

**PEMBIMBINGAN DAN PENGUATAN KARAKTER BISNIS  
PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)  
KECAMATAN CIBINONG KABUPATEN BOGOR**

Syarif Ali<sup>1)</sup>, Robinsar Marbun<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

<sup>2)</sup>Dosen Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

**ABSTRAK**

Sasaran program PKM ini adalah kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang produktif secara ekonomi. Tujuan program adalah untuk mengembangkan dan menguatkan karakter bisnis pelaku UMKM yang tersebar di Kecamatan Cibinong Jawa Barat. Mitra usaha dalam program ini adalah usaha kecil dan menengah kuliner, fashion dan kerajinan tangan yang menjadi binaan Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disdagin) Kabupaten Bogor. Permasalahan yang dihadapi oleh kedua mitra ( kecil dan menengah) tersebut adalah sebagai berikut: 1) tidak berani melakukan terobosan inovasi, 2) tidak berfikir untuk mempunyai bisnis secara mapan 3) pola pikir masih berorientasi pada keuntungan semata 4) menganggap modal hanya berkaitan uang, 5) minimnya pembelajaran mengelola pola pikir dari pemerintah atau pihak eksternal lainnya, 6) tidak mengenal tokoh bisnis yang berhasil dengan penerapan nilai nilai universal, 7) mitra memiliki lingkungan dengan nilai budaya tradisional.

Dengan kondisi seperti tersebut diatas, maka program yang kami usulkan adalah : 1) memperbaharui pola pikir, 2) pendampingan konsultasi mengatasi problem karakter bisnis 3) penguatan nilai kerja yang sesuai dengan kondisi saat ini, 4) mendorong mitra menggali nilai esensial dari setiap proses pengerjaan , 5) menguatkan nilai esensial yang sudah terekspolarasi,. Hasil yang sudah dicapai adalah : 1) mitra melakukan eksplorasi nilai nilai esensial dalam setiap proses pesertaan dari pengadaan input hingga menjadi output, 2) Mitra mengakui dan memiliki kesadaran pentingnya memiliki nilai karakter bisnis baru.

Hasil dari kegiatan ini adalah terbentuknya pelaku UMKM yang memiliki pola pikir bisnis sesuai dengan tuntutan kondisi saat ini. Mitra pelaku UMKM skala kecil dan menengah diharapkan dapat menjadi role model bagi pelaku UMKM lainnya. Mitra dalam pengabdian masyarakat ini sudah mampu mengeksplorasi nilai – nilai yang selama ini di bawah alam sadar untuk selanjutnya dijadikan karakter dalam menjalankan usaha bisnisnya.

**Keywords :** *nilai, pola pikir, UMKM, budaya*

## **1. PENDAHULUAN**

Di negara berkembang, pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting untuk pertumbuhan ekonomi. UKM berkontribusi sebagai solusi untuk Pertumbuhan ekonomi negara, dalam hal menghasilkan lapangan kerja (Birch 1979), menawarkan produk atau layanan inovatif dan daya saing (Porter 1990; Schumpeter 1942) dan meningkatkan perdagangan internasional melalui ekonomi diversifikasi (Hussain, et. al, 2012). Pengusaha dapat menjadi solusi untuk pemberdayaan tenaga kerja dengan menciptakan lapangan kerja untuk diri mereka sendiri dan lain-lain. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang perlu mempersiapkan diri agar tidak tertinggal di belakang negara-negara lain, terutama di wilayah regional ASEAN.

Salah satu masalah ekonomi Indonesia adalah pengangguran baik di desa dan di kota dimana penduduk tidak memiliki pesertaan dan penghasilan tetap. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat dilihat sebagai katup pengaman nasional pemulihan ekonomi. Peran UKM dalam pertumbuhan ekonomi akan membantu Pemerintah menggerakkan sektor produksi di berbagai sektor bisnis yang pernah terpuruk disebabkan krisis ekonomi tahun 1998.

