

**PENGELOLAAN ORGANISASI USAHA DAN PENERAPAN *MINDSET*
DIGITAL BUSINESS PADA KELOMPOK UMKM DIKELURAHAN
PONDOK BENDA KECAMATAN PAMULANG
TANGERANG SELATAN**

Rendy Herlandy¹, Risniawati², Fauzi Nur Iqyan³, Taufiq Rahmadi⁴

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pasca Sarjana

Universitas Pamulang Tangerang, Indonesia

Email: herlandyrendy@yahoo.com

ABSTRACT

This community service activity (PKM) aims to provide training with basic digital marketing in the form of Management of Business Organizations and Application of a Digital Business Mindset to the UMKM Group in the Pondok Benda Village, Pamulang District, South Tangerang. The method used in this community service activity is by way of discussions, lectures (one-way delivery), presentations and ends with questions and answers between participants and resource persons. This training involved Pamulang University Postgraduate Masters in Management students who were accompanied by assistant lecturers from the Management Study Program with participants from fathers and housewives in the Pondok Benda area and its surroundings with 24 training participants. The result of this community service activity is the addition of participants' knowledge in the field of digital marketing, especially in organizational management and the application of a digital mindset, in this case the UMKM actors in the Pondok Benda Village, Pamulang District, South Tangerang regarding Business Organization Management and Application of the Digital Business Mindset before the majority of PKM activities are in the category of not understanding. After the PKM activity was carried out and the presentation of the material was delivered, it was found that the knowledge of the participants regarding the Management of Business Organizations and the Implementation of the Digital Business Mindset after the presentation was increasing.

Keywords: Organization; MSME; Digital Marketing.

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dengan *basic digital marketing* berupa Pengelolaan Organisasi Usaha dan Penerapan *Mindset Digital Business* Pada Kelompok UMKM Di kelurahan Pondok Benda Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan cara diskusi, ceramah (penyampaian satu arah), presentasi dan di akhiri dengan tanya jawab antara peserta dengan narasumber. Pelatihan ini melibatkan para mahasiswa Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Pamulang yang didampingi oleh dosen pendamping dari Prodi Manajemen dengan peserta para bapak dan ibu rumah tangga di daerah Pondok Benda dan sekitarnya dengan peserta pelatihan mencapai 24 orang. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah

penambahan pengetahuan peserta dalam bidang *digital marketing* khususnya dalam pengelolaan organisasi dan penerapan *mindset digital* dalam hal ini para pelaku UMKM Dikelurahan Pondok Benda Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan mengenai Pengelolaan Organisasi Usaha Dan Penerapan *Mindset Digital Business* sebelum kegiatan PKM mayoritas berada di kategori kurang memahami. Setelah kegiatan PKM dilaksanakan dan pemaparan materi disampaikan, diketahui bahwa pengetahuan peserta mengenai Pengelolaan Organisasi Usaha Dan Penerapan *Mindset Digital Business* setelah disampaikan semakin meningkat.

Kata kunci : Organisasi, UMKM, Digital Marketing

A. PENDAHULUAN

Saat ini, pandemi global Covid-19 telah memberikan tantangan yang cukup berat yang belum pernah terjadi sebelumnya bagi individu, ekonomi, pasar keuangan, lembaga keuangan dan pemerintah. Yang paling terlihat adalah gangguan ekonomi yang sangat besar diseluruh dunia termasuk di Indonesia sendiri. Menurut Pakpahan (2020) ada tiga sektor yang terkena imbas langsung pandemi Covid-19 ini, yaitu sektor pariwisata, perdagangan dan investasi. Salah satunya yang paling terkena dampak pada sektor perdagangan, karena adanya pandemi Covid-19 di Indonesia ini adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yang mana UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional.

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. *Digital marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media *digital* secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia.

Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Maulana, 2017). Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara *online* dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara *online* pula. Media sosial merupakan suatu sarana *digital marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (*engagement*) calon konsumen. Oleh karena itu tidak heran bahwa pelaku usaha justru lebih menitikberatkan pemanfaatan media sosial dibanding dengan pengembangan sebuah situs. Para pelaku UMKM tersebut terhadang kendala masih minimnya pengetahuan terhadap *digital marketing*. Potensi pemanfaatan *digital marketing* ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini.

