

Strategi Peningkatan Kualitas Pelaku UMKM di Kabupaten Bekasi

Wira Syuhada¹, Arief Teguh Nugraha², Hadir Sugianto³, Amrullah Hardikusuma⁴

¹Universitas Pelita Bangsa, wira.syuhada@pelitabangsa.ac.id

²Universitas Pelita Bangsa, ariefteguhugroho@gmail.com

³Universitas Pelita Bangsa, hadirsugianto.upb@pelitabangsa.ac.id

⁴Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, amrullah@uhamka.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 13/03/2023

Revised : 28/04/2023

Accepted: 28/04/2023

Key words:

HR Quality; HR Management;
MSMEs.

DOI:

Doi.org/10.37366/jespb.v8i01.753

ABSTRACT

The skills and expertise of Human Resources (HR) are important factors that should be possessed by Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs). Managing HR and improving it is a must for MSME actors. In addition, as a readiness to respond to open markets and respond to business challenges in the digital era, MSMEs must be able to adapt to dynamic market developments. Therefore, this study aims to provide knowledge related to HR competence and its improvement, the object and target of the research are MSME actors in Bekasi Regency, West Java Province. The method used is descriptive statistics used to identify the factors inhibiting the growth of MSMEs in Bekasi district. Likewise secondary data processing is also proposed in this study. Therefore, the results of the study revealed that the most common obstacle hindering the growth of MSMEs in Bekasi district was the lack of efforts to increase human resources. Understanding the obstacles that are factors in increasing MSME growth will be a reference for policy makers in finding design programs to stimulate MSME actors in business competition that can increase the value of macroeconomic growth.

ABSTRAK

Kecakapan serta keahlian Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor penting yang seharusnya dimiliki oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Mengelola SDM dan meningkatkannya merupakan sebuah keharusan untuk dimiliki oleh pelaku UMKM. Selain itu, sebagai kesiapan merespon pasar terbuka dan menjawab tantangan bisnis era digital, UMKM harus mampu beradaptasi dalam perkembangan pasar yang dinamis. Karenanya penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait kompetensi SDM dan peningkatannya, objek dan sasaran penelitian yaitu para pelaku UMKM di Kabupaten Bekasi propinsi Jawa barat. Metode yang digunakan adalah statistik deskriptif yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor penghambat pertumbuhan UMKM di kabupaten Bekasi. Begitu juga pengolahan data sekunder juga diajukan dalam penelitian ini. Karenanya hasil penelitian mengungkapkan bahwa kendala yang paling umum menghambat pertumbuhan UMKM di kabupaten Bekasi adalah kurangnya upaya peningkatan sumber daya manusia. Memahami hambatan yang menjadi faktor peningkatan pertumbuhan UMKM akan menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam menemukan program rancangan untuk menstimulasi pelaku UMKM dalam persaingan bisnis yang dapat meningkatkan nilai pertumbuhan ekonomi secara makro.

1. PENDAHULUAN

Salah satu pondasi bisnis Indonesia adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Ketika Indonesia mengalami bencana ekonomi sebelum tahun 2000, saat ini banyak perusahaan besar yang diharapkan bertahan malah bangkrut. UMKM merupakan industri usaha skala kecil yang berbasis local mampu hadir untuk mempertahankan roda ekonomi, sumber daya

alam yang dimiliki Indonesia kemudian diproses dan produksi secara sederhana yang pemasaran produknya beredar di pasar-pasar lokal juga telah mampu membuat UMKM mampu bertahan di tengah badai ekonomi. Kondisi ini menjadi bukti bahwa UMKM memiliki daya tahan yang lebih stabil saat krisis, hal ini dimungkinkan terjadi karena memang UMKM memiliki ciri antara lain struktur organisasinya yang sederhana dan tenaga

kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam merespon kondisi pasar.

Sesuai dengan Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Koperasi dan UKM RI Tahun 2015-2019 (Simamora, 2015), kapasitas tersebut juga menjadi landasan bahwa pertumbuhan UMKM tentunya menjadi inisiatif utama dalam pembangunan ekonomi kerakyatan.

“Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi usaha kecil dan menengah, maka peningkatan produktivitas usaha mikro dijadikan sebagai target pemberdayaan UMKM ke depan. Perbaikan kapasitas dan produktivitas usaha mikro dapat dilakukan melalui penguatan aset, keterampilan dan keterhubungannya dengan jaringan usaha dan pemasaran dalam satu system bisnis yang mapan. Peningkatan kapasitas usaha mikro juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara umum yang selanjutnya akan berkontribusi pada pengurangan angka kemiskinan. Peran usaha kecil dan menengah juga perlu ditingkatkan dalam memperkuat basis produksi di dalam negeri, dan partisipasi di pasar ekspor dan investasi. Kebijakan, program dan kegiatan peningkatan daya saing UMKM ke depan juga perlu mencakup pelaksanaan amanat UU No. 20/2008 secara paripurna, yang didukung sinergi berbagai pemangku kepentingan dan sumber daya yang tersedia. Pelaksanaan kebijakan tersebut juga perlu didukung pola pemberdayaan UMKM yang terstruktur dan tersistem, sehingga isu-isu strategis yang dihadapi UMKM dapat ditangani secara efektif.”

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) meningkat menjadi 65,47 juta entitas pada 2019. Angka ini tumbuh 1,98% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 64,19 juta batang. Jumlah ini sesuai dengan 99,99% dari seluruh perusahaan di Indonesia. Sedangkan perusahaan besar hanya 5.637 unit atau 0,01 persen. Rinciannya, hingga 64,6 juta unit merupakan usaha mikro. Angka tersebut setara dengan 98,67 persen dari seluruh UKM di Indonesia. Sebanyak 798.679 unit merupakan

usaha kecil. Rasionya adalah 1,22% dari seluruh UKM di tanah air. Sedangkan usaha menengah hanya 65.465 unit. Angka ini setara dengan 0,1 persen dari seluruh UKM di Indonesia (Mahdi, 2022).

Dari data di atas terlihat bahwa UMKM sudah menjadi UMKM, yang merupakan mayoritas perusahaan lokal, memiliki kapasitas untuk mempekerjakan banyak orang dalam rangka pemerataan lapangan kerja untuk warga masyarakat di pelosok nusantara; dan dengan cara ini angka pendapatan masyarakat akan meningkat juga menurunkan pengangguran. Oleh karena itu, untuk mendongkrak perekonomian negara, sudah selayaknya pemerintah memprioritaskan pertumbuhan UMKM.

Mengurai prospek UMKM di atas penting untuk diketahui klasifikasi usaha berkategori UMKM itu seperti apa bentuknya. Menurut Sony Hendra (2017), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Definisi usaha mikro, kecil, dan menengah cukup luas. Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) mendefinisikan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai "pelaku usaha ekonomi yang biasanya tergolong skala kecil, menggunakan teknologi tradisional, dan ditangani secara sederhana".

2. TINJAUAN PUSTAKA

UKM adalah bisnis menguntungkan yang beroperasi secara mandiri dan dijalankan oleh individu atau perusahaan. Meskipun usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan jenis usaha yang paling banyak ditemui di Indonesia, namun batasan usaha kecil di Indonesia masih bervariasi. Karena pengertian usaha kecil dalam sektor korporasi bersifat relatif, maka diperlukan pengertian usaha kecil dari beberapa perspektif yang berbeda. Menurut Tohar (1999), berikut adalah berbagai definisi usaha kecil:

a. Total aset

Berdasarkan jumlah kekayaan, pemilik usaha kecil adalah mereka yang kekayaan bersihnya tidak melebihi Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.

b. Penjualan sepanjang tahun

Pengusaha dengan jumlah omzet tahunan tidak melebihi satu miliar rupiah adalah pemilik usaha kecil.

c. Status Kepemilikan

Dari sudut pandang ini, didefinisikan bahwa pemilik usaha kecil adalah perusahaan perseorangan, baik yang berbadan hukum maupun tidak termasuk koperasi. Berdasarkan UU No. 1 Tahun 1995, perusahaan mikro dan UKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Harta Bersih sampai dengan Rp200.000.000,00 (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk harta usaha.
- 2) Omzet tahunan sampai dengan Rp 1.000.000.000,00 (Miliar Rp).
- 3) Dimiliki oleh warga negara Indonesia (WNI).
- 4) Bukan bagian dari anak perusahaan atau perusahaan independen, anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan besar.
- 5) Bentuk perseorangan, perusahaan berbadan hukum atau non koperasi.
- 6) Jumlah kekayaan paling banyak di bidang industri adalah Rp5.000.000.000,00 (Lima Miliar Rupiah).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) nasional dalam seminar yg diadakan pada Kementerian Negara Koperasi & Usaha Kecil Menengah Tahun 2009 bahwa landasan aturan penyusunan variabel UMKM 2006-2008 merupakan UU No. 20 tahun 2008 mengenai UMKM meliputi:

- 1) Usaha mikro merupakan yg mempunyai kekayaan paling poly Rp 50.000.000,00 (5 puluh juta rupiah), output penjualan pertahun paling poly Rp 300.000.000,00 (3 ratus juta rupiah).
- 2) Usaha mini merupakan mempunyai kekayaan paling poly lebih menurut Rp 50.000.000,00 (5 puluh juta rupiah), hingga menggunakan Rp 500.000.000,00 (5 ratus juta rupiah), atau omzet penjualan lebih menurut Rp 300.000.000,00 (3 ratus juta rupiah), hingga menggunakan Rp 2.500.000.000,00 (2 miliar 5 ratus juta rupiah).
- 3) Perusahaan menengah memiliki omzet

lebih dari Rp500.000.000,00 (500 juta rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000,00 (10 miliar rupiah) atau lebih dari Rp2.500.000.000,00 (2,5 miliar rupiah), sampai dengan Rp50.000.000.000,00 (50 miliar rupiah).

Berdasarkan Keputusan Kementrian Presiden Republik Indonesia Nomor. 99 Tahun 1998 berisi tentang:

“Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”.

Menurut Data yang ada dalam Badan Pusat Statistik (BPS):

“Entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang”.

Dan berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan dengan Nomor 316/KMK.016/1994 Tanggal 27 Juni 1994 berisi tentang:

“Didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan usaha yang mempunyai penjualan atau omset setinggi-tingginya Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah) atau aset aktiva setinggitingginya Rp 600.000.000,00 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati)”.

Peranan UMKM

Kajian ekonomi nasional telah melakukan telaah untuk menetapkan bahwa penguatan di sektor usaha skala mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai pondasi kekuatan ekonomi. Beberapa kesimpulan, sebagai Hasil hipotetis diperoleh pada topik ini. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang pesat seperti yang terjadi di Jepang terkait dengan dampak sektor usaha kecil. Kedua adalah kontribusi UKM untuk menyediakan lapangan kerja di Amerika Serikat setelah Perang Dunia II, sumbangan UKM ternyata sangat signifikan (Isman & Wahid, 2022).

Situasi ini berdampak pada negara-negara berkembang yang mulai mengubah kebijakan

ekonominya dengan mempertimbangkan pengalaman negara-negara industri maju mengenai peran dan kontribusi UKM terhadap pertumbuhan ekonomi. Terdapat perbedaan keterikatan UKM di negara berkembang dan negara industri. Di negara terbelakang atau berkembang sebelumnya, UKM sering berada di bawah tekanan dan persaingan dari perusahaan besar.

Namun sektor UMKM sendiri memiliki banyak kelemahan, namun karena UMKM berdampak pada kepentingan orang banyak, maka pemerintah didorong untuk mengembangkan dan melindungi UMKM. Pada saat yang sama, UKM di negara maju mendapat perhatian karena memiliki faktor positif yang kemudian diadopsi dan ditransfer oleh para ekonom ke negara berkembang (Palupi et al., 2021). Peran UKM mendapat perhatian prioritas dan diperhitungkan dalam setiap perencanaan kebijakan ekonomi yang dikelola oleh dua departemen:

- 1) Kementerian Perindustrian dan Perdagangan
- 2) Dinas Koperasi dan UKM

Mayoritas usaha kecil yang terlibat dalam kegiatan UMKM berada di industri pertanian, meskipun mencakup berbagai kegiatan ekonomi. Untuk ikut merasakan manfaat pembangunan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga memainkan peran strategis yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Palupi et al., 2021). Praktik bisnis yang baik, seperti misalnya:

- 1) Lisensi
- 2) Teknologi
- 3) Struktur
- 4) Pengelolaan sumber daya manusia
- 5) Pendidikan
- 6) Pembiayaan

Manfaat UMKM

UMKM memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan pemerintah. Beberapa UMKM-UMKM, khususnya yang bergerak di bidang pertanian dan kerajinan, dengan kata lain

mulai menjadi sumber devisa bagi pemerintah dan kini menjadi fokus investasi pemerintah. Salah satu industri yang sangat vital bagi kebutuhan domestik Indonesia bahkan untuk ekspor adalah sektor pertanian. Mirip dengan barang buatan tangan Indonesia, kerajinan tangan yang dibuat di berbagai wilayah Indonesia tidak hanya laris manis di pasar domestik tetapi juga mendapatkan popularitas di luar negeri, khususnya di negara-negara Asia.

Selain berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, UKM juga tanpa disadari mampu mengatasi pengangguran di masyarakat, terutama saat terjadi gejolak ekonomi seperti dampak Covid 19, serta mampu berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat menjadi orang menjadi Karena banyak usaha menengah yang sudah mapan mampu mempekerjakan jutaan pekerja yang sebelumnya menganggur ini meningkatkan kesejahteraan orang dan membuatnya lebih aman (Isman & Wahid, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Desain dalam analisis ini memanfaatkan teknik belajar penelitian kualitatif observasi dan wawancara lalu mengumpulkan data secara langsung pada tempat lokasi. Menurut Abdussamad (2021) Metode penelitian kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang kondisi nyata (yang ada). Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menggambarkan sifat dari kondisi sementara pada saat penelitian dan untuk mempelajari penyebab dari gejala tertentu. Penelitian studi menggunakan metode deskriptif yaitu. metode pemecahan masalah menggambarkan keadaan subjek saat ini menggunakan fakta-fakta yang ada. Ditinjau dari segi tempat penelitian dapat digolongkan menjadi penelitian perpustakaan dan penelitian lapangan. Kajian penelitian difokuskan pada peningkatan Kualitas sumber daya manusia untuk peningkatan UMKM di Kabupaten Bekasi. Penelitian ini merupakan salah satu contoh penelitian analisis deskriptif, dimana suatu topik dideskripsikan kemudian dianalisis untuk membuat kesimpulan. Bentuk, fungsi, lingkungan, dan evolusi adalah contoh istilah

deskriptif, kaitan, kemiripan, dan perbedaan suatu fenomena dari fenomena lain. Penggunaan teknik seleksi yang bertujuan sampel menurut pertimbangan-pertimbangan tertentu dari peneliti itu sendiri, berdasarkan sifat-sifat atau ciri-ciri sampel yang telah diketahui sebelumnya. Dalam memilih sampel, yang penting bukanlah jumlah orang yang akan diperiksa yang disebut informan, melainkan kualitasnya. Dalam penelitian ini pengambilan sampel didasarkan pada kriteria sebagai berikut: a) Tempat kerja peneliti. b) Pengetahuan tentang kondisi daerah penelitian.

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM

Dalam kategori Pada kelompok UMKM Bisnis mikro, kecil, dan menengah semuanya beroperasi agak berbeda beberapa aspek yang mudah dikenali antara lain perilaku pasar, pemilik usaha, Kemungkinan untuk bekerja di bisnis, struktur, dan administrasi yang diterapkan di perusahaan, sistem kerja penggunaan modal, bahan baku, lokasi usaha, hubungan eksternal, dan keterlibatan pengusaha perempuan. Selain itu, keberadaan usaha mikro di daerah atau kabupaten menunjukkan tingkat penyerapan tenaga kerja yang tinggi. Hal ini sangat baik, terutama untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga dan kemandirian masyarakat setempat. Menurut Permana (2017) Bank Indonesia (BI), meminjamkan uang kepada usaha kecil dan menengah dapat menunjukkan peningkatan jumlah UMKM. (UMKM) sebesar Rp 1.334,95 triliun hingga November 2022. Jumlah itu naik 0,85% dari bulan sebelumnya (month-to-month/m-t-m) yang sebesar Rp1.323,75 triliun. Kredit UMKM pada November 2022 juga mengalami kenaikan 18,09% apabila ketika diletakkan di samping kerangka waktu yang sama tahun sebelumnya (year-on-year/yoy). Pada November 2021, kredit UMKM tercatat sebesar Rp1.130,43 triliun. Berdasarkan skala usahanya, porsi penyaluran kredit UMKM paling besar ke skala usaha mikro yang mencapai 39,2% atau Rp522,8 triliun. Kemudian penyaluran kredit ke skala usaha kecil tercatat sebesar Rp462,5 triliun

atau 34,6% dari total kredit. Adapun penyaluran kredit ke skala usaha menengah tercatat sebesar Rp349,7 triliun. Jumlah tersebut setara dengan 26,2% dari jumlah seluruh kredit yang disalurkan. Jika melihat dari jenis penggunaannya, kredit UMKM paling banyak dipakai untuk kredit modal kerja mencapai Rp1.005,3 triliun. Sementara itu, kredit UMKM yang digunakan untuk investasi tercatat sebesar Rp329,6 triliun (Mahdi, 2022).

Besarnya dukungan pemerintah dalam sektor ini diharapkan bisa memberikan dampak yang positif dalam peningkatan pendapatan masyarakat melalui sektor usaha UMKM.