Tetapi UKM di Indonesia hanya menyumbang sepertiga dari total kontribusi perusahaan di Indonesia untuk menstimulasi perekonomian. Ini menunjukkan kontribusi rendah UKM untuk

mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kurangnya peran UKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia disebabkan oleh beberapa kendala. Berdasarkan Kementerian Negara Pembangunan Nasional Perencanaan (2012), kendala yang dialami biasanya terkait dengan rendahnya kapasitas, rendah kualitas sumber daya manusia, tingginya biaya transaksi, dan terbatasnya akses ke produktif sumber daya seperti modal, sumber daya alam, informasi, pengetahuan, keterampilan, dan teknologi. Kendala-kendala ini menyebabkan kesulitan UKM untuk 'kelas berikutnya' atau diadakan secara berkelanjutan bisnis produktif.

Penyebabnya yang berkaitan dengan sumber daya manusia adalah pelaku UMKM yang terlanjur puas dengan pencapaiannya sehingga enggan untuk mengembangkan usahanya agar lebih maju. Selain itu, pola pikir masyarakat yang menganggap wirausaha bukan pilihan utama namun menjadi pilihan terakhir. Keinginan untuk menjadi pegawai terutama Pegawai Negeri Sipil lebih dominan disebabkan oleh kehendak orang tua. Banyak pelaku UMKM yang telah mengembangkan usahanya tidak mendorong keluarganya untuk berkarir sebagai pelaku UMKM namun mendorong keluarganya untuk memiliki profesi yang lebih prestisius dibandingkan dengan menjadi pebisnis di bidang kuliner, pakaian, atau bidang lainnya. Keinginan menjalankan bisnis sebagai wirausaha baru ditekuni setelah mengalami kegagalan dan kekecewaan menjadi pegawai dan kesadaran untuk menjalankan bisnis mikro kecil dan menengah baru dimulai ketika bisnis UMKM menuntut keterampilan dan keahlian pola pikir (mindset) untuk memiliki karakter bisnis yang tangguh. (Claudino, Santos, Cabral, Pessoa, 2017).

Tiga masalah lain yang menonjol berkaitan dengan pola pikir pelaku UMKM yaitu: (a) wirausahawan kurang termotivasi; (b) dalam bisnis keluarga, wanita lebih rentan terhadap inovasi daripada pria; (c) paradigma bisnis "Berinovasi itu mahal", karena banyak UKM telah berinovasi dengan sedikit pengeluaran dan menggunakan kreativitas sebagai milik mereka bahan baku utama.

Dengan bercermin dari realitas di masyarakat sepertinya pemerintah memang tak bisa memaksa pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar lagi. Pemerintah mungkin hanya bisa memfasilitasi pelatihan dan pameran kepada UMKM yang memang memiliki tekad untuk maju. Karena pemerintah hanya menjadi fasilitator dengan mengerahkan sumber daya yang memang ditujukan untuk membina UMKM yang lebih bersifat non materi maka kesadaran tingkat tinggi untuk mengalami kesulitan dan pasang surut usaha sangat diperlukan datang dari dalam pelaku UMKM sendiri. Keterbatasan pemerintah untuk membina bidang ini menjadi dilematis, karena tanggung jawab untuk mengangkat pelaku bisnis seharusnya tidak dibebankan hanya pada pemerintah. Padahal, potensi UMKM khususnya yang bergerak di bidang industri kreatif memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi besar dan berjaya di dalam negeri maupun di tingkat ASEAN. Sebagai informasi, jumlah UMKM di Indonesia tahun 2010 tercatat sekira 52 juta unit usaha yang menyumbang lebih dari 56 persen PDB di Indonesia.

