspek yang berkaitan dengan kinerja perusahaan. Dalam konteks UMKM kafe, kemampuan pemasaran dapat dikembangkan melalui langkah praktis, seperti memperbarui informasi menu, memperkenalkan produk unggulan, menyusun jadwal promosi, dan merencanakan konten media sosial secara berkala.

Rekomendasi tersebut perlu disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan setiap mitra. Pemilik usaha dapat memanfaatkan media yang sudah tersedia dan memilih kegiatan promosi yang dapat dilakukan secara konsisten. Meskipun demikian, pemetaan ini belum menunjukkan bahwa rekomendasi tersebut telah meningkatkan penjualan atau jumlah pelanggan. Hal itu memerlukan evaluasi setelah rekomendasi diterapkan.

C. Keterkaitan Manajemen SDM dan Pemasaran

Manajemen SDM dan pemasaran saling berkaitan dalam kegiatan operasional UMKM kafe. Pelaksanaan pemasaran tidak hanya bergantung pada promosi dan penyampaian informasi produk, tetapi juga pada kesiapan karyawan dalam memahami produk, memberikan pelayanan, dan berkomunikasi dengan pelanggan.

Pembagian tugas yang jelas dapat membantu karyawan memahami tanggung jawabnya dalam kegiatan operasional. Komunikasi dan koordinasi yang baik juga dapat mendukung konsistensi pelayanan serta penyampaian informasi produk kepada pelanggan. Sebaliknya, ketidakjelasan tanggung jawab dan koordinasi dapat

menjadi kendala dalam pelaksanaan kegiatan usaha sehari-hari.

Dalam perspektif *Resource-Based View*, Barney (1991) menjelaskan bahwa sumber daya dan kemampuan internal organisasi dapat menjadi dasar keunggulan bersaing. Dalam konteks UMKM kafe, kemampuan mengelola karyawan, memberikan pelayanan, memahami produk, dan menjalankan pemasaran secara terencana merupakan aspek internal yang dapat terus dikembangkan.

Oleh karena itu, perbaikan SDM dan pemasaran sebaiknya dipandang sebagai bagian yang saling melengkapi. Pemilik usaha perlu memperhatikan pengaturan pekerjaan sekaligus memastikan bahwa informasi produk, promosi, dan pelayanan kepada pelanggan berjalan secara konsisten. Namun, hasil pemetaan ini bersifat deskriptif sehingga belum membuktikan hubungan sebab-akibat antara manajemen SDM, pemasaran, dan kinerja usaha. Temuan lebih tepat digunakan untuk menggambarkan permasalahan serta menentukan kebutuhan perbaikan pada masing-masing mitra.

D. Implikasi Hasil Pemetaan bagi Pengembangan UMKM Kafe

Kegiatan PkM ini menghasilkan gambaran mengenai permasalahan manajemen SDM dan pemasaran pada lima UMKM kafe di Kota Ambon. Hasil tersebut memberikan dasar bagi mitra untuk mengenali kebutuhan pengembangan dan menentukan langkah perbaikan sesuai dengan kondisi usaha. Pada aspek SDM, perhatian dapat diarahkan pada pembagian tugas, pengaturan jadwal kerja, komunikasi, koordinasi, dan pedoman pelayanan. Pada aspek pemasaran, perbaikan dapat dimulai dari perencanaan promosi, pembaruan informasi menu dan harga, pengenalan produk unggulan, serta penyusunan konten promosi.

Rekomendasi yang disusun perlu diterapkan secara bertahap dengan mempertimbangkan kebutuhan dan sumber daya yang tersedia. Hasil pemetaan dan rekomendasi telah disampaikan kepada mitra, tetapi penyampaian tersebut perlu dibedakan dari penerapan rekomendasi. Untuk mengetahui manfaatnya bagi usaha, diperlukan tindak lanjut guna menilai penerapan rekomendasi, kendala yang dihadapi, dan perubahan yang terjadi setelah penerapan.

Dengan demikian, kontribusi utama kegiatan ini adalah tersedianya pemetaan permasalahan dan rekomendasi pengembangan yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing mitra. Pemetaan tersebut dapat menjadi dasar untuk menentukan langkah perbaikan selanjutnya.