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan *digital marketing* ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya

Penulis tertarik untuk mengkaji sejauh mana pemanfaatan *digital marketing* yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM di daerah Pondok Benda Pamulang Tangerang Selatan Banten, penyusun proposal mempunyai ide untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat bertema “**Pengelolaan Organisasi Usaha dan Penerapan *Mindset Digital Business* pada Kelompok UMKM di Kelurahan Pondok Benda Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan**”

B. METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan dalam berkegiatan ini berupa pemberian *skill* dan pengetahuan tentang Pengelolaan Organisasi Usaha dan Penerapan *Mindset Digital Business* pada para pelaku UMKM. Berikut ini adalah tahapan pelatihan atau pemberian pengetahuan yang dilakukan:

1. Tahap persiapan, tahap persiapan yang dilakukan meliputi:
 - a. Survei awal, pada fase ini melakukan survei lokasi (tempat pelatihan) yang berada di Kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan Banten.
 - b. Pemantapan kepastian dan penentuan lokasi serta target para peserta UMKM.
 - c. Rapat Koordinasi Tim, pada fase ini *meeting* koordinasi terkait dengan pembagian tugas, membuat rencana *schedule* pelaksanaan, mulai dari persiapan awal, pelaksanaan kegiatan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.
2. Tahap pelaksanaan dan tahap pelatihan
Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan yaitu:
 - a. Metode ceramah (teknik penyampaian satu arah), pada fase ini penyuluh melakukan pemaparan/penyampaian materi tentang Pengelolaan Organisasi usaha dan penerapan *mindset digital business* pada kelompok UMKM.
 - b. Metode diskusi dan tanya jawab, pada tahap ini moderator membuka forum diskusi dan memberikan ruang untuk tanya jawab kepada para pelaku UMKM terkait kondisi, kendala yang dihadapi dan inputan informasi usaha dalam sistem digital.
 - c. Metode praktik, pada fase ini melakukan simulasi registrasi *account*, bagaimana cara membuat konten yang menarik dan informatif, bagaimana cara melakukan pengambilan foto yang bagus dan menarik untuk dilihat, dan lainnya serta penyebaran angket/kuesioner kepada peserta UMKM.
3. Tahap Evaluasi
Tahap evaluasi merupakan pemberian penilaian setelah berbagai rangkaian acara kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan *schedule* yang telah ditentukan. evaluasi ini bisa berupa perbaikan berkelanjutan atau saran dalam pelaksanaan kegiatan acara untuk lebih baik lagi dan menjadi kelanjutan dalam pembinaan kampus.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Acara pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan di Kantor Kelurahan Pondok Benda, Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan, dapat berjalan dengan baik

dan lancar sesuai dengan rencana di awal yang terselenggara oleh Mahasiswa Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pamulang Tangerang Selatan. Universitas Pamulang (UNPAM) merupakan kampus yang berdiri di bawah naungan Yayasan Sasmita Jaya yang beralamat di Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang.

Sebagai refleksi dalam kegiatan PKM ini didapat dari dukungan pemerintah, UNPAM selalu membuka diri untuk bekerjasama dengan berbagai pihak manapun untuk kelangsungan dan perbaikan dunia pendidikan saat ini dalam pengembangan ilmu, institusi, teknologi dan seni dalam rangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian. Universitas Pamulang (UNPAM) telah memiliki jaringan dengan berbagai lembaga lain yakni pemerintah pusat, pemerintah propinsi, pemerintah kabupaten, dunia usaha, swasta maupun dengan masyarakat.

Dalam pelaksanaan kegiatan di Kelurahan Pondok Benda yang tidak terlalu jauh dari Kampus 1 UNPAM dan Kampus 3 Viktor tetap diselenggarakan dengan penuh komitmen dalam melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Pondok Benda karena menjadi kewajiban bagi perguruan tinggi untuk ikut serta membantu berbagai persoalan atau permasalahan yang dihadapi masyarakat saat ini apalagi persoalan ditengah pandemi. Sudah sepatutnya kehadiran perguruan tinggi agar dapat benar-benar memberikan manfaatnya secara langsung dan diterima oleh masyarakat baik yang dekat maupun yang jauh.