## **B. Permasalahan**

Kecamatan Cibinong yang merupakan bagian dari kabupaten bogor dengan jumlah UMKM mencapai lebih dari 18.400 tempat, hampir 90 persen pelaku usaha berada di kelas mikro yang modalnya rata-rata dari Rp0-Rp50 juta. Hampir seluruhnya menjadi persoalan, diantaranya dari sisi SDM, pasar, produk dan manajemen usaha. Inti permasalahan pada mental enterpreurnya yang tidak ada. (Pojoksatu.id Group. 2016). "Saya melihat persoalan utama dalam lambatnya UMKM ini karena pola pikir dan mental. Banyak pengusaha UMKM tak maju-maju karena hanya berpikir melanggengkan usahanya cukup untuk makan saja. Padahal mimpi dan keinginan yang besar adalah modal kemajuan UMKM. Dinas Koperasi dan UMKM dan Forum UMKM terus melakukan giat motivasi agar mereka mau berkembang dan maju," ujar Kabid Pemberdayaan Usaha Mikro, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bogor Abdul Azis, Minggu (7/5). Ketidak sadaran menjadi tanda bahwa pelaku UMKM di Indonesia belum memiliki pola pikir untuk beradaptasi dengan perubahan terutama persaingan, teknologi dan budaya Indonesia yang sudah mengalami pergeseran. Branding sangat penting untuk meningkatkan pemasaran namun sebahagian besar UMK berpendapat keuntungan atau profit merupakan hal yang paling

utama untuk dicapai sebelum branding. Akibatnya, dalam jangka pendek profit tercapai namun jika tidak diikuti dengan kemauan beradaptasi terhadap konsumen yang kritis dan ingin diperlakukan hanya sekedar pembeli maka UMKM akan mengalami kemunduran. Karena itu, berdasarkan data yang sudah diperoleh pemerintah kabupaten Bogor akan tetap melakukan pembinaan baik melalui jalur formal seperti menggunakan pendekatan non organisasional maupun melalui kebijakan formal.

Oleh karena itu, sinergitas pembinaan UMKM Cibinong selain melalui Dinas atau SKPD maka Perguruan Tinggi juga dapat berperan untuk memberikan kontribusi melalui aspek akademik yang dimiliki. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan menjadikan pelaku UMKM sebagai mitra. Karena rantai bisnis UMKM tidak terlepas dari sumber daya manusia khususnya kepemilikan karakter yang tangguh, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini menitik beratkan pada ruang lingkup penguatan pola pikir yang sesuai dengan lanskap bisnis saat ini. Untuk mendampingi para pelaku UMKM tersebut, Tim PKM UPN Veteran Jakarta memberikan bimbingan dan pendampingan untuk mengelola keterampilan berfikir positif dengan memberikan perhatian kepada perubahan mindset dari pola lama ke pola baru. Untuk itu tema yang disung dalam PKM ini yakni pendampingan dan penguatan karakter bisnis pelaku UMKM bekerja sama dengan Dinas Perdagangan dan Industri Kabupaten Bogor.

## 2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Secara rinci, metode yang digunakan dalam program PKM ini meliputi beberapa tahapan yaitu: (1) Tahap penyadaran dan penyuluhan, dimana tahap ini dilakukan untuk menggali berapa jauh antusiasme pelaku UMKM terhadap program penguatan karakter bisnis. Hal ini penting untuk dilakukan karena dari kegiatan PKM sebelumnya pelaku UMKM lebih memerlukan bantuan modal. Karena sudah cukup banyak program pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah atau pihak lain berupa teknis pengemasan, tata cara mendapatkan modal, perizinan. Saat penyuluhan, dilakukan persiapan alat dan bahan serta diberikan pula semacam demonstrasi mengenai cara pembuatan kerajinan tangan, untuk memberikan gambaran secara jelas kepada peserta pelatihan. (2) Tahap pelatihan, menggunakan metode ceramah, role play dan simulasi pencarian nilai karakter. Tahap 2 ini terdiri dari beberapa sesi yaitu : menentukan karakter yang dapat diterima oleh semua orang, mengeksplorasi kelemahan dan kekurangan individu, mengeksplorasi nilai karakter pelaku UMKM, pengujian menentukan nilai karakter, penjernihan dan penguatan nilai karakter yang diperoleh. (3) Tahap pembinaan dan pendampingan melalui kontak langsung atau melalui elektronik dan tahap evaluasi dilakukan analisis SWOT terhadap hasil pelatihan