E. Rencana Tindak Lanjut

Berdasarkan hasil pemetaan permasalahan manajemen SDM dan pemasaran, rencana tindak lanjut diarahkan pada penerapan rekomendasi secara bertahap dan evaluasi terhadap perkembangan usaha. Rencana tindak lanjut meliputi:

1. **Perbaikan Manajemen SDM.** Mendorong mitra untuk memperjelas pembagian tugas dan tanggung jawab karyawan, menyusun jadwal kerja, meningkatkan komunikasi dan koordinasi, serta mengembangkan pedoman pelayanan sederhana.
2. **Pengembangan Pemasaran.** Mendorong mitra menyusun jadwal promosi, memperbarui informasi menu dan harga, memperkenalkan produk unggulan, serta merencanakan konten promosi sesuai dengan kemampuan usaha.
3. **Penerapan Rekomendasi Sesuai Kebutuhan Mitra.** Mendorong setiap UMKM kafe memilih rekomendasi yang paling relevan dan memungkinkan untuk diterapkan berdasarkan kondisi operasional dan sumber daya yang tersedia.
4. **Komunikasi dan Pendampingan Lanjutan.** Apabila memungkinkan, melakukan komunikasi atau kunjungan lanjutan untuk mengetahui perkembangan penerapan rekomendasi dan kendala yang dihadapi mitra.
5. **Evaluasi Tindak Lanjut.** Menilai perkembangan pengelolaan SDM dan pemasaran setelah rekomendasi diterapkan. Evaluasi dapat diarahkan pada perubahan dalam pembagian tugas, keteraturan jadwal kerja, konsistensi promosi, dan penyampaian informasi produk.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berjudul *"Pemetaan Permasalahan Manajemen SDM dan Pemasaran sebagai Dasar Pengembangan UMKM Kafe di Kota Ambon"* dilaksanakan untuk mengidentifikasi permasalahan pengelolaan sumber daya manusia dan pemasaran pada lima UMKM kafe di Kota Ambon. Pemetaan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kebutuhan perbaikan pada setiap mitra. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa permasalahan manajemen SDM pada mitra berkaitan dengan pembagian tugas dan tanggung jawab, pengaturan jadwal kerja, komunikasi dan koordinasi, serta ketersediaan pedoman pelayanan. Sementara itu, permasalahan pemasaran berkaitan dengan keteraturan promosi, konsistensi

penyampaian informasi menu dan harga, pengenalan produk unggulan, perencanaan konten promosi, dan komunikasi dengan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa setiap UMKM kafe memiliki kebutuhan pengembangan yang perlu diperhatikan sesuai dengan kondisi usahanya.

Berdasarkan hasil pemetaan, disusun rekomendasi perbaikan yang mencakup penataan pekerjaan dan peningkatan komunikasi kerja pada aspek SDM, serta pengembangan kegiatan promosi dan penyampaian informasi produk pada aspek pemasaran. Hasil pemetaan dan rekomendasi telah disampaikan kepada mitra sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan prioritas pengembangan usaha. Dengan demikian, kontribusi utama kegiatan ini adalah tersedianya gambaran permasalahan dan rekomendasi pengembangan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM kafe.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut.

1. **Bagi pemilik atau pengelola UMKM kafe**, hasil pemetaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki pengelolaan SDM, khususnya dalam pembagian tugas, pengaturan jadwal kerja, komunikasi, koordinasi, dan pelayanan pelanggan.
2. **Pada aspek pemasaran**, pelaku UMKM kafe disarankan mengembangkan kegiatan promosi secara lebih terencana, memperbarui informasi menu dan harga, memperkenalkan produk unggulan, serta memanfaatkan media promosi yang sesuai dengan kemampuan usaha.
3. **Bagi perguruan tinggi dan tim pelaksana PkM**, kegiatan serupa dapat dilanjutkan melalui pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Pendampingan dapat diarahkan pada penerapan rekomendasi, pengembangan kemampuan pengelolaan SDM, dan peningkatan kemampuan pemasaran.
4. **Untuk kegiatan selanjutnya**, perlu dilakukan evaluasi setelah rekomendasi diterapkan agar perkembangan pengelolaan SDM dan pemasaran dapat diketahui secara lebih terukur. Evaluasi tersebut dapat mencakup perubahan pembagian tugas, keteraturan jadwal kerja, konsistensi promosi, dan penyampaian informasi produk kepada pelanggan.

Daftar Referensi

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120

El Nemar, S., El-Chaarani, H., Dandachi, I., & Castellano, S. (2025). Resource-based view and sustainable advantage: A framework for SMEs. Journal of Strategic Marketing, 33(6), 798–821.

Harney, B., & Alkhalaf, H. (2021). A quarter-century review of HRM in small and medium-sized enterprises: Capturing what we know, exploring where we need to go. Human Resource Management, 60(1), 5–29.

Harney, B., & Dundon, T. (2006). Capturing complexity: Developing an integrated approach to analysing HRM in SMEs. Human Resource Management Journal, 16(1), 48–73.

Hasibuan, M. S. P. (2019). Manajemen sumber daya manusia (Edisi revisi). Bumi Aksara.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.

Vorhies, D. W., & Morgan, N. A. (2005). Benchmarking marketing capabilities for sustainable competitive advantage. Journal of Marketing, 69(1), 80–94.