Hal yang dilakukan Pertama kali adalah kami melakukan survei lokasi yang akan dijadikan tempat untuk tempat PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) di Kantor Kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan. Kemudian dilanjutkan dengan pengajuan proposal pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pengelolaan Organisasi Usaha dan Penerapan *Mindset Digital Business* pada kelompok UMKM di Kelurahan Pondok Benda Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan”. Setelah proposal disetujui, kami melakukan persiapan materi dan bahan-bahan yang akan digunakan dalam kegiatan tersebut.



Gambar 1: Lokasi Kantor Lurah Pondok Benda

Dengan merefleksikan kondisi saat ini ditengah pandemi dan berkaca pada kondisi masyarakat sekitar maka diperlukan semacam edukasi untuk menciptakan jiwa yang survive ditengah pandemi ini, dengan adanya pengetahuan baru tentang pengelolaan organisasi dan penerapan *mindset digital business* Demi berlangsungnya pelaku UMKM dengan segala pengetahuan dalam bentuk *Digital*.

Upaya Pemberian Wawasan Tentang Pengelolaan Organisasi Usaha dan Penerapan *Mindset Digital Business* pada kelompok UMKM

Pada Kondisi Pandemi ini perlu adanya transformasi UMKM dalam menjalankan bisnisnya untuk lebih berkembang lagi, selain hal yang terpenting yaitu melakukan digitalisasi, yang berarti melakukan transformasi dari penjualan *offline* menjadi penjualan *online* perlu adanya penerapan dalam pengelolaan organisasi usaha, karena dengan pengelolaan organisasi ini dalam konteks bagaimana mengelola sumber daya manusia yang ada bisa dikembangkan kembali dengan menerapkan konsep HPO (*High Performance Organization*).

Dari sumber daya manusia yang sudah berkualitas dengan edukasi yang terus menerus maka terbentuklah tim yang baik yang terdiri dari karyawan yang berkualitas tersebut, sehingga tim yang *solid* tersebut sudah terbentuk maka akan menuju pada sistem bisnis yang *autopilot* (dapat berjalan sendiri) tanpa pengawasan khusus dari *owner* UMKM, karena sistem sudah berjalan dengan baik, ditambah lagi dengan penerapan teknologi di dalamnya dalam konteks teknologi informasi atau IT maka akan menambah kekuatan dalam pengelolaan organisasi usaha dengan berbasis digital business.

Dengan pentingnya organisasi yang dikelola dengan baik maka UMKM bertumbuh dalam teknologi saat ini sehingga lebih *survive*. Pembekalan yang diberikan oleh Tim PKM adalah pemberian wawasan *Digital Marketing* serta pengelolaan organisasi usaha berbasis *digital business* agar masyarakat lebih peduli akan pentingnya teknologi serta pengguna media sosial, yang dapat di gunakan dalam kepentingan usaha. Pembekalan oleh Tim PKM meliputi materi tentang pengelolaan organisasi usaha, simulasi, praktik, diskusi dan tanya jawab.

1. Organisasi

Mengorganisasi adalah suatu tindakan secara sadar untuk mengkoordinasikan unit sosial, yang terbangun dari dua orang atau lebih yang berfungsi atas dasar keberlanjutan secara relatif untuk mencapai tujuan atau sekumpulan tujuan bersama. Dengan pengertian ini, perusahaan manufaktur dan jasa merupakan organisasi, demikian pula halnya dengan sekolah, rumah sakit, gereja, unit militer, toko eceran, kesatuan polisi, dan lembaga-lembaga pemerintah baik daerah maupun pusat (Robbins, 2013). Orang-orang yang memantau aktivitas orang lain dan bertanggungjawab untuk pencapaian tujuan organisasi disebut manajer (untuk organisasi yang bergerak di bidang *non-profit* dinamakan administrator). Keberhasilan atau pun kegagalan organisasi tidak dapat dilepaskan dari masalah lingkungan yang dihadapinya. Lingkungan bisnis melalui elemen-elemennya samping dapat mendorong sekaligus dapat menghambat aktivitas dan perkembangan bisnis. Sebagai suatu sistem yang terbuka, organisasi berinteraksi dengan faktor-faktor lingkungan di sekelilingnya. Lingkungan mempunyai hubungan timbal balik, dalam arti bisnis yang dipengaruhi lingkungan, dan sebaliknya lingkungan juga dipengaruhi bisnis. Pengaruh lingkungan dapat secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan bisnis.