UMKM Kabupaten Bekasi

Tujuan UMKM adalah untuk meningkatkan pendapatan dan efektivitasnya; ini bisa dilakukan jika ada rencana pertumbuhan UMKM. Pemerintah telah memilih salah satunya, memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) strategi untuk menurunkan pengangguran, memberantas kemiskinan, dan mencapai pemerataan upah. Usaha Kecil, Menengah, dan Mikro (UMKM) berkontribusi terhadap PDB sangat penting bagi kebangkitan ekonomi Indonesia. Pemerintah berdedikasi untuk terus mendukung UKM untuk membantu mereka bertahan, tumbuh, dan sejahtera di tengah wabah yang sedang berlangsung dan perubahan yang dibawa oleh Program Stimulus Ekonomi Nasional (PEN). Banyaknya UMKM yang berwisata ke daerah terpencil di Kabupaten Bekasi turut mendukung hal tersebut. Untuk memberikan perusahaan ini dorongan uniknya sendiri untuk ekonomi pertanian. Dengan kata lain, pertumbuhan dan perkembangan UMKM sendiri sangat mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi desa. Divisi Pengusaha dan Koperasi Bisnis Kabupaten Bekasi telah melakukan terobosan, Menurut Iyan Priatna, Direktur Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bekasi, beberapa program telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM di bawah ini: 1) Menjalin kerjasama dengan perusahaan di Kawasan Industri Kabupaten Bekasi. 2) Pemerintah Kabupaten Bekasi juga melakukan

gerakan perubahan formal dimana setiap UMKM diberikan NIB terdaftar OSS, agar UKM memiliki legal personality yang kuat seperti yang direkomendasikan oleh pemerintah. Tidak hanya itu, 3) Pemerintah Kabupaten Bekasi merekomendasikan agar setiap kecamatannya membentuk Kampung Bisnis. Ini adalah tahap penting dalam proses pemasaran bagi UKM menjadi lebih mudah dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar, demikian siaran pers yang dimuat pada Selasa, 21 Februari 2023 di portal bekasikab.go.id.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen manajerial atau sumber daya manusia memiliki masalah yang sering dihadapi UKM, seperti mengembangkan keterampilan manajemen UKM, mengevaluasi kinerja karyawan, menetapkan penghargaan dan hukuman, dan menangani tuntutan karyawan. Akibatnya, pemerintah harus mengembangkan inisiatif dan sumber daya manusia terencana dan terarah secara langsung dalam rangka peningkatan UMKM di Kabupaten Bekasi.

Pengertian manajemen Menurut Hasibuan (2000) manajemen berasal dari kata *manage* yang berarti mengendalikan. Konsekuensinya, manajemen adalah metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. diinginkan. Kesepakatan dibuat berdasarkan proses dan diatur sendiri menurut urutan fungsi administrasi. Dalam konteks ini, manajemen dapat dianggap sebagai studi dan praktek mengkoordinasikan penerapan bahan dan sumber daya manusia menuju akhir yang telah ditentukan. Makna lain, Hasibuan (2004), menjelaskan manajemen sebagai proses mengkoordinasikan tugas-tugas pekerjaan secara efisien dan sukses melalui orang lain. dan diuraikan bagaimana administrasi secara umum berarti merencanakan, mengorganisasikan, mengendalikan, menginvestasikan, mengkoordinasikan berbagai sumber daya perusahaan, agar pekerjaan menjadi lebih efektif, menghasilkan produk atau jasa, mengarahkan, memotivasi, mengomunikasikan dan mengambil keputusan tentang kegiatan yang dilakukan oleh setiap organisasi.

Pengertian Sumber Daya Manusia

Melalui prosedur rekrutmen dan penyaringan, sumber daya manusia perusahaan dipilih. Di dalam perusahaan terdapat semua sumber daya manusia. Semua individu yang melakukan tugas-tugas yang terlibat dalam administrasi sumber daya manusia termasuk sebagai bagian dari sumber daya manusia organisasi. Sumber daya manusia dan sumber daya non-manusia adalah dua kategori di mana sumber daya organisasi dapat dibagi. Dengan kata lain, sumber daya manusia adalah semua orang yang bekerja untuk suatu perusahaan dan diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pengertian MSDM

Beberapa definisi SDM menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- 1) Manajemen sumber daya manusia mengacu pada serangkaian strategi, praktik, dan struktur yang dirancang untuk meningkatkan hasil organisasi dengan memodifikasi perasaan pekerja tentang diri mereka sendiri, pekerjaan mereka, dan tempat mereka dalam organisasi (Hasibuan, 2000).
- 2) Manajemen sumber daya manusia adalah pengembangan, penggunaan, evaluasi, penghargaan dan kepemimpinan individu anggota organisasi atau kelompok karyawan (Simamora, 2015).
- 3) Manajemen sumber daya manusia adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, rekrutmen, pengembangan, penghargaan, promosi, dan pemberhentian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Dewi, 2012).
- 4) Manajemen sumber daya manusia adalah kegiatan yang melibatkan: mengelola orang, yang meliputi mengumpulkan persyaratan, merencanakan penempatan staf, merekrut dan memilih personel, menyelenggarakan pelatihan kerja, menyiapkan sistem penilaian kerja, memberikan kompensasi, yang meliputi menetapkan sistem

penggajian dan kompensasi non-finansial, dan hubungan, seperti yang melibatkan aturan tempat kerja. Pengelolaan Sumber daya manusia adalah proses mempromosikan, menumbuhkan, dan mempertahankan staf yang kompeten dengan cara yang berhasil dan efisien mencapai tujuan perusahaan kepuasan pribadi (Rahmawati, 2008).

UMKM harus mampu menunjukkan standar keunggulan yang tinggi dalam kinerja, barang, dan jasanya pemanfaatan sumber daya manusianya, mengingat peran UMKM yang krusial sebagai salah satu penopang perekonomian negara. Kualitas dan peran Sumber Daya Manusia tidak menjadi alasan untuk mengesampingkannya meskipun kegiatan UMKM masih terbilang baru dan kecil. Kemampuan dalam menghadapi persaingan dan keberlangsungan UMKM perlu adanya kontribusi Sumber Daya Manusia, SDM yang baik akan berdampak bagi kesuksesan usaha, kedepannya. Dibutuhkan langkah manajemen SDM yang terencana mengembangkan sumber daya manusia yang unggul dan mampu memberikan kontribusi yang berarti maksimal (Dewi, 2012).

Peningkatan SDM

Pemkab Bekasi harus merangkul para pengusaha UMKM, Salah satu strategi yang harus dilakukan adalah peningkatan SDM bagian Quality Control, produksi dan pemasaran tujuannya adalah agar kualitas produk dapat bertahan caranya dengan menerima saran serta mereview dari sosial media mengenai produk di era ini. Cara Untuk Meningkatkan Kualitas Produk (Magazine, 2021):

1) Kualitas Desain Dari Kemasan Produk

Kemasan yang menjaga isinya aman dari kerusakan baik dalam perjalanan maupun di toko dianggap berkualitas tinggi. Ini bukan hanya tentang menjaga keamanan produk; kemasan juga dapat digunakan sebagai alat pemasaran dengan menarik minat pembeli potensial.

Faktor-faktor yang dapat menjadi pertimbangan dalam mendesain kemasan produk yaitu:

- a. Faktor Pengamanan, yang dimaksud dengan pengamanan yaitu sebuah kemasan harus dapat melindungi suatu produk terhadap berbagai hal yang mungkin akan terjadi pada saat produk tersebut dipasarkan, sehingga tidak terjadi nya kerusakan terhadap suatu produk.
 - b. Faktor Ekonomi, saat membuat kemasan produk tentunya tidak bisa disepelekan mengenai biaya dari pembuatan kemasan produk tersebut agar tidak melebihi proporsi dari manfaatnya.
 - c. Faktor Pendistribusian, proses pendistribusian menjadi salah satu faktor yang juga harus diperhatikan. Karena ketika kemasan yang dengan mudah didistribusikan memberikan dampak yang baik juga.
 - d. Faktor Komunikasi, komunikasi yang dimaksudkan adalah kemasan dapat menjelaskan isi dari produk tersebut. Pada kemasan telah dijelaskan mengenai produk tersebut serta mudah untuk dilihat, diingat serta dipahami.
 - e. Faktor Ergonomi, ketika memilih sebuah kemasan tersebut, maka harus dipastikan agar kemasan tersebut dapat dengan mudah untuk dibuka, dibawa, dan dipegang.
 - f. Faktor Estetika, pada era ini tentunya estetika sangat diperhatikan oleh konsumen dan menjadi poin plus jika kemasan memiliki faktor estetika karena akan menambah daya tarik konsumen.
 - g. Faktor Lingkungan, kemasan yang dibuat dengan memperhatikan lingkungan adalah kemasan yang baik. Karena selain memperhatikan faktor lainnya yang telah disebutkan diatas, kemasan yang ramah lingkungan, dapat didaur ulang dan dapat dipakai ulang sangat berpengaruh dalam lingkungan kita.
- 2) Memperluas Pemasaran di Akun Karena media sosial dan kemajuan teknologi yang cepat, pemasaran produk kini dilakukan secara online. Penggunaan media sosial dapat memengaruhi produk secara positif. Melalui pemasaran media sosial, pelanggan akan

belajar tentang barang-barang.

- 3) Mengidentifikasi Kebutuhan Serta apa yang diinginkan masyarakat, sebagai konsumen. Memiliki persyaratan yang terpenuhi dan harapan yang terlampaui adalah ciri dari penawaran berkualitas tinggi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produsen dilarang menaikkan tarif di pasar di mana harga lebih penting bagi pelanggan. Selain itu, ketika konsumen segmen pasar menuntut fitur atau manfaat di luar harga yang wajar, produsen dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
- 4) Mengelola Permintaan Konsumen Dengan baik. Pelaku UMKM harus menangani tuntutan ini dengan benar ketika mereka mengetahui kebutuhan dan preferensi pelanggan. Kebutuhan pelanggan harus diperhitungkan dalam promosi produk. Kualitas barang dagangan dapat dinilai tidak hanya dari fitur yang ditawarkannya, tetapi juga dari faktor yang kurang terlihat seperti seberapa puas pelanggan dengan pembelian mereka. Oleh karena itu, mengendalikan keinginan pelanggan sangat penting dan dapat meningkatkan kualitas dan dampak produk.
- 5) Meningkatkan Nilai Dari Produk. Pelanggan biasanya memilih barang berkualitas tinggi sebelum melakukan pembelian. Ketika suatu produk diciptakan dengan nilai tinggi, konsumen akan tertarik padanya dengan cepat.
- 6) Memanfaatkan Barang Kekinian dengan Imajinasi. Kemajuan pesat dalam teknologi telah menyebabkan penemuan dan daya cipta yang konstan dalam barang-barang konsumen. Tidak perlu memperkenalkan penawaran baru. Bisa dijadikan sebagai pengganti pelaku UMKM dengan memodifikasi barang yang sudah ada. Perubahan masalah mungkin melibatkan penambahan elemen baru pada produk; namun, modifikasinya tidak harus berbeda secara drastis satu sama lain.

Menjaga kualitas produk adalah kewajiban yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Karena dengan jika kualitas barang dagangan sangat bagus, itu akan terjadi memiliki nilai yang tinggi serta dapat memberikan rasa kepuasan terhadap

suatu produk tersebut. Dengan demikian konsumen akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk kita dan dapat memberikan keuntungan juga bagi kita.

Materi Pelatihan

UMKM butuh tiga jenis pelatihan yang harus disampaikan ke Tiga jenis pelatihan untuk pelaku UMKM adalah pemasaran bisnis, manajemen penyimpanan, dan perubahan digital (Uii, 2021).

- 1) Transformasi digital, Pelatihan desain meliputi pelajaran cara membuat logo, mendesain produk yang menarik, mendesain spanduk untuk pemasaran online, dan pengenalan program Canva.
- 2) Pelatihan Promosi Bisnis, Tentang Product Branding, ada sembilan komponen inti pemasaran, dan dapat dibagi menjadi tiga kategori. Segmentasi, penargetan, dan penempatan adalah tiga komponen utama dari pendekatan ini. Kedua, strategi mencakup hal-hal seperti penjualan, promosi, dan pembedaan produk. Terakhir, tiga pilar nilai adalah pengenalan nama, layanan berkualitas, dan operasi yang disederhanakan. pelanggan. Memasukkan segmentasi, penargetan, dan penempatan ke dalam rencana keseluruhan.
- 3) Pengelolaan Manajemen Gudang Materi meliputi:
 - a. Aktivitas pergudangan,
 - b. Penerimaan dan penanganan bahan baku
 - c. Penyimpanan
 - d. Pengeluaran
 - e. Pengendalian/Perawatan
 - f. Perawatan.

Inventory management (manajemen persediaan) dalam hal ini meliputi: Sasaran inventory control, jenis-jenis inventory dan prinsip-prinsip pemberian item code. Dead stock (barang baku yang habis): penyebab dan langkah-langkah preventif. Stock opname: balance, residual balance counting, tips untuk stock opname.

Sistem pengendalian inventory: pola permintaan, system ordering system, utilisasi gudang. Material handling, system FIFO, konsep

just in time inventory.

