

MENGEMBANGKAN PRILAKU (*BEHAVIOR*) DAN POLA PIKIR (*MINDSET*) PARA PELAKU UMKM CIBODAS JASA KOTA TANGERANG DALAM KONTEKS DIGITAL

¹Endang Sugiarti, ²Fajar Yoga Pradana, ³Erni Nila Sari, ⁴Novan Nurviyaddin, ⁵Sulastris
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
[*dosen00725@unpam.ac.id](mailto:dosen00725@unpam.ac.id)

Abstrak

Pengabdian ini berjudul mengembangkan perilaku (*behavior*) dan pola pikir (*mindset*) para pelaku usaha mikro kecil menengah Cibodas Jasa Kota Tangerang dalam konteks digital. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis ilmu manajemen dalam pengembangan UMKM dalam konteks digital yang berdampak pada peningkatan pendapatan penjualan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi mengenai manajemen, pengelolaan keuangan, pemasaran produk dan penerapan MSDM dalam pengembangan UMKM Cibodas Jasa yang berdampak pada peningkatan pendapatan penjualan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa akan dilakukan pendampingan dalam manajemen dalam mengembangkan bisnis para pelaku UMKM dengan mengubah perilaku (*behavior*) dan pola pikir (*mindset*) dalam konteks digital sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan penjualan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kata Kunci: Manajemen, Perilaku, Pola Pikir, UMKM

Abstract

This event is entitled to develop the behavior and mindset of micro, small and medium business actors Cibodas Jasa Kota Tangerang in a digital context. The general purpose of this community service activity is to provide training and practical knowledge of management science in developing MSMEs in a digital context that has an impact on increasing sales revenue in order to meet community needs. The method used is a survey method and direct material delivery as well as simulations and discussions on management, financial management, product marketing and the application of HRM in the development of MSMEs in Cibodas Jasa which has an impact on increasing sales revenue in order to meet the needs of the community. The conclusion of this community service is that there will be assistance in management in developing the business of MSME actors by changing behavior and mindset in a digital context as an effort to increase sales revenue in order to meet the needs of the community.

Keywords: Management, Behaviour, Paradigm, MSME

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan dunia usaha belum terlihat mengalami perkembangan yang signifikan, para pelaku usaha khususnya UMKM banyak sekali memiliki kesulitan dalam mengembangkan usahanya, baik itu secara permodalan, kualitas SDM, kemampuan dalam produksi atau memasarkan, keterampilan serta pengelolaan usaha yang baik. Pemerintah Republik Indonesia Undang-undang nomor 20 tahun 2008 secara khusus mengeluarkan aturan atau kebijakan mengenai UMKM, karena pemerintah menganggap bahwa pelaku UMKM ini sangat penting peranannya dalam pembangunan ekonomi nasional serta

mendukung program menuju Indonesia adil dan Makmur.

Pengertian UMKM itu sendiri sesuai Undang-undang nomor 20 tahun 2008 adalah Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah yakni sebagai bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil, pengelompokan UMKM dapat dilihat dengan adanya Batasan ozet per tahun, jumlah asset yang dimiliki dan jumlah karyawan. Adapun jenis UMKM terdiri dari, sebagai berikut :

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang

memenuhi kriteria usaha mikro. Omzet dari usaha mikro dalam setahun paling banyak Rp. 300 juta dan jumlah asetnya maksimal Rp. 50 Juta (diluar asset tanah dan bangunan). Contohnya pedagang di pasar, pedagang asongan dan lain sebagainya.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang atau perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha kecil memiliki omzet penjualan Rp. 300 Juta sampai dengan Rp. 2.5 milyar per tahun dan memiliki asset kekayaan bersih Rp. 50 juta sampai dengan Rp. 500 juta. Contohnya bengkel motor, bengkel mobil, catering, dan usaha fotocopy.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunannya. Usaha menengah memiliki omzet penjualan Rp. 2.5 milyar sampai dengan Rp. 50 milyar per tahun dan asset kekayaan diluar tanah dan bangunan sudah mencapai Rp. 500 juta per tahun. Contohnya perusahaan pembuatan roti, restoran besar, toko bangunan dan lain sebagainya (Sarreta 2021).

Dalam melakukan pengembangan para pelaku UMKM saat ini tidaklah mudah, banyak aspek atau factor-faktor penghambat dalam mengembangkan usahanya selain dari pada permodalan tentu saja kelemahan keterampilan dalam melakukan pemasaran dan produk akan menjadi factor penghambat bagi para pelaku UMKM.

Salah satu kelompok UMKM yakni UMKM Cibodas Jasa Kota Tangerang memiliki lebih dari 300 pelaku UMKM yang pada saat ini mengalami permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam

melakukan penjualan produknya. Para pelaku UMKM tersebut menyadari bahwa minimnya pengetahuan tentang digitalisasi yang diberikan, apa manfaatnya, fungsinya apa, para pelaku UMKM tersebut belum memahaminya. Kecenderungan metode penjualan tradisional yang dilakukan saat ini belum berdampak signifikan, pendapatan yang pas-pasan dengan keuntungan penjualan yang minim.

Menurut (Winarni;2006) keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses informasi untuk mempromosikan produk UMKM menjadi permasalahan yang perlu dipelajari secara karakteristik dalam upaya meningkatkan pertumbuhan UMKM.

Selain dari pada itu belum terbiasanya para pelaku UMKM dalam melakukan penjualan secara digital itu sebagai penghambat perkembangan usahanya, oleh karena itu perlu adanya perubahan atau transformasi yang ada pada individu para pelaku UMKM, sehingga dapat ikut serta dalam kompetisi dengan para pesaing di dunia usaha. Hal ini dapat dimulai dengan melakukan perubahan-perubahan terhadap perilaku (*behavior*) dan pola pikir (*mindset*) para pelaku UMKM dalam konteks digital.



Gambar 1. Kelompok PKM 3 Bersama Dosen Pendamping

Perubahan akan terjadi apabila keterbiasaan para pelaku UMKM menggunakan digitalisasi atau proses promosi produk dengan cara digital, memanfaatkan platform digital (*market place*) sebagai sarana untuk melakukan penjualan atau promosi, sebagian kalangan para pelaku UMKM enggan melakukan penjualan dan promosi dengan menggunakan *market place*, hal ini disebabkan oleh tidak memahami bagaimana cara menggunakan dan melakukan penjualan dan promosi didunia digital.

METODE

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini dengan diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu para pelaku UMKM Cibodas Jasa melalui *workshop* dan sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan mengenai pentingnya mengembangkan perilaku (*behavior*) dan pola pikir (*mindset*) dalam konteks digital seiring dengan perkembangan dunia bisnis.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Kecamatan Cibodas Kota Tangerang Propinsi Banten November 2021. Kegiatan ini dibimbing oleh dosen pendamping dari Universitas Pamulang dengan mengikut sertakan peran instansi terkait baik aparatatur kecamatan serta para pelaku UMKM.

Metode pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan di UMKM Cibodas Jasa, Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kecamatan Cibodas Kota Tangerang, Propinsi Banten pada bulan November 2021 yaitu metode pelatihan yang dirancang untuk mengembangkan sumber daya manusia melalui rangkaian kegiatan identifikasi, pengkajian serta proses belajar yang terencana. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, tim akan melakukan pelatihan-pelatihan bagi seluruh pelaku UMKM Cibodas Jasa.

Metode pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan dengan melalui tahapan sebagai berikut:

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

a. Survei awal.

Pada tahap ini dilakukan survei lokasi di UMKM Cibodas Jaya Kecamatan Cibodas Kota Tangerang.

b. Observasi.

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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa prinsip yang menjadi utama yang diterapkan agar sukses dalam era digital, diantaranya:

1. *Creativity & Innovation*

Kreativitas dan Inovasi adalah Kemampuan untuk berpikir dan memandang lingkungan dalam cara baru atau menghasilkan cara yang berbeda dalam menghadapi permasalahan pekerjaan dan peluang-peluang bisnis. Indikator keberhasilan dalam menerapkan *Creativity & Innovation* (Kreativitas dan Inovasi) adalah terbuka terhadap ide dan solusi kreatif, memanfaatkan sumber daya yang beragam, berpikir secara luas, memandang situasi dari beragam sudut, memastikan relevansi dari suatu ide atau informasi.

Adapun cara untuk membangun *Creativity & Innovation* (Kreativitas dan Inovasi) didalam individu yaitu berupaya memberikan minimal satu alternatif solusi sebelum menetapkan suatu keputusan, membaca buku, hasil penelitian atau jurnal tentang kreativitas berpikir atau pemikiran inovasi, menghadiri seminar atau pelatihan terkait inovasi dan menjaling jejaring, catat ketika memiliki suatu ide atau gagasan, sampaikan ide/gagasan/masukan ketika ada sesi tukar pikiran.

2. *Enterprenership*

Kewirausahaan adalah kemampuan mengenali peluang baru dan memposisikan perusahaan untuk mencapai keberhasilan bisnis. dengan cara mengembangkan atau meningkatkan market / pasar, produk atau layanan. Indikator keberhasilan dalam menerapkan *enterprenership* (Kewirausahaan) yaitu mampu memanfaatkan analisis data dan intuisi dalam pengambilan keputusan, mampu melihat masalah dan peluang dalam waktu tertentu, mampu menunjukkan kesediaan untuk mengambil resiko, mampu menyelaraskan hubungan teknologi informasi dan bisnis, mampu mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang menghambat kinerja.

Adapun cara untuk mengembangkan *enterprenership*

(Kewirausahaan) dalam diri individu yaitu membiasakan membaca hal-hal penting seperti membaca iklan atau berita mengenai pelanggan atau kompetitor agar menjadi familiar dari bisnis yang kita geluti, membaca jurnal-jurnal industri dan teknis yang berhubungan dengan bisnis untuk mengikuti tren masa kini yang mungkin mempengaruhi bisnis, berlatih membuat rencana bisnis dengan mempertimbangkan faktor eksternal yang ada, membaca literatur yang berkaitan dengan bisnis yang dimiliki atau yang akan digeluti, mengikuti seminar / *workshop* seputar *trend* bisnis.

3. *Customer Orientation*

Berorientasi pada pelanggan adalah kemampuan memenuhi kebutuhan, permasalahan, dan harapan pelanggan, serta kemampuan membangun hubungan yang produktif demi mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Indikator keberhasilan dalam menerapkan *Customer Orientation* (berorientasi pada pelanggan) yaitu mampu memahami harapan pelanggan dengan baik, mau untuk selalu menyenangkan pelanggan melebihi ekspektasi pelanggan, mampu untuk menerjemahkan *feedback* (umpan balik) pelanggan kedalam rencana yang bisa kita jalankan dan efektif.

Adapun cara untuk membangun *Customer Orientation* (berorientasi pada pelanggan) yaitu individu harus mengasah kemampuan melayani dengan mengembangkan kepedulian terhadap permasalahan yang lain dan berlatih untuk mendengarkan keluhan dari orang lain dan pelanggan, aktif melakukan diskusi dengan pihak lain yang memiliki usaha dalam melihat cara mereka dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan, berusaha memberikan solusi penyelesaian yang lebih cepat dari waktu yang dijanjikan, mendengarkan keluhan pelanggan dan mencarikan solusi meminta umpan balik dari pelanggan atas alternatif solusi yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan.

4. *Conceptual Thingking*

Berfikir konseptual adalah Kemampuan kita untuk menghasilkan

solusi yang efektif dengan cara pandang yang menyeluruh, abstrak dan teoritis. Indikator keberhasilan dalam menerapkan *Conceptual Thinking* (berfikir konseptual) yaitu mampu menggunakan konsep/metode tertentu untuk menemukan dan mengenali permasalahan, mampu melihat perbedaan anatara permasalahan saat ini dengan pengalaman yang pernah terjadi, mampu membuat pola hubungan antar permasalahan secara komprehensif, mampu memodifikasi dan menerapkan konsep/metode secara tepat dan efektif, mampu menerapkan aturan/ketentuan untuk mengidentifikasi permasalahan.

Adapun cara untuk mengembangkan yaitu mencoba mengobservasi atasan, rekan, atau pesaing dalam menganalisa suatu masalah dan mengambil keputusan, identifikasi masalah di usaha yang dimiliki, lalu mempelajari situasinya, berikan solusi, dan diskusikan guna mendapatkan prespektif yang berbeda, menghadiri seminar dan berdiskusi agar mendapat prespektif yang beragam dan lebih paham.

5. *Strategi Relationship*

Membangun relasi strategis adalah kemampuan untuk membangun kemitraan secara proaktif untuk kepentingan bisnis. Indikator keberhasilan dalam menerapkan *Strategi Relationship* (membangun relasi strategis) yaitu mampu membangun relasi dan kemitraan secara proaktif, mampu mengelola hubungan kemitraan secara kolaboratif dan berkelanjutan, mampu menaruh perhatian terhadap upaya berbagi informasi/pengetahuan kepada relasi, mampu mengembangkan kemampuan bisnis dari hubungan kemitraan yang dibangun, selalu melakukan pemantauan /evaluasi terhadap relasi yang terbangun.

Adapun cara untuk membangun *Strategi Relationship* (membangun relasi strategis) yaitu membangun kepercayaan diantara kedua belah pihak, mengidentifikasi visi dan misi antar kemitraan, proaktif dalam memberikan solusi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, membangun

komitmen yang kuat dengan disertai monitoring dan evaluasi berkala.

6. *Adaptability*

Kemampuan Adaptasi adalah Kemampuan untuk mempertahankan efektivitas kerja Ketika menghadapi perubahan yang terjadi (lingkungan, prosedur, orang). Indikator keberhasilan dalam menerapkan *adaptability* (kemampuan adaptasi) yaitu mampu mengerjakan tugas yang bervariasi, mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan cara dan metode kerja, mampu mempertahankan efektivitas kerja Ketika terjadi perubahan prioritas dalam pekerjaan, mampu berinteraksi secara efektif dengan dengan berbagai orang yang berbeda, mampu menyesuaikan diri secara cepat dan tepat ketika terjadi perubahan bisnis.

