

PERAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM DI PASAR MODERN INTERMODA BSD PADA MASA PANDEMI COVID 19**Imas Masriah¹; Gressy Transiseno²; Ibrahim³; Firman Amar Faras⁴; Encung Sumarna⁵; Indah Rosdiana Sari⁶**

Email : dosen02036@unpam.ac.id¹, gressytransiseno@gmail.com²,
mazzaim77@gmail.com³, frmnfaras@gmail.com⁴, encung150470@gmail.com⁵,
Idahrosdiana60@gmail.com⁶

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada masa pandemi Covid 19 ini dilakukan dengan Pengelola Pasar Modern Intermoda BSD Tangerang bekerjasama dengan PT. Sarana Jakarta Ventura. Tujuan untuk memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM yang ada di pasar modern Intermoda BSD agar mampu bangkit dan mandiri khususnya pada masa pandemic. Adapun metode yang digunakan yaitu ceramah, diskusi, dan pemberian materi mengenai manajemen sumber daya manusia dan digital marketing serta strategi yang harus dilakukan oleh UMKM agar dapat survive pada masa pandemic ini, Kesimpulan dari Pengabdian Kepada Masyarakat di Pasar Modern BSD City ini adalah UMKM membutuhkan bantuan pelatihan SDM dan pendampingan agar dapat bangkit dan mandiri dimasa pandemic ini. Solusi yang diberikan adalah bantuan pelatihan SDM bagi UMKM.

Keywords: Manajemen Sumber Daya Manusia; Kinerja; UMKM*Abstract*

Community Service Activities during the Covid 19 pandemic were carried out with the BSD Tangerang Intermoda Modern Market Manager in collaboration with PT. Sarana Jakarta Ventura. The aim is to provide training to MSME players in the BSD Intermoda modern market so that they are able to rise up and be independent, especially during a pandemic. The methods used are lectures, discussions, and the provision of material on human resource management and digital marketing as well as strategies that must be carried out by MSMEs in order to survive during this pandemic, the conclusion of this Community Service in the BSD City Modern Market is that MSMEs need help HR training and mentoring so that they can stand up and be independent during this pandemic. The solution given is human resource training assistance for MSMEs.

Keywords: Human Resource Management; Performance; UMKM

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 yang terus terjadi hingga kini telah membawa pengaruh yang luar biasa hampir seluruh negara dibuat pusing. Karena lini yang sangat besar terjadi pada perekonomian suatu negara. Indonesia pun menjadi salah satu negara yang terkena dampak dari pandemi ini. Sebagai contoh penurunan omset di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di pasar Intermoda BSD menurunnya daya beli konsumen pada usaha bisnis para UMKM tersebut dan menyebabkan beberapa karyawan dirumahkan karena perputaran roda UMKM tidak berjalan lancar. Padahal dalam catatan sejarah, ketika krisis ekonomi terjadi pada tahun 1998 dimana setiap sektor usaha pada kolaps, tetapi UMKM mampu bertahan dan menjadi penyelamat nasional karena mampu tumbuh sampai 350%. Tetapi Covid 19 begitu ganasnya, bahkan UMKM yang mengalami dampak sangat besar yaitu penurunan omset yang signifikan bahkan bisa saja pelaku UMKM gulung tikar.

Diiperlukan suatu langkah yang berlian sebagai pelaku UMKM agar mampu membaca peluang ditengah pandemic ini. Mulai dari langkah penggunaan Digital Marketing yang tentu tidak mudah. Banyak hambatan atau masalah yang pasti dihadapi oleh pelaku UMKM. Karena kebiasaan sebelumnya dimana antara penjual dan pembeli dilakukan secara offline, sekarang mau tidak mau – suka tidak suka harus dilakukan secara online agar UMKM tetap berjalan. Belum PSSB yang diterapkan oleh pemerintah setempat menjadi salah satu alasan daya beli masyarakat yang merosot tajam.

Pasar Modern BSD City merupakan salah satu pasar yang banyak pengusaha UMKM mulai dari lapak- lapak penjual sayur-sayuran, buah, bumbu dapur, hingga daging yang dibutuhkan (ayam, bebek, sapi, kambing, hewan laut dll) juga terdapat area potong unggas. Pasar tersebut difasilitasi dengan rea bermain anak-anak dan kios pasar yang menjual pakaian, sepatu dan kebutuhan lain juga banyak. Kawasan intermodal City terhubung dengan

stasiun Cisauk dan yang bersinergi dengan terminal bis dan Stasiun KRL Cisauk, seperti halnya Pasar Modern lain yang sudah ada di BSD bersih dan modern dan terintegrasi dengan Terminal Bis. Tentu itu menjadi nilai tambah dikawasan tersebut karena secara otomatis dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan pembeli yang akan berdampak kepada peningkatan nilai penjualan dan dapat menumbuhkan perekonomian bagi pelaku UMKM. Selain itu sebagai penunjang dan pelengkap fasilitas yang ditawarkan oleh pengelola Kawasan pasar modern intermoda BSD City antara lain : berupa kampus, Kawasan permukiman, Kawasan bisnis, perkantoran, mall dan lain – lain.

Karena pandemi yang cukup lama kita tidak dapat memungkiri, pola rutinitas pelaku UMKM menjadi permasalahan yang harus diselesaikan. Perlunya penggunaan Protokol Kesehatan, Belum aturan pembatasan yang menjadi berkurangnya pembeli yang datang, belum lagi kebiasaan offline baik penjual dan pembeli karena lebih nyaman langsung transaksi ditempat. Jadi inti permasalahan terletak pada pelaku UMKM yaitu dalam penggunaan teknologi baik untuk pemasaran maupun transaksi masih belum maksimal, karena kebiasaan konsumen yang lebih nyaman langsung transaksi ditempat yang memungkinkan terjadi tawar menawar dan itu salah satu kelebihan kalau transaksi secara offline.

Maka dari itu para pelaku UMKM harus mampu migrasi dari offline menjadi online dan menjadikan UMKM mereka menjadi warung-warung digital yang siap bersaing dan melayani konsumen dimanapun dan kapan pun. Ini yang harus menjadi motivasi pelaku UMKM agar mau hijrah ke digitalisasi UMKM agar mampu bertahan dan bersaing. Jawaban yang bisa mewakili digitalisasi yaitu ketika diterapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar ternyata mampu menaikkan manfaat pada penggunaan digitalisasi seperti: *e-Comerce*, *e-Learning*, *e – pay* dan permintaan *delivery*. Tentu ini membawa nilai positif dari pemanfaatan

teknologi ditengah pandemi Covid (Hardilawati, 2010).

Menurut McKinsey (2018) ada empat keuntungan dari ekonomi digital. Mulai dari peningkatan penjualan dengan profit yang lebih besar, penciptaan lapangan kerja yang dinamis untuk UMKM dan keuntungan bagi konsumen untuk mendapat potongan sampai 25 persen. Diharapkan itu bisa menjadi bekal bagi pelaku UMKM agar lebih termotivasi untuk menggunakan digitalisasi transaksi mereka.



Gambar 1 : Simbolik Pemberian Bantuan Pemodalannya UMKM kerjasama dengan PT.Sarana Jakarta Ventura

Pandemi covid-19 ini bisa menjadi suatu yang positif bagi para pelaku UMKM. Dengan membaca peluang ketika menghadapi tantangan Covid ini dijadikan energi positif untuk kebangkitan UMKM. Adapun yang perlu dilakukan dengan megadopsi digitalisasi ke dalam aktivitas UMKM. Itu dapat dilakukan dengan mengamati faktor-faktor yang mempengaruhi UMKM terjadi penurunan transaksi dengan observasi mulai dari akses pasar yang tadinya offline sekarang menjadi online, peningkatan permodalan dan penguatan Sumber Daya Manusia (SDM).

Untuk jangka pendek, diperlukan pendampingan dan pelatihan untuk para pelaku UMKM mulai dengan pelatihan pemanfaatan e-commerce untuk promosi atau menjual produk UMKM mereka. Data dari Badan Pusat Statistik

(BPS) melaporkan pada tahun 2018 baru 3,79 juta UMKM (8 %) yang telah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya (Setyorini, Nurhayati, & Rosmita, 2019). Hal ini bisa menjadi alternatif untuk memotivasi para pelaku UMKM untuk menggunakan platform online untuk mampu bertahan dimasa pandemi ini. Selanjutnya, kebijakan jangka pendek dilanjutkan dengan kebijakan lebih luas. Pemerintah dan jajarannya dapat merencanakan dengan membuat peta jalan pengembangan UMKM dalam menghadapi pandemi covid ini mulai dari pelatihan ulang (retraining) untuk para pekerja UMKM agar mampu beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital, membuat perencanaan pembangunan infrastruktur telekomunikasi, dan perlu melibatkan dunia akademisi dan usaha besar untuk pendampingan pengenalan dan penggunaan teknologi produksi pada media digital, dan yang paling penting dapat menghidupkan kembali program kemitraan usaha besar dan UMKM (Pakpahan, 2020).

Menurut Alfian dkk. Ada 5 upaya yang strategi untuk UMKM agar mampu bertahan dalam pandemi Covid 19 yaitu: 1. Mempelajari tentang digital marketing seperti membuat media promosi melalui media sosial, 2. Memperkuat Sumber daya manusia dengan cara menanamkan pembelajara mengenai era globalisasi dan teknologi, 3. Inovasi kreatif untuk membuat konsumen tertarik membeli suatu produk pada masa pandemi, 4. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan menjamin kebersihan dan keamanan produk yang ditawarkan dan 5. Kebijakan pemerintah terhadap UMKM/ bantuan dari pemerintah seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dana agar UMKM tetap berjalan (Alfrian & Pitaloka, 2020). Penelitain strategi manajemen bisnis pasca COVID-19 yang dilakukan oleh Ika dkk (Fitriyani, Sudiyarti, & Fietroh, 2020) dimana hasil penelitian tersebut adalah para UMKM dapat melakukan pengembangan strategi untuk pemasaran yang tepat dalam mencapai target penjualan maupun

produktivitas yang lebih baik. Diperlukan perencanaan dan pengembangan produk usaha dengan menekankan pada harga yang terjangkau dan harus menarik minat konsumen. Mampu menentukan distribusi produk yang tepat dalam persaingan. Melalui peningkatan teknologi dan didorong karena adanya pembatasan sosial maka para UMKM mampu memperkuat pada bidang pemasaran, melalui media digital yang mampu menjangkau konsumen tanpa Facebook, Instagram, dan WhatsApp yang mampu menjangkau konsumen dimana saja serta mampu menampilkan video unik dan menarik sebagai media promosi. Selain melakukan penguatan terhadap bidang pemasaran para pelaku UMKM harus memperkuat di bidang manajemen sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan yang terukur dibidang digitalisasi agar mampu beradaptasi pada kondisi pandemi seperti ini, dengan mempelajari tentang pemanfaatan teknologi yang ada sekarang, memudahkan para UMKM untuk membuat diversifikasi produk dengan teknologi dan meningkatkan kualitas layanan produk terhadap konsumen.

B. METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan PKM ini menggunakan beberapa metode yaitu:

1. Pengumpulan informasi/data dan Brainstorming dengan wawancara secara langsung dan menggunakan kuisioner pada para pelaku UMKM di pasar modern internoda BSD) masa pandemi Covid-19
2. Pelatihan Manajemen dalam bentuk memberikan edukasi Pelatihan SDM dan Digital Marketing penerapannya (dengan memberikan penyuluhan kepada Pelaku UMKM pasar modern internoda BSD) masa pandemi Covid-19
3. Evaluasi penerapan Pelatihan SDM dan Digital Marketing dalam upaya peningkatan kinerja pelaku UMKM pasar modern internoda BSD pada masa pandemi Covid-19



**Gambar 2 Intermoda BSD
Pemberian Pelatihan SDM Kepada Peserta
UMKM di Pasar Modern**

Adapun waktu dan pelaksanaan kegiatan :

1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 17 – 19 September 2020
2. Tempat pelaksanaan di Pasar Modern Intermoda BSD City Tangsel

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang diperlukan dalam kegiatan PKM ini meliputi :

- a. Pada tahap ini dilakukan survei lokasi di UMKM pasar modern internoda BSD city Kota Tangerang Selatan
- b. Setelah survei maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan.
- c. Rapat Koordinasi Tim. Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.

2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahap pelaksanaan yang dilakukan meliputi :

- a. Sosialisasi Program. Pada tahap awal pelaksanaan dilakukan sosialisasi program kepada calon mitra di Intermoda BSD Tangsel.



Gambar 3
Sosialisasi dan Pelatihan SDM Kepada Peserta UMKM

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi adalah tahap akhir setelah semua rangkaian kegiatan pkm dilaksanakan. Diharapkan ada perbaikan dan saran yang bisa dilanjutkan untuk kegiatan pkm selanjutnya dengan menjadikan para pelaku UMKM di pasar intermoda BSD sebagai mitra atau Binaan Kampus dalam memberi manfaat kepada masyarakat.



D. KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

1. Mengadakan Pengabdian Kepada Peserta UMKM dalam pendampingan lanjutan dengan Memotivasi Masyarakat UMKM di Pasar Intermoda BSD untuk Bangkit Mandiri sukses maju dan kreatif dengan pelatihan SDM dan Digital Marketing kepada pengusaha UMKM utk mengembangkan usahanya menjadi Maju dan memulihkan Omsetnya seperti saat saat sebelum Pandemi.
2. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat kepada peserta UMKM dalam pendampingan Pelatihan bagaimana mmbuat usaha itu maju dengan menggunakan aplikasi teknologi untuk memasarkan usahanya tidak hanya disekitar wilayah Intermoda BSD saja tapi bisa keseluruh nusantara dengan menggunakan FB, WA, Instagram Dan lain lain dengan menjalin kerjasama dengan Grab, Go-jek, JNE, Tiki untuk memperlancar Distribusi Penjualan agar tepat Nyampainya ke Pembeli.
3. Melakukan pendampingan dan pelatihan yang berkelanjutan di pasar Intermoda agar Saat menggunakan digitalisasi UMKM dengan kemajuan teknologi seperti FB,WA,Instagram dan lain dan bisa tepat sasaran dan mampu bersaing.

Saran

Agar kedepannya nanti kami peserta PKM dan yayasan bisa mewujudkan Rumah Pelatihan SDM untuk UMKM di Pasar InterModa BSD sehingga dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi bagi para pelaku UMKM agar mampu bersaing secara lokal dan Nasional

DAFTAR PUSTAKA

Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). STRATEGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERTAHAN PADA KONDISI PANDEMIK COVID 19

- DI INDONESIA. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6: Vol. 6 No. 2 (2020)*, 139-146.
- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). STRATEGI MANAJEMEN BISNIS PASCA PANDEMI COVID-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, Vol. 1 No. 2*, 87-95.
- Hardilawati, W. L. (2010). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika, Vol. 10 No. 1, Juni 2020*, 89-98.
- Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 DAN IMPLIKASI BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional (JIHI), Edisi Khusus*, 59-64.
- Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 501-509.
- Susanto, S., & Halim, I. (2020). Pengaruh Human Relation Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Kompas Gramedia Cabang Karawaci. *PROCEEDINGS UNIVERSITAS PAMULANG, 1(1)*.
- Sahroni, S., Susanto, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Apriansyah, M. (2020). Penumbuhan Wirausaha Baru Pada Majelis Da'wah Al'adni. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2)*.
- Yanto, O., Susanto, S., Nugroho, A., Santoso, B., & Gueci, R. S. (2020). Sosialisasi Kekayaan Intelektual Guna Menumbuhkembangkan Usaha Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global Pada Revolusi 4.0. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2)*.