5. KESIMPULAN

Kabupaten Bekasi memiliki UMKM dalam perekonomian yang berperan khusus, walaupun tumbuh diantara usaha sector besar tapi kehadirannya justru diharap bisa bersinergi dengan dunia usaha skala besar bahkan diharapkan bisa jadi partner sejajar.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan kesempatan kerja, penciptaan PDB, dan penyediaan jaring pengaman, terutama bagi mereka yang berpenghasilan rendah. UMKM didefinisikan sebagai perusahaan yang dijalankan oleh orang atau badan usaha dan bukan anak perusahaan atau anak perusahaan cabang yang dimiliki, dikelola, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau besar dan memenuhi kriteria tertentu (Magazine, 2021).

UMKM di kabupaten Bekasi mendapat perhatian khusus dari pemerintah terutama Dinas Koperasi dan UMKM terlihat dari pelatihan yang sering diadakan ditambah bantuan kucuran dana dalam berbagai produk perbankan yang skema pengembaliannya sangat mudah.

Sumber Daya Manusia sangat penting dan perannya krusial dalam proses pengembangan maka itu perlu diambil langkah yang tepat dalam membentuk pelayanan informasi, dan teknologi yang mendukung serta personel yang kompeten di semua area di mana pekerjaan dilakukan. Sehubungan dengan hal tersebut, sangat penting bagi organisasi untuk memainkan swasta maupun lembaga pemerintah sangatlah dibutuhkan.

Dalam sektor ekonomi seperti UMKM diharapkan pemerintah Kabupaten Bekasi hendaknya memberikan perhatian yang lebih, karena akan sangat mendorong perekonomian Rumah Tangga agar lebih mandiri dan terciptanya lapangan kerja yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (Ed.); Cetakan I, Vol. 21, Issue 1). CV. Syakir Media Press. [Http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/JKM/Article/View/2203](http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/JKM/Article/View/2203)
- Bekasi, P. K. (2017). *Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah - Kabupaten Bekasi*. Pemerintah Kabupaten Bekasi. [Https://Kukm.Bekasikab.Go.Id/Dashboar-ddsb.Php](https://Kukm.Bekasikab.Go.Id/Dashboar-ddsb.Php)
- Dewi, H. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Lembaga Penerbit FEUI.
- Hasibuan, M. S. P. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Isman, A. F., & Wahid, M. A. W. (2022). Pendayagunaan Zakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Maqāṣid Al-Sharī'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2709-2717. [Https://Www.Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jei/Article/View/5800%0Ahttps://Www.Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jei/Article/Download/5800/2768](https://Www.Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jei/Article/View/5800%0Ahttps://Www.Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jei/Article/Download/5800/2768)
- Magazine, C. (2021). Pelatihan Desain Marketing Produk Dan Pendampingan Pemasaran Online UMKM Di Desa Tegiri. *Majalahlarise*. [Https://Www.Majalahlarise.Com/2021/08/Pelatihan-Desain-Marketing-Produk-Dan.Html](https://Www.Majalahlarise.Com/2021/08/Pelatihan-Desain-Marketing-Produk-Dan.Html)
- Mahdi, M. I. (2022). Berapa Jumlah UMKM Di Indonesia? *Dataindonesia.Id*. [Https://Dataindonesia.Id/Sektor-Riil/Detail/Berapa-Jumlah-Umkm-Di-Indonesia](https://Dataindonesia.Id/Sektor-Riil/Detail/Berapa-Jumlah-Umkm-Di-Indonesia)
- Palupi, S. E., Semmaila, B., & Serang, S. (2021). Peran Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Peningkatan Umkm Di Kabupaten Poso Sugiati. *Journal Of Accounting Finance*, 2(2), 18-33.
- Permana, S. H. (2017). STRATEGI PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA Strategy Of Enhancement On The Small And Medium-Sized Enterprises (SMES) In Indonesia Sony Hendra Permana.

Aspirasi, 8(1), 93–103.
[Http://News.Detik.Com/](http://News.Detik.Com/)
Rahmawati, I. K. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Ed. 1). Andi.
Simamora, H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Ed. 3, Cet). STIE YPKN.

Tohar, M. (1999). *Membuat Usaha Kecil*.
Uii, S. (2021). Pelatihan UMKM: Product Branding. *Simpultumbuh Uii*.
[Https://Simpultumbuh.Uii.Ac.Id/Pelatihan-Umkm-Product-Branding/](https://Simpultumbuh.Uii.Ac.Id/Pelatihan-Umkm-Product-Branding/)