Metode pendekatan yang digunakan yaitu Kurt Lewin's model yakni *unfreezing, changing, dan refreezing*. Menurut Kurt Lewin perubahan pola pikir hampir tidak mungkin terjadi bagi sebagian besar tenaga kerja kecuali pegawai atau tenaga kerja siap dan termotivasi untuk berubah. Proses perubahan pola pikir dapat terjadi dengan melalui tiga tahap sebagai berikut :

### 1. *Unfreezing*

Dalam proses awal, para peserta memperoleh gambaran nilai – nilai kerja yang menjadikan seorang peserta menjadi berhasil. Nilai-nilai tersebut berada pada puncak kesadaran dan keyakinan seorang peserta dan bersifat universal. Para peserta ditunjukkan secara detail bahwa nilai luhur dalam bekerja tidak hanya sebatas uang dan fasilitas namun lebih dari itu yakni kebahagiaan. Kebahagiaan dapat berupa kualitas kehidupan, dan kualitas kehidupan akan terjadi manakala para peserta berada sangat dekat dengan nilai-nilai budaya kerja yang semua bersumber pada nilai – nilai universal Ketuhanan.

### 2. *Changing*

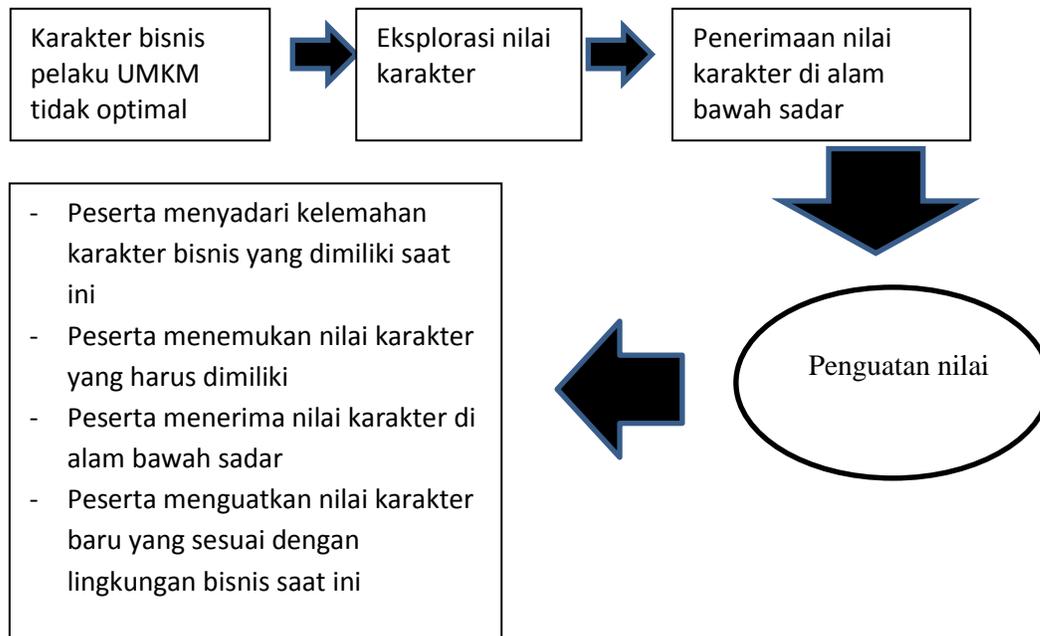
Pada tahap pertama (*unfreezing*), alam bawah sadar peserta dikosongkan yakni dengan menyadari bahwa selama ini nilai yang dianut dalam pola pikir peserta selama ini tidak benar dan tidak bermanfaat. Ketika peserta menyadari bahwa nilai – nilai itu tidak benar, maka otomatis terjadi kegamangan pada

tingkat kesadarannya. Pada kondisi ini maka nilai-nilai baru yang lebih produktif didorong untuk menggantikan nilai – nilai lama.

