

## PSIKOEDUKASI MOTIVASI INTERNAL DAN EKSTERNAL PENJUALAN TERHADAP PEMILIK UMKM DI ERA *NEW NORMAL*

Randwitya Ayu Ganis Hemasti  
Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi  
[randwitya.ganis@ubpkarawang.ac.id](mailto:randwitya.ganis@ubpkarawang.ac.id)

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi secara digital menuntut pelaku usaha terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk adaptif, bukan hanya memerlukan skill saja namun pengembangan sumber daya manusia (SDM) sangat berpengaruh. Pengembangan sumber daya manusia dianggap sebagai salah satu faktor yang paling penting memainkan peran utama dalam menjaga keberlanjutan organisasi, kredibilitas serta penciptaan kepercayaan publik. Salah satu desa yang memiliki UMKM yaitu Desa Margasari yang terletak di Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang. UMKM yang berada di Desa Margasari yaitu UMKM Rengginang dan Kembang Ros Mak Iyah yang menjadi ciri makanan khas Sunda terutama di Kabupaten Karawang. Makanan Rengginang dan Kembang Ros ini diproduksi oleh salah satu warga yang berada di Desa Margasari. Dalam hal ini penulis memberikan psikoedukasi tentang bagaimana cara meningkatkan motivasi bagi pelaku UMKM yang mengalami permasalahan di era new normal. Penyajian data dalam pengabdian ini dalam bentuk uraian kata yang bersifat naratif. Kesimpulan UMKM yang berada di lokasi Desa Margasari dominan mengalami permasalahan penjualan di era new normal ini senggga motivasi untuk para pemilik UMKM sangat perlu di butuhkan untuk meningkatkan penjualan dan tetap semangat.

**Kata kunci:** *covid-19*, Motivasi, UMKM Desa Margasari.

### PENDAHULUAN

Pandemi *Covid-19* yang masih melanda Indonesia, tidak hanya menyebabkan permasalahan pada kesehatan masyarakat, tetapi juga menyebabkan ketidakpastian pada perekonomian global khususnya di Indonesia. Kegiatan usaha dari kecil sampai besar mengalami gangguan akibat dibatasinya kegiatan sosial selama masa pandemi. Menurut pengabdian yang dilakukan oleh Bank Indonesia, sebanyak 87,5% UMKM terdampak pandemi *Covid-19*. Oleh karena itu unit usaha mulai dari UMKM sampai perusahaan besar harus dapat menyesuaikan diri, menyusun strategi dan bersinergi agar usaha tetap berjalan, bertahan dan bangkit di era *new normal* di tengah pandemi *Covid-19*.

Salah satu Desa yang tidak lepas dari dampak pandemi *Covid-19* adalah Desa Margasari, desa ini terletak di Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang. Desa ini memiliki beberapa UMKM yang dapat berkontribusi untuk membantu perekonomian masyarakat sekitar, seperti mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan baru. Pemerintah juga mendukung adanya pengembangan UMKM, agar para pelaku mengembangkan keterampilan dan mampu mengikuti perkembangan zaman dalam menjalankan usaha kecil serta menengah. Bentuk dukungan pemerintah melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) di tahun 2020 dan dilanjutkan di tahun 2021.

Dalam Artikel Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini penulis mengambil judul “Psikoedukasi Motivasi Terhadap Pemilik Umkm Dalam Penjualan Di Era *New Normal*” karena di Desa Margasari ada Salah satu unit usaha yang masih memiliki masalah terkait penjualan di era *new normal* unit usahanya yaitu usaha produksi produk makanan tradisional yang dijalankan oleh Mak Iyah. Produk dari UMKM Mak Iyah yaitu makanan ringan tradisional bernama rengginang yang terbuat dari bahan dasar beras ketan dan kerupuk kembang ros terbuat dari bahan dasar tepung beras. Berkaitan dengan program *study* Psikologi pada Kuliah Kerja Nyata (KKN), yaitu dilakukan pendampingan dan Psikoedukasi terhadap pemilik UMKM di Desa Margasari. Pendampingan dimulai dengan melakukan *survey* terhadap permasalahan yang dihadapi Mak Iyah. Hasil *survey* mendapatkan permasalahan yang terjadi pada produk yang belum ada merek dan penjualan yang masih terbatas. Padahal merek dapat meningkatkan nilai jual serta daya tarik karena dengan merek kemasan terlihat menarik dan juga membuat masyarakat kenal akan produk yang Mak Iyah pasarkan. Merek yang tertera pada label kemasan terdapat identitas alamat, nomor kontak pemilik usaha yang akan memudahkan apabila konsumen ingin membelikembali produk tersebut. Menurut pengabdian Ibrahim, Zainudin, & Surusa (2019) Solusi untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk, di antaranya adalah: (1) Pendampingan penetapan nama/ brand produk, desain logo, dan label; (2) Membuat kemasan yang inovatif, menarik, dan kekinian; (3) Mengajukan izin PIRT.

Motivasi yang penulis berikan kepada pemilik UMKM di Desa margasari yang bernama Mak Iyah yaitu Pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan media sosial lainnya. Pemasaran melalui media sosial dapat berpengaruh besar bagi produksi rengginang dan kembang ros Mak Iyah, adanya media sosial maka konsumen mudah untuk memesan produk rengginang dan kembang ros Mak Iyah dengan cara *Pre Order* (PO) terlebih dahulu adanya pemasaran melalui media sosial akan berpengaruh besar di era *new normal* ini karena kondisi pandemi banyak orang yang sering memesan makanan, benda, dan lain sebagