

Peningkatan Pemahaman Pelaku UMKM di Tangerang Selatan Terhadap Lingkungan Bisnis UMKM

Rasyid Widada, Eman Sulaeman
Universitas Pamulang
Email: dosen01408@unpam.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran kunci dalam perekonomian global, menyediakan lapangan pekerjaan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Namun, untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis UMKM menjadi esensial. Pengabdian kepada masyarakat ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang lingkungan bisnis mereka, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dan mengapa hal ini memiliki relevansi yang signifikan. Secara lebih spesifik, pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk memperkuat pemahaman tentang konsep lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis UMKM terdiri dari dua aspek utama: lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal mencakup elemen-elemen seperti manajemen, sumber daya manusia, keuangan, dan operasi internal, sementara lingkungan eksternal mencakup faktor-faktor seperti persaingan pasar, perubahan regulasi, tren industri, perubahan dalam preferensi pelanggan, dan aspek ekonomi makro. Selanjutnya, pengabdian kepada masyarakat ini merinci upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang lingkungan bisnis. Ini melibatkan berbagai langkah, termasuk pelatihan, analisis SWOT, pemantauan pasar dan tren, bergabung dengan asosiasi bisnis, kerja sama dengan mitra bisnis, studi kasus, dan dukungan pemerintah. Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM dapat memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis mereka dan mengembangkan strategi yang sesuai. Kegiatan ini diselenggarakan di Bakmi Jowo, Vila Dago, Tangerang Selatan pada 17-19 November 2023. Peserta adalah para pelaku bisnis UMKM yang ada Tangerang Selatan. Adapun jumlah peserta yang hadir adalah sebanyak 12 peserta.

Kata kunci : *Pemahaman, Pelaku UMKM, Lingkungan Bisnis*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a key role in the global economy, providing employment opportunities, and supporting economic growth. However, to achieve long-term success, a deep understanding of the MSME business environment is essential. This community service program generally aims to enhance MSME stakeholders' understanding of their business environment, both internally and externally, and why this is of significant relevance. More specifically, this community service program is aimed at strengthening the understanding of the concept of the business environment. The MSME business environment consists of two main aspects: the internal environment and the external environment. The internal environment includes elements such as management, human resources, finance, and internal operations, while the external environment includes factors such as market competition, regulatory changes, industry trends, changes in customer preferences, and macroeconomic aspects. Furthermore, this community service program outlines efforts that can be made to enhance MSME stakeholders' understanding of the business environment. This involves various steps, including training, SWOT analysis, market and trend monitoring, joining business associations, collaboration with business partners, case studies, and government support. Through this approach, MSME stakeholders can acquire the necessary knowledge to identify factors affecting their business and develop appropriate strategies. This activity was held at Bakmi Jowo, Vila Dago, South Tangerang on November 17-19, 2023. The participants were MSME business stakeholders from South Tangerang. The total number of participants was 12.

Keywords: Understanding, MSME Actors, MSME Business Environment.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, baik dalam perekonomian regional, nasional, maupun global. Mereka menyumbang sebagian besar lapangan pekerjaan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional (Purwanto, 2016). Namun, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis UMKM adalah pemahaman yang terbatas mengenai lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi operasi bisnis mereka.

Lingkungan internal dan eksternal memainkan peran kunci dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis UMKM. Wilkinson (dalam Riyanto, 2018) menyatakan bahwa usaha mikro dan kecil akan tumbuh bilamana kondisi lingkungan yang baik didukung melalui kebijakan pemerintah secara ekonomi makro yang dikelola dengan baik, stabil, dan dapat diprediksi akan berdampak pada perkembangan usaha kecil yang berdaya saing. Lingkungan internal mencakup faktor-faktor seperti manajemen, sumber daya manusia, keuangan, dan operasi internal lainnya. Di sisi lain, lingkungan eksternal mencakup faktor-faktor seperti persaingan pasar, perubahan regulasi, tren industri, perubahan dalam preferensi pelanggan, dan aspek-aspek ekonomi makro.

Pentingnya pemahaman lingkungan internal dan eksternal bagi pelaku bisnis UMKM dapat dilihat dari beberapa aspek (Munizu, 2010): *pertama*, mendapatkan analisis pengambilan keputusan yang lebih baik. Dengan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan internal mereka, para pelaku bisnis UMKM dapat mengidentifikasi kelemahan, memanfaatkan kekuatan, dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Sementara itu, pemahaman lingkungan eksternal memungkinkan mereka untuk merespons perubahan pasar, menjalankan strategi yang sesuai, dan menghindari risiko yang tidak terduga.

Kedua, potensi meningkatkan daya saing. UMKM sering bersaing dalam pasar yang penuh persaingan. Dengan memahami lingkungan eksternal, mereka dapat mengidentifikasi peluang pasar yang belum dieksploitasi dan mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul. Ini membantu mereka untuk tetap bersaing dan

bahkan berkembang di tengah pasar yang dinamis. *Ketiga*, memperkuat keberlanjutan bisnis. Pemahaman yang baik tentang faktor-faktor internal dan eksternal membantu UMKM merencanakan pertumbuhan bisnis jangka panjang dan menghindari situasi yang dapat menyebabkan kegagalan bisnis. Ini juga membantu mereka dalam menjaga keberlanjutan operasi mereka.

Keempat, memberi dukungan pengambilan keputusan strategis. Investasi yang cerdas dan pengambilan keputusan strategis memerlukan pemahaman yang baik tentang lingkungan bisnis. Ini juga menjadi penting saat mengajukan pembiayaan atau berkolaborasi dengan pihak eksternal seperti investor, mitra bisnis, atau lembaga keuangan. *Kelima*, upaya meningkatkan kualitas produk dan layanan. Pemahaman lingkungan eksternal membantu UMKM dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menghasilkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan harapan pasar, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pascapandemi COVID-19, bisnis UMKM di Indonesia mulai kembali bergairah seiring kembali normalnya aktifitas perekonomian dan sosial Masyarakat. Kebijakan pemulihan ekonomi yang diimplementasikan oleh pemerintah, bersama dengan semangat kewirausahaan yang gigih, telah memungkinkan UMKM untuk menapak ke depan dengan optimisme. Bagi sebagian UMKM, kebangkitan dimulai dengan berinovasi. Mereka mengadaptasi bisnis mereka untuk memenuhi tuntutan "*new normal*" dengan menyediakan layanan online, pengiriman, dan pembayaran digital. Bisnis yang sebelumnya berfokus pada penjualan offline beralih secara cepat ke pasar online.

Pada titik inilah sebenarnya banyak pihak menyadari bahwa lingkungan bisnis telah banyak berubah dan mereka harus cepat menyesuaikan diri. Namun tidak semua pelaku bisnis UMKM bisa memahami perubahan lingkungan yang terjadi. Banyak dari mereka masih menjalankan usaha dengan pendekatan *business as usual*. Akibatnya banyak terjadi dimana orang membuka usaha tetapi tidak bertahan lama. Tentu saja sikap tersebut perlu diubah agar mereka tetap dapat mempertahankan keberlanjutan usaha mereka.

Dalam konteks latar belakang itulah, sebagai bentuk pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi, civitas akademik Universitas Pamulang melakukan pengabdian masyarakat kepada pelaku bisnis UMKM agar mereka dapat mengembangkan pemahaman yang lebih baik

tentang lingkungan internal dan eksternal bisnis UMKM mereka. Adapun tujuan yang dirumuskan dalam kegiatan pengabdian ini adalah: 1) mengetahui pemahaman para pelaku bisnis UMKM di Tangerang Selatan terhadap lingkungan bisnis mereka, 2) menentukan dan mengidentifikasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dihadapi pelaku bisnis UMKM di Tangerang Selatan, dan 3) memberikan pemahaman tentang bagaimana strategi dalam menyikapi kondisi dan perubahan lingkungan bisnis UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara bertahap. Masing-masing tahap bertujuan untuk menggali kebutuhan dan masalah yang terjadi di lokasi pengabdian. Adapun tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut:

1. Persiapan Kegiatan

Tahapan persiapan pelaksanaan kegiatan meliputi: persiapan administrasi mulai dari penyusunan proposal kegiatan dan berkas administrasi kegiatan pengabdian masyarakat, koordinasi dan pengorganisasian di antara dosen-dosen yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat, baik terkait pemahaman konsep maupun aspek teknis yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan, menentukan jadwal dan lokasi kegiatan, menyusun anggaran kegiatan, dan sebagainya.

2. Survey Pendahuluan

Survey pendahuluan dilakukan agar pelaksanaan kegiatan dapat terorganisir dengan baik, sekaligus sebagai tolok ukur untuk menilai keberhasilan pelaksanaan program. Kegiatan yang akan dilaksanakan meliputi survey dan pengumpulan data awal, baik yang menyangkut kelembagaan, infrastruktur, peraturan dan pengelolaan bisnis UMKM serta kendala dan keterbatasan yang dihadapi. Kemudian dilanjutkan dengan pengolahan dan analisis data awal yang berguna untuk memetakan persoalan yang dihadapi oleh pelaku bisnis UMKM.

3. Penyusunan Tujuan dan Sasaran Kegiatan

Tahap berikutnya adalah menentukan dengan jelas tujuan dari pengabdian masyarakat, yakni: meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang

pentingnya mengidentifikasi lingkungan bisnis. Kemudian dilanjutkan dengan penentuan sasaran yang ingin dicapai selama sesi bimbingan, seperti: pemahaman tentang lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis, pengenalan berbagai teknik analisis lingkungan usaha, dan lain-lain.

4. Pemilihan Materi dan Metode Kegiatan

Pada tahap berikutnya dilakukan identifikasi materi dan metode penyampaian materi yang sesuai untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan. Bentuknya berupa presentasi, diskusi, studi kasus, atau demonstrasi. Pemilihan materi dan metode yang digunakan disesuaikan dengan tingkat pengetahuan dan pengalaman peserta. Dalam penentuannya, materi dan metode yang dipilih adalah materi dan metode yang mampu mendorong peserta untuk berpartisipasi aktif. Mereka diajak berdiskusi, bertanya, dan berbagi pengalaman. Agar proses tersebut berjalan baik, digunakan studi kasus atau contoh konkret untuk mengilustrasikan konsep-konsep yang diajarkan. Penggunaan contoh kasus nyata ternyata membantu peserta untuk memahami aplikasi konsep secara lebih baik.

5. Penyusunan Materi

Tahap selanjutnya adalah penyusunan materi yang jelas dan mudah dipahami. Materi ini mencakup konsep dasar tentang lingkungan bisnis, contoh kasus, dan panduan langkah-demi-langkah untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan bisnis dengan analisis SWOT, serta bagaimana memprediksi dan menyikapi perubahan lingkungan bisnis UMKM. Adapun bahan penyusunan materi dan metode penyampaiannya diambil dari beberapa referensi, baik referensi dalam bentuk *hard copy* maupun sumber digital.

6. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan pada tanggal 17-19 November 2023 di Bakmi Jowo, Vila Dago, Tangerang Selatan. Peserta yang diundang adalah para pelaku bisnis UMKM yang ada Tangerang Selatan. Adapun jumlah peserta yang hadir adalah sebanyak 12 peserta.

7. Evaluasi dan Pelaporan

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah evaluasi dan

pelaporan. Evaluasi dimaksudkan agar mendapatkan umpan balik sekaligus masukan rekomendasi pelaksanaan kegiatan serupa di masa yang akan datang. Sedangkan laporan ditujukan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan akuntabilitas dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tatap muka secara langsung yang disertai diskusi dan tanya jawab mengenai materi yang disampaikan. Adapun materi yang disampaikan mengenai lingkungan bisnis UMKM, meliputi: Definisi umum tentang lingkungan bisnis, mengapa lingkungan bisnis perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM, dan bagaimana strategi menyikapi dinamika lingkungan bisnis UMKM.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilanjutkan dengan mendengar curah pendapat pengalaman pelaku bisnis UMKM tentang lingkungan bisnis yang mereka hadapi, yang kemudian dilanjutkan dengan kegiatan inti yang meliputi penyampaian materi mengenai strategi menghadapi lingkungan bisnis yang terus berubah. Kemudian diakhiri dengan kegiatan akhir yaitu evaluasi program.

Beberapa temuan menarik yang didapatkan dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, antara lain:

1. Para pelaku bisnis UMKM di Tangerang Selatan umumnya sudah memiliki kesadaran dan perhatian terhadap lingkungan bisnis mereka. Mereka juga memahami bahwa perhatian terhadap lingkungan bisnis merupakan salah satu kunci penting agar usaha mereka untuk tetap bertahan dan berkembang. Selain itu, mereka juga menyadari bahwa perhatian terhadap lingkungan memiliki nilai strategis dalam mengembangkan usaha.
2. Meskipun demikian, perhatian pelaku bisnis UMKM terhadap lingkungan bisnis lebih banyak terarah kepada lingkungan bisnis eksternal, seperti: tren, peraturan pemerintah, dan pemanfaatan media sosial. Mereka kurang melihat aspek lingkungan internal bisnis, seperti: perencanaan usaha, administrasi keuangan, organisasi bisnis, dan peningkatan kemampuan manajerial para staf/karyawan.
3. Analisis lingkungan yang dilakukan para pelaku bisnis UMKM masih cenderung

bersifat analisis kualitatif yang mengandalkan subyektifitas dan intuisi. Mereka belum mampu melakukan analisis lingkungan bisnis dengan pendekatan yang lebih ilmiah, obyektif, dan komprehensif. Selain karena kurang memiliki bekal pemahaman untuk melakukan analisis lingkungan bisnis secara ilmiah, lingkup usaha UMKM yang relatif kecil membuat mereka merasa tidak perlu melakukan analisis secara komprehensif.

KESIMPULAN

Para pelaku usaha UMKM di Tangerang Selatan umumnya telah menunjukkan kesadaran dan perhatian terhadap lingkungan bisnis mereka. Mereka menyadari bahwa fokus pada aspek lingkungan bisnis merupakan faktor kunci untuk kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Walaupun demikian, perhatian para pelaku bisnis UMKM lebih cenderung terfokus pada lingkungan bisnis eksternal, seperti tren, peraturan pemerintah, dan pemanfaatan media sosial. Aspek lingkungan internal bisnis, seperti perencanaan usaha, administrasi keuangan, organisasi bisnis, dan peningkatan kemampuan manajerial para staf/karyawan, kurang mendapat perhatian yang cukup. Di samping itu para pelaku bisnis UMKM masih belum mampu melakukan analisis lingkungan bisnis dengan pendekatan yang lebih ilmiah, obyektif, dan komprehensif.

Ke depan perlu tindak lanjut berupa pelatihan tentang analisis lingkungan bisnis UMKM secara lebih spesifik, dengan mempertimbangkan aspek: jenis usaha, besar aset, dan karakteristik dari bisnis yang dikembangkan UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada pimpinan Universitas Pamulang, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) yang telah mendorong dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga kepada para pelaku bisnis UMKM yang ada di Tangerang Selatan yang hadir dan terlibat dalam kegiatan pengabdian tersebut. Banyak informasi, pemahaman, dan hal baru yang dapat digali dari diskusi dengan mereka. Tidak kalah pentingnya, rasa terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bakmi Jowo Vila Dago Pamulang yang menyediakan fasilitas akomodasi dan konsumsi selama kegiatan pengabdian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. 2013. *Manajemen Strategis*. Bandung: Alfabeta
- Munizu, M. 2010, Pengaruh faktor-Faktor Eksternal dan Internal terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Maret 2010, Vol.12, No.1 Hal 33-41.
- Novita, S. 2015. Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal terhadap Keunggulan Bersaing pada Industri Kecil dan Menengah di Bandung, Jawa Barat. *Esensi Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 5 No. 1, hal. 9-26
- Purwanto, FXA. 2016. Pengaruh Lingkungan Eksternal, Lingkungan Internal dan Program Business Development Service terhadap Kinerja Usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo, *Ekonomika Jurnal Ekonomi* Vol. 9 No. 2, Desember 2017, hal. 86-96.
- Riyanto, S. 2018. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi* Vol. 5 No. 3, hal. 159-169.