### 3. Refreezing

Setelah nilai-nilai baru yang positif (seperti misalnya: integritas, inovasi, kejujuran, kerjasama, dan lain-lain) berhasil menggantikan nilai – nilai lama ( malas, tidak jujur, tidak memiliki integritas, tidak mau bekerja sama, dan lain sebagainya) di dalam alam bawah sadar peserta maka tahap selanjutnya penguatan.

Penguatan dilakukan dengan menyentuh sisi terdalam dari badan mental dan badan cakra peserta. Peserta dibawa ke dalam suasana kebatinan yang akan mendorong peserta memiliki kesadaran untuk melakukan sesuatu dengan benar dalam kehidupan sehari-hari baik di dalam maupun di luar lingkungan kerja, dan yang lebih penting dari itu yakni memiliki kualitas kehidupan yang dapat diperoleh dengan mengutamakan nilai nilai budaya kerja yang positif.



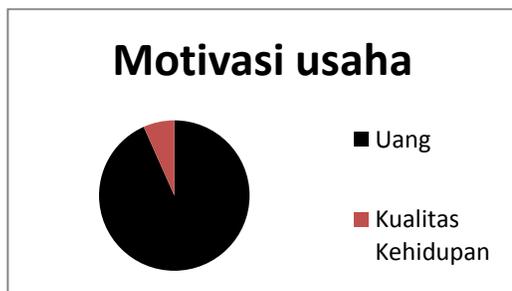
Gambar 1. Metode pelaksanaan

## 3. Hasil

### A. Motivasi untuk bekerja

Salah satu faktor penting yang akan sangat mempengaruhi sikap dan perilaku pelaku UMKM adalah motivasi. Dari 30 peserta yang mengikuti kegiatan 28 orang mengatakan bahwa motivasi utama

dalam bekerja yakni uang. Jawaban tersebut tidak salah, namun jika uang yang menjadi faktor utama, maka pikiran akan menggerakkan anggota tubuh, ucapan, niat hanya untuk uang. Peserta mengakui mereka diliputi kecemasan apabila muncul pelaku UMKM yang baru, untuk itu perilaku egoisme, yang penting laku, kecurigaan, persaingan tidak sehat menjadi hal yang biasa di kalangan pelaku UMKM. Peserta mengakui bahwa mereka tidak memperdulikan *hard* dan *soft competency*, artinya pelaku UMKM mengabaikan kualitas kehidupan sebagai tujuan bekerja.



Gambar 1: Motivasi pelaku UMKM

### B. Penggalian nilai-nilai tersembunyi

Selama ini pelaku UMKM menyembunyikan nilai – nilai yang sesungguhnya sudah diketahui dan tertanam jauh dalam alam bawah sadarnya. Pada tahap mengeksplorasi orang yang paling dikagumi peserta menyebutkan Nabi ( Muhammad dan Isa Almasih), orang tua, tokoh agama, guru dan tokoh bangsa dengan alasan bahwa tokoh dimaksud memiliki karakter bervariasi yakni jujur, berhati mulia, baik hati, bekerja keras, pintar, integritas dan lain-lain. Para peserta meyakini bahwa orang yang mereka kagumi tersebut adalah orang yang berhasil dengan pembatasan bahwa “berhasil” disini tidak hanya dicirikan dengan memiliki harta, uang yang banyak namun juga “berhasil” dapat bermakna dikenang dan dihormati orang lain, dijadikan panutan, menimbulkan kebanggaan, banyak orang yang mendoakan.

