

STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENINGKATAN POTENSI USAHA UMKM DI PASAR MODERN INTERMODA BSD PADA MASA PANDEMI COVID 19

**Hamsinah; Sri Utami; Mokhammad Irving A.S; Nuristya Agus .L;
Sugi Hartoyo; Tommy Christian
Magister Manajemen Universitas Pamulang,
email:dosen00941@unpam.ac.id**

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada hari Rabu 23 September 2020 ini dilakukan oleh Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang dengan Pengelola Pasar Modern Intermoda BSD Tangerang bekerjasama dengan PT. Sarana Jakarta Ventura dengan tujuan untuk memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM yang ada di pasar modern Intermoda BSD agar mampu bangkit dan mandiri khususnya pada masa pandemi. Adapun metode yang digunakan yaitu ceramah, diskusi, dan pemberian materi mengenai strategi manajemen sumber daya manusia 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 pandemi ini. Solusi yang diberikan adalah bantuan pelatihan SDM bagi UMKM.

Keywords: Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia; Peningkatan Potensi; UMKM

Abstract

This Community Service Activities on Wednesday, September 23, 2020 was carried out by master student of Pamulang University Management with the manager of 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 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 Strategies; Potential Increase ; UMKM

PENDAHULUAN

Proses yang tertuang dalam rencana kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia secara keseluruhan demi adanya perubahan yang diharapkan oleh sebuah perusahaan biasa disebut dengan Strategi manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Strategi MSDM merupakan suatu pertalian antara manajemen sumber daya manusia dengan tujuan dan sasaran strategi yang dimaksudkan agar dapat memperbaiki kinerja bisnis dan mengembangkan budaya

organisasi. Hal ini dapat mendorong dan membantu untuk berkreasi, berinovasi dan lebih fleksibel.

Strategi MSDM pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat dibutuhkan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasar Modern Intermoda BSD City pada masa pandemi menunjukkan trend menurun. Hal tersebut karena berkurangnya transaksi jual beli secara langsung akibat adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB dimaksudkan agar menekan angka

pemyebaran virus covid 19. Oleh karena itu perlu adanya strategi MSDM seperti membantu memberikan motivasi, memberikan penguatan dalam pelaksanaan program kemitraan, kerjasama bilateral dengan PT Jakarta Ventura Sarana memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan digital marketing sehingga omset penjualan dan permasalahan yang ada dapat diminimalisir.

Pasar Modern Intermoda BSD City adalah sentra ekonomi di wilayah Serpong yang memiliki peran vital bagi masyarakat serta merupakan bagian dari smart city itu sendiri, dimana para pengunjung berbelanja seperti dipasar tradisional dengan nyaman dan nyaman. Pasar merupakan sebuah tempat untuk bertemunya penjual dan pembeli dimana sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Bagi pengusaha UMKM pasar merupakan tempat yang sangat penting untuk memasarkan barang yang mereka hasilkan.

Peranan UMKM tidak dapat dipisahkan dari upaya para stakeholder terkait untuk mewujudkan pertumbuhan sekaligus mengangkat kesejahteraan para pelaku UMKM. Salah satu indikator meningkatnya pendapatan mereka. Kondisi ini diharapkan dapat tercapai dengan memaksimalkan strategi MSDM yang telah dirancang khusus untuk para pelaku UMKM di Pasar Modern Intermoda BSD City Tangerang selatan.

Pandemi Covid 19 yang terus terjadi mulai awal januari hingga kini telah membawa pengaruh yang luarbiasa hamper diseluruh negara dan mengganggu berbagai sector kehidupan seperti ekonomi, kesehatan, pendidikan, sosial dan seterusnya. Indonesia termasuk salah satu negara yang terkena dampak dari pandemi ini terutama disektor ekonomi. Sebagai contoh penurunan omset UMKM di Pasar Modern Intermoda BSD City 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 tahun 1998 dimana setiap sector usaha pada kolaps, tetapi UMKM mampu bertahan dan menjadi penyelamat nasional karena mampu tumbuh sampai 350%, tetapi Covid 19 begitu ganas. Bahkan UMKM yang mengalami dampak sangat besar yaitu penurunan omset yang signifikan bahkan bisa saja pelaku UMKM gulung tikar.

Oleh karena UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi permasalahan pengangguran maka dibutuhkan suatu solusi bagi pelaku UMKM agar mampu membaca peluang ditengah pandemi ini. Sebelum pandemi melanda dunia kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto di Indonesia meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir dan adanya serap tenaga kerja oleh UMKM juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama. Permasalahan muncul mulai dari penggunaan digital marketing yang tentu tidak mudah, menurunnya semangat berdagang, kecilnya mendapatkan peluang usaha dan sebagainya. Ini merupakan tantangan yang pasti dihadapi oleh pelaku UMKM. Adanya perubahan kebiasaan yang sebelumnya antara penjual dan pembeli dilakukan secara langsung sekarang berubah harus dilakukan secara online agar UMKM tetap berjalan, ditambah PSBB yang diterapkan oleh pemerintah setempat menjadi salah satu alasan daya beli masyarakat yang merosot tajam.

Pasar modern Intermoda BSD City merupakan salah satu pasar yang banyak pengusaha UMKM mulai dari lapk-lapak penjual sayur-sayuran, buah, bumbu dapur hingga daging dibutuhkan (ayam, bebek, sapi, kambing, hewan laut dll) juga terdapat area potong unggas. Pasar tersebut difasilitasi dengan area bermain anak-anak dan kios pasar menjual pakaian, sepatu dan kebutuhan lain juga banyak. Kawasan Intermoda City terhubung dengan stasiun Cisauk dan yang bersinergi dengan terminal bus dan stasiun KRL Cisauk. Seperti halnya Pasar Modern lain yang sudah ada di BSD bersih dan modern terintegrasi dengan terminal bus. Tentu itu menjadi nilai tambah

dikawasan tersebut karena secara otomatis dapat meningkatkan jumlah pengunjung 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 kampus, pemukiman, kawasan bisnis, perkantoran, mall dan lain-lain.

Dimasa pandemic yang cukup lama ini, pelaku UMKM harus mendapat motivasi baik dalam diri maupun pihak terkait seperti pengelola pasar. Perlunya penerapan protocol Kesehatan secara maksimal sehingga penjual dan pembeli yang datang akan merasa aman dan nyaman untuk langsung berinteraksi ditempat. Jadi inti permasalahan terletak pada pelaku UMKM yaitu perlunya motivasi dan 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 transaksi secara online.

Para pelaku UMKM harus mampu migrasi dari transaksi langsung menjadi online dan menjadikan UMKM mereka menjadi warung-warung digital siap bersaing dan melayani konsumen dimanapun dan kapanpun. Ini harus menjadi motivasi pelaku UMKM untuk hijrah ke digitalisasi UMKM agar mampu bertahan dan bersaing. Digitalisasi marketing ternyata mampu menaikkan manfaat pada penggunaan digitalisasi seperti e-commerce, 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 antara lain peningkatan penjualan dengan profit yang lebih besar, penciptaan lapangan kerja yang dinamis untuk pelaku UMKM, keuntungan bagi konsumen untuk mendapat potongan sampai 25%, menjadi bekal bagi pelaku

UMKM agar lebih termotivasi untuk menggunakan digitalisasi transaksi merk.

Pandemi covid 19 ini bisa menjadi suatu yang positif bagi para pelaku UMKM, dengan membaca peluang ketika menghadapi tantangan covid ini menjadi energi positif untuk kebangkitan UMKM. Adapun yang perlu dilakukan dengan mengadopsi digitalisasi ke dalam aktivitas UMKM. Itu dapat dilakukan dengan mengamati factor-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.

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 dan 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 pandemic covid 19 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 lima upaya yang strategis untuk UMKM agar mampu bertahan dalam pandemi covid 19 yaitu 1. Mempelajari tentang digital marketing

seperti membuat media promosi melalui media social, 2 Memperkuat sumber daya manusia dengan cara menanamkan pembelajaran mengenai era globalisasi dan teknologi, 3. Inovasi kreatif untuk membuat konsumen tertarik membeli suatu produk dimasa pandemic, 4. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan menjamin kebersihan dan keamanan produk yang ditawarkan, 5. Kebijakan pemerintah terhadap UMKM berupa bantuansosial atau bantuan dana agar UMKM tetap dapat bertahan (Afrian dan Pitaloka, 2020).

Penelitian strategi manajemen bisnis pasca covid 19 yang dilakukan oleh Ika dkk (2020) dimana hasil penelitian tersebut dalah para pelaku UMKM dapat melakukan premgembvangan strategi untuk pemasaran yang tepat dalam mencapai target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik. Oleh karena itu diperlukan perencanaan dan pengembangan produk usaha dengan menekankan pada harga terjangkau dan harus menarik minat konsumen. Selain itu mampu menentukan distribusi produk yang



tepat dalam persaingan, seperti peningkatan teknologi dan didorong karena adanya PSBB 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 yang unik dan menarik sebagai media promosi.

Selain itu melakukan penguatan terhadap bidang pemasaran para pelaku UMKM harus memperkuat dibidang manajemen sumber daya manusia dengan

memberikan pelatihan terukur dibidang digitalisasi agar mampu beradaptasi pada kondisi apndemi ini dengan mempelajari pemanfaatan teknologi yang ada, memudahkan para UMKM untuk membuat derivikasi produk dengan teknologi dan meningkatkan kualitas layanan produk kepada konsumen.

METODOLOGI PELAKSANAAN



Dalam kegiatan PKM ini menggunakan beberapa metode yaitu :

1. Pengumpulan informasi atau data dan brainstorming dengan wawancara secara langsung dan menggunakan kuisisioner pada para pelaku UMKM di Pasar Modern Intermoda BSD City di masa pandemic covid 19.

Gambar 1. Peserta UMKM dalam kegiatan PKM di Pasar Modern Intermoda BSD City

2. Pelatihan Strategi MSDM dalam bentuk pelatihan edukasi Strategi MSDM dan digital marketing dengan memberikan penyuluhan kepada pelaku UMKM.

Gambar 2. Penyampaian materi motivasi oleh narasumber Dr. Ir. Hj Hamsinah, M.Si

3. Evaluasi penerapan pelatihan Strategi MSDM dan Digital Marketing dalam upaya peningkatan kinerja pelaku UMKM.

Adapun waktu pelaksanaan kegiatan :

1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan Rabu tanggal 23 september 2020.

2. Tempat pelaksanaan di Pasar Modern Intermoda BSD City Tangerang Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini yang diperlukan adalah sebagai berikut :

- a. Survey lokasi UMKM di Pasar Intermoda BSD City Tangerang Selatan.
- b. Menentukan waktu pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan PKM.
- c. Mengadakan rapat koordinasi mengenai pembagian tugas kepada tim PKM, membuat rundown, menyiapkan surat tugas dan sebagainya.

2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada tahap ini yang harus dilakukan adalah :

- a. Sosialisasi program kepada pelaku UMKM di Pasar Modern Intermoda BSD City.
- b. Tandatangani surat kerjasama dengan PT Sarana Jakarta Ventura dalam penyelenggaraan acara pelatihan Strategi SDM di Pasar Modern Intermoda BSD Tangerang Selatan.
- c. Pelaksanaan dengan rangkaian acara yang dipandu oleh mahasiswa Pascasarjana Universitas Pamulang dan didampingi para dosen sebagai narasumber dimulai dari sambutan, penyampaian materi, tanya jawab dan pemberian doorprice oleh panitia penyelenggara.
- d. Penutup dan doa.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini setelah semua rangkaian kegiatan PKM dilaksanakan, maka diharapkan ada perbaikan dan saran yang bisa dilanjutkan untuk kegiatan PKM selanjutnya dengan menjadikan para pelaku UMKM di Pasar intermodal BSD City sebagai binaan atau mitra kampus UNPAM dalam memberi manfaat kepada masyarakat.

KESIMPULAN

1. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat dapat melakukan pendampingan lanjutan dengan memberikan pelatihan sesuai kebutuhan, dengan harapan mampu memotivasi pelaku UMKM untuk bangkit, mandiri, sukses, maju dan kreatif dengan pelatihan Strategi SDM dalam

pengembangan usaha sehingga ada pemulihan omset.

2. Pelatihan membuat usaha menjadi maju dengan menggunakan aplikasi teknologi untuk memasarkan usahanya tidak hanya disekitar wilayah serpong tetapi seluruh Indonesia, melalui media social facebook, Instagram, Whatsapp dengan menjalin Kerjasama dengan Grab, Gojek, JNE, TiKi untuk memperlancar distribusi penjualan agar tepat samapai ke customer.

SARAN

Kami Peserta PKM berharap dapat memberikan pelatihan yang berkesinambungan agar pelaku UMKM di Pasar Intermoda BSD City dapat bangkit dan semangat serta dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi sehingga mampu bersaing secara local dan nasional terutama di masa pandemi ini.



Gambar 3. Foto Bersama tim PKM setelah acara pelatihan selesai

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A.Z dan Dharma, M.B (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. Pascasarjana Universitas Pamulang ; Prosiding Seminar Ilmiah Nasional "Membangun Pradigma Kehidupan Melalui Multi Disiplin Ilmu".
- Alfrian, G.R & Pitaloka, E (2020), Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemi covid 19 di Indonesia. Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif ke-6: Vol 6 No.2 (2020), 130-146.

- Fitriyani, I. Sudiyarti, N & Fietroh, M.N (2020) Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid 19. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, Vol 1 No2, 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.
- Sahroni, S., Krisyanto, E., Ganar, Y. B., Mukrodi, M., & Dinantara, M. D. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Dalam Mempersiapkan Wirausaha-Wirausaha Baru Di Pkbm Nurul Qolbi Kota Bekasi-Jawa Barat. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 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).
- 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.
- Sunarto, Andi. 2009. Seluk Beluk E-Commerce. Panduan Bagi Pemula untuk Menjual Produknya Melalui Internet. Jogjakarta: Garailmu.
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).