Adapun cara untuk membangun *adaptability* (kemampuan adaptasi) yaitu persiapkan mental dan diri sebelum terjun ke lingkungan baru, selalu berpikiran positif terhadap lingkungan baru, jujur mengenai diri sendiri, menghargai setiap perbedaan, tidak malu bertanya.

7. *Fostering Teamwork*

Mendorong kerja sama tim adalah Kemampuan kita untuk menggunakan metode tertentu atau gaya interpersonal yang efektif untuk membangun kohesifitas kelompok kerja, dan memfasilitasi penentuan tujuan kelompok. Indikator keberhasilan dalam menerapkan *Fostering Teamwork* (Mendorong kerja sama tim) yaitu mampu mengembangkan arah bagi kelompok, mampu membangun struktur dalam kelompok, mampu memfasilitasi pencapaian tujuan, mampu melibatkan rekan atau pihak lain dalam pencapaian tujuan, selalu berbagi informasi penting dengan kelompok.

Adapun cara untuk melakukan *Fostering Teamwork* (mendorong kerja sama tim) yaitu selalu memilih orang-orang yang tepat dalam tim, pastikan anggota tim mendapatkan perannya sesuai dengan kemampuannya, menetapkan aturan main yang jelas untuk mengantisipasi konflik, menetapkan tujuan, misi dan sasaran bersama dengan jelas dan terukur, menetapkan *timeline*

(rencana kerja) yang dapat menjadi acuan, membangun relasi interpersonal (pertukaran informasi, ide, gagasan) yang baik dengan seluruh anggota tim. (DigiLearn - Telkom CorpU n.d.)



Gambar 2. Sosialisasi mengenai bagaimana cara mengembangkan perilaku (*behavior*) dan pola Pikir (*mindset*) dalam konteks digital.

PENUTUP

1. Kesimpulan

- Untuk pengabdian selanjutnya adalah pendampingan terhadap manajemen sumber daya manusia dalam membiasakan para pelaku UMKM melakukan penjualannya atau promosi produknya dengan basis digital.
- Pada Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya akan dibentuk program pendampingan para pelaku UMKM mengenai perubahan perilaku (*behavior*) dan pola pikir (*mindset*) dalam konteks digital secara berkesinambungan untuk memperluas jaringan penjualan produk UMKM.
- Pada Pengabdian Masyarakat selanjutnya melaksanakan pendampingan dengan membentuk kelompok-kelompok pelaku UMKM yang sudah terbiasa menggunakan digitalisasi untuk menyampaikan pengetahuannya pada pelaku UMKM lainnya.

2. Saran

Untuk proses mengelola dan mengembangkan usaha yang sedang dijalankan oleh UMKM di Wilayah Cibodas, penting bagi para pelaku UMKM untuk mengikuti beberapa saran berikut:

- Agar seluruh elemen kecamatan dapat bekerjasama dalam membangun dan mengembangkan perilaku (*behavior*) dan pola pikir (*mindset*) para pelaku

- UMKM dalam konteks digital.
- b. Agar para pelaku UMKM dapat mampu bergotong royong secara bersama sama dengan seluruh kelompoknya untuk membangun, mengembangkan dan saling membantu serta membiasakan memiliki perilaku (*behavior*) dan pola pikir (*mindset*) digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asta, Derina. 2018. "4 Teori Skinner Dalam Psikologi Kepribadian - Penjelasan Lengkap - DosenPsikologi.com." dosenpsikologi.com. <https://dosenpsikologi.com/teori-skinner-dalam-psikologi-kepribadian> (November 8, 2021).
- Birgantoro, B. A., Hermawan, A., Gani, M. A., Sugiyanto, S., & Maddinsyah, A. (2022). Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Dengan Pemanfaatan Whatsapp. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 54-66.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- Masriah, I., Sunarsi, D., Yuangga, K. D., Utaminingsih, S., & Teriyan, A. (2022). Implementasi Digitalpreneur Dalam Menunjang Kualitas SDM Di Era Revolusi Industri 4.0 Pada PT Gunung Slamet. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(2), 283-286.
- Ridwan, A., Marfuah, A., Mustofa, S., & Santoso, S. (2022). Meningkatkan Penjualan UMKM Binaan Program Jabar Juara Kota Depok Melalui Optimalisasi Target Market. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 78-84.
- Sarreta, irene radius. 2021. "Memahami Pengertian UMKM, Ciri, dan Perannya bagi Ekonomi." 06/01/2021: 1. <https://www.cermati.com/artikel/memahami-pengertian-umkm-ciri-dan-perannya-bagi-ekonomi> (November 8, 2021).
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 61-64.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Indrawan, I., & Cahyono, Y. (2020). Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi (M. Prof. Dr. Ir. H. Anoesyirwan Moeins, MSi. CV. Pena Persada).