Sampai titik ini, terjadi kelunturan keyakinan peserta terhadap nilai-nilai kerja yang selama ini dianut. Nilai – nilai tersebut semakin terurai ketika peserta didorong bahwa nilai nilai tersebut milik Tuhan Yang Maha Esa, nilai nilai itu merupakan titik-titik yang berpusat pada sifat-sifat Tuhan. Semakin dekat dengan titik tersebut, seseorang dijamin akan menjadi orang yang berhasil, komposisi penguraian sebagai berikut : 12 peserta mengatakan bahwa mereka bekerja untuk kebahagiaan, 8 orang mengatakan ingin menjadi orang baik, 4 peserta mengatakan bahwa bekerja untuk mencari rezeki dengan cara yang halal serta 6 orang mengatakan bahwa mereka bekerja untuk kenyamanan keluarga dan orang lain.

Gambar 2 menunjukkan terjadi perubahan orientasi/motivasi dalam bekerja setelah peserta kemunculan nilai-nilai baru dari dalam bawah sadar.



Gambar 2: Perubahan orientasi/motivasi bekerja

**C. Nilai – nilai kerja yang tereksplorasi selama kegiatan re-programming**

Setelah peserta mengalami *sunnata* (kekosongan dari diri), dan selanjutnya mendapatkan nilai – nilai universal yang sesungguhnya sudah berada jauh di bawah alam bawah sadarnya, peserta mengeksplorasi nilai-nilai kerja sesuai dengan jabatan. Untuk tahap ini, peserta mengeksplorasi nilai tersebut dengan menggunakan analisis kegiatan utam dalam memproses produk. Karena setiap pelaku memiliki usaha berbeda satau sama lain maka nilai – nilai budaya kerja memiliki relatif berbeda antara satu jabatan dengan jabatan lain. Nilai – nilai budaya kerja yang secara umum tereksplorasi dari 30 peserta disajikan dalam gambar di bawah ini.



Gambar 3. Nilai baru yang dianut dalam bekerja

Dalam gambar 3 disajikan karakter bisnis yang dieksplorasi peserta berupa kejujuran, kecepatan, kerapihan, ketelitian, integeritas, keterbukaan, keramahan, kesopanan, kepintaran. Nilai – nilai di atas, sangat berbeda ketika pada awal kegiatan re-programming peserta secara perorangan lebih menitik beratkan kepada uang sebagai orientasi atau prestasi bekerja. Nilai – nilai yang baru akan menuntun pelaku UMKM untuk memiliki kualitas kehidupan lebih baik.

#### **4. KESIMPULAN**

1. Para pelaku UMKM bekerja tidak efektif karena orientasinya bekerja hanya untuk uang/materi, akibatnya tidak terjadi keseimbangan diri yang mengakibatkan kinerja pelaku UMKM tidak optimal.
2. Pemerintah Daerah penting untuk tetap menstimulasi dengan menciptakan tempat dan suasana kerja yang kondusif agar nilai-nilai budaya kerja menjadi kekuatan pelaku UMKM untuk menjalankan bisnisnya secara optimal.
3. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan hasil yang cukup baik. Peserta menunjukkan ketertarikannya pada materi yang diberikan. Peserta mampu memahami dan menyadari akan pentingnya karakter bisnis yang sesuai dengan tuntutan kekinian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bappenas (2012), *Warta Koperasi, dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*, Edisi 1 Semester 1

Birch, David G.W., *The Job Generation Process* (1979). MIT Program on Neighborhood and Regional Change, Vol. , 302 pp 1979. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1510007>

Hussain, I., Z. Farooq, W. Akhtar, (2012),:”SMEs development and failure avoidance in developing countries through public private partnership”, *African Journal of Business Management*, Vol. 6(4), pp. 1581-1589.

Joseph A. Schumpeter (terj.), *Capitalism Socialisme & Democracy.*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2012.  
J.W. Gardner, *On Leadership*, The Free Press, New York

Porter, Michael E. (1980), "Industry Structure and Competitive Strategy: Keys to Profitability." *Financial Analysts Journal* 36 (July–August) 30-41.