2. Konsep *High Performance Organization* sebagai salah satu bentuk pengelolaan organisasi usaha di UMKM

a. Definisi Pengelolaan Usaha Dengan Metode HPO

De Waal (2004) menerangkan bahwa pengertian *High-Performance Organization* (HPO) adalah suatu organisasi yang mencapai hasil finansial lebih baik daripada organisasi lain yang sejenis dalam jangka panjang. dengan kemampuan adaptasi

terhadap perubahan dan melakukan reaksi terhadap perubahan dengan cepat, dengan kemampuan mengelola dalam jangka panjang, dengan menetapkan suatu struktur manajemen yang terintegrasi dan terkoneksi, dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan terhadap kemampuan intinya, dan dengan perlakuan karyawan yang sungguh-sungguh sebagai aset utama. Dengan adanya tekanan peningkatan permintaan lingkungan eksternal dan *stakeholders*, organisasi akan selalu mencari elemen-elemen untuk membuatnya meraih kinerja terbaik.

b. Komponen Kunci Pengelolaan Organisasi *High Performance Organization* dan Implementasi dalam UMKM

1) Keterlibatan Karyawan

Dalam konteks salah satu pilar yang paling fundamental dari HPO (*High Performance Organization*) adalah bagaimana suatu organisasi atau bisnis berjalan berdasarkan dari suara para karyawannya, dimana karyawan memberikan kontribusi yang besar untuk bisa memberikan arahan dalam menentukan arah perusahaan, walaupun keputusan tertinggi ada pada top manajemennya.



Dalam mengelola organisasi dalam UMKM bisnis hendaknya kita bisa menstimulasi kreatifitas dari para karyawan untuk bisa terus “vokal” atau pro aktif dalam mengelola bisnis, seperti kita ketahui bahwa kondisi organisasi atau bisnis yang lemah adalah tidak adanya keterlibatan suara karyawan dalam mengelola *core* bisnisnya, berilah ruang untuk karyawan dalam *show up* terkait dengan performa karyawan masing-masing, disisi lain dengan keterlibatan partisipasi manajemen dalam mengelola bisnis perusahaan akan mempercepat dalam profit namun hal yang harus digaris bawahi pada dasarnya peranan manajemen hanya bersifat *supporting* dan pengambilan keputusan penting, terkadang tidak mengetahui kondisi yang terjadi di lapangan.

Dalam bisnis yang baru melangkah berjalan khususnya di UMKM maka keterlibatan moderat atau partisipasi manajemen belum memasuki kedalam fase tersebut, namun dengan UMKM maka karyawan distimulasi untuk berperan aktif dalam pengambilan keputusan sesuai kapasitasnya masing- masing, karena kita ketahui bersama dalam level UMKM tidak memerlukan sistem yang benar-benar kuat, semua berdasar pada *Relationship* atau hubungan antara pemilik usaha dan karyawan. Dengan memperkuat karyawan yang mudah dikontrol di bawah 30 orang dalam UMKM, merupakan sesuatu nilai tambah dalam pertumbuhan bisnis UMKM dimasa yang akan datang. Karena karyawan memiliki peranan penting dalam keberlangsungan bisnis UMKM.

Ruang lingkup UMKM hanya dalam lingkup yang kecil sehingga mudah dikontrol, tetapi hanya mengontrol karyawan tanpa melakukan pengembangan SDM

atau Sumber Daya manusia tidak akan efektif karena tetap saja pemilik usaha akan cepat lelah karena harus melakukan *micromanaging* yang sebetulnya tidak perlu dilakukan bisa karyawan sudah dibentuk untuk menjadikan lebih pro aktif dan bersuara dalam setiap adanya pengembangan bisnis perusahaan menuju lebih baik.

2) Kerja Tim yang *Auto Pilot*

Dengan melakukan penguatan bisnis UMKM *digital marketing* dalam konteks penguatan kerja tim maka akan meningkatkan dan menumbuhkan perusahaan menjadi lebih berkembang. Karena dalam bisnis khususnya bisnis UMKM tidak bisa berjalan sendiri dengan mengandalkan tenaga sendiri tetapi harus dilakukan bersama sama sesuai dengan spesialisasinya. Dalam UMKM menjalankan bisnis sebagai contoh bisnis UMKM *start-up* atau perusahaan rintisan di dalam bisnis *digital* sebagai contoh mudahnya.

3) Teknologi yang Terintegrasi

Dalam era saat ini dalam bisnis UMKM, sebaiknya sudah harus bertransformasi bisnis secara digital dari metode marketing atau penjualan secara *offline* atau tradisional menuju ke arah *digital marketing* dan *online selling* melalui beberapa *e-commerce* dan sosial media. Sebagai pelaku usaha UMKM harus mensinergikan teknologi dengan *core* bisnis yang dijalaninya. Karena akan menjadikan suatu lompatan pengembangan bisnis yang signifikan bila teknologi berhasil diadaptasi didalam lini bisnisnya. Dengan berfokus pada penyediaan fleksibilitas produksi dan pelayanan dan melibatkan design dan teknologi informasi yang merupakan komponen kunci dari digitalisasi bisnis, berikut merupakan komponen kunci yang perlu diterapkan dalam pengembangan bisnis UMKM dengan metode *digital marketing*.

4) Pembelajaran Organisasi

Merupakan organisasi yang semua anggotanya terus meningkatkan kemampuannya untuk mencapai kinerja yang diharapkan. Organisasi pembelajaran adalah suatu organisasi di mana pemikiran baru senantiasa dihargai dan ditumbuh kembangkan. Organisasi pembelajaran adalah Semua aspirasi anggota secara individu dan kelompok diberi kebebasan. Organisasi pembelajaran adalah organisasi yang anggotanya belajar bersama secara berkelanjutan atau belajar sepanjang hayat. Terdapat lima disiplin dalam organisasi pembelajaran, yaitu:

- a) Berpikir sistem (*systems thinking*),
- b) Masteri personal (*personal mastery*),
- c) Model-model mental (*mental models*),
- d) Membangun visi bersama, Pembelajaran tim sebagai landasan organisasi pembelajaran. Organisasi pembelajaran menjadi topik menarik di antara pakar-pakar dan praktisi manajemen belakangan ini.

Menurut para ahli memandang organisasi pembelajaran sebagai proses perbaikan tindakan melalui peningkatan pemahaman dan pengetahuan (Fiol & Marjorie, 1985). Sementara itu Senge (1990) mendefinisikan organisasi pembelajaran ialah proses pengembangan kemampuan yang dilakukan secara terus-menerus oleh organisasi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Organisasi pembelajaran (*learning organization*) ialah kemampuan organisasi untuk tanggap

dan mampu menjawab berbagai kondisi lingkungan yang memengaruhi keberhasilannya. Jadi, organisasi pembelajaran merupakan organisasi yang sangat adaptif dan responsif terhadap lingkungan eksternalnya dan sekaligus kuat lingkungan internalnya. Sistem yang baik dalam berorganisasi adalah mampu beradaptasi pada situasi dan bersinergi dengan informasi terkini untuk mengantisipasi perubahan masa depan. Bangunlah bisnis UMKM yang Adaptif, dan persiapkan hal-hal terburuk dalam bisnis UMKM meskipun dalam ketidakpastian saat ini.

5) Proses Perbaikan

Dalam Siklus Proses Bisnis Tahap pemodelan *as-is* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan proses (proses *awareness*) dari sebuah organisasi. Tahap perbaikan proses (process *improvement*) akan mengevaluasi ide-ide alternatif dan ‘menggerakkan’ organisasi ke sesuatu yang baru atau berbeda. Semua informasi yang tersedia dari proses yang ada saat ini dan pain point mereka, kendala yang ada dan sumber daya yang tersedia, model referensi dan best practice yang available, semua perlu dikonsolidasikan pada saat proses perbaikan. Untuk meningkatkan proses bisnis sebuah organisasi, dibutuhkan pengalaman proyek proses engineering yang komprehensif. Setiap proses terlihat berbeda dan tidak ada jawaban umum untuk bagaimana proses dapat ditingkatkan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan PKM yang dilakukan di Kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan berfokus pada penyuluhan tentang Pengelolaan Organisasi Usaha dan Penerapan *Mindset Digital Business* melalui konsep HPO (*High Performance Organization*) serta penerapan digital business yang memiliki peranan sangat penting dalam menunjang produktivitas.

Para pelaku UMKM harus bisa bersaing dalam kondisi serba digital saat ini, bukan hanya dari aspek strategi marketing dan digitalisasi system penjualannya namun perlu melakukan pembenahan dari konsep pengelolaan organisasi dengan berkonsep pada HPO atau Performa Organisasi Tingkat tinggi untuk melakukan transformasi pada pelaku UMKM nya dengan dibekali pengetahuan terkait dengan konsep HPO dalam mengelola Sumber daya Manusianya maka secara total akan meningkatkan produktifitas kerjanya dari setiap pelaku UMKM dengan para pegawainya.

Kegiatan penyuluhan tentang Penerapan Pengelolaan Organisasi dan penerapan mindset digital business sangat diperlukan untuk meningkatkan profit dan produktifitas SDM atau para karyawannya bagi pelaku UMKM binaan kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa UNPAM khususnya Program Studi Magister Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari peserta.

Antusias dari para peserta terlihat dengan banyaknya pertanyaan dan semangat dalam praktek langsung serta mendengarkan penyampaian materi karena banyak yang belum tahu tentang Pengelolaan Organisasi dan penerapan *mindset digital business*. Harapan kami dengan pengabdian ini dapat menambah ilmu yang bermanfaat khususnya dalam penerapan serta pengelolaan organisasi usaha dan *mindset digital business*.

2. Saran

Berdasar hasil kegiatan pelatihan yang telah dilakukan oleh tim PKM di Kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan, maka saran yang dapat kami berikan adalah:

- a. Pihak Kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan dapat melakukan kegiatan pelatihan yang berkelanjutan kepada pelaku UMKM binaannya agar pemahaman tentang pengelolaan organisasi usaha yang benar dan sesuai dengan kondisi saat ini dapat lebih mendalam dengan mengikuti pelatihan atau training lanjutan terhadap pengelolaan organisasi dan SDM tingkat lanjut.
- b. Perlu adanya jalinan kerjasama jangka panjang kepada pihak UNPAM dalam program-program pelatihan dari bidang ilmu manajemen lainnya bagi para pelaku UMKM guna peningkatan pengetahuan dan kemampuan manajerial.
- c. Perlu adanya dukungan fasilitas, sarana dan prasarana pendukung dan memadai guna mendukung pelatihan dan pengembangan usaha.
- d. Adanya dukungan biaya dari universitas/kampus atau dari dinas setempat terhadap pelaksanaan kegiatan PKM dalam membangaun dan mecerdaskan masyarakat serta dapat meringankan beban ekonomi para mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKM di Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United States: Prentice Hall.
- Femi Oktaviani, 2018. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun *Brand Awareness*. *PRofesi Humas*, Volume 3 No.1
- Hariandjo (2007:113), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mokhtar, N. F. (2015). Internet Marketing Adoption by Small Business Enterprises in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*.
- Mclead Pearson (2008:59), dalam Nitisemito 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Ghalia Indonesia.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sellitto, C. (2004). Internet adoption by Australian wineries: Perceived benefits and direct marketing practices. *International Journal of Wine Marketing*.
- Siti Rozinah. 2019. Pemanfaatan Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Tangerang Selatan. *Jurnal JDM* Volume 2.
- Smith, K. T. (2003). The Marketing Mix of Imc: A Move From The 4 P's To The 4c's. *Journal of Integrated Marketing Communicatons*, 1–3.
- Solihin, D., Eka, P., Suwanto, S., Kurniawan, P., & Susanto, N. (2021). Pelatihan Penyusunan Program Pemasaran Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Warga Desa Cicalengka. *DEDIKASI PKM*, 3(1), 101-105. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i1.14614>

- Sugiono (2015:93), *Metode Penelitian dan Pengembangan*, CV ALFABETA, Bandung, 2015.
- Sugiyanto, (2020) *Manajemen Pemasaran: Inspiring The Salesmanship*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 9786237815853
- Sugiyanto, and Luh Nadi, and I Ketut Wenten, (2020) *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Serang. ISBN 978-623-7815563
- Sukirno, Sadono (1998:26), *Pengantar Teori Makroekonomi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1998
- Trio Febriyanto, Mohamad. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada era Masyarakat ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara* Volume 1 No 2 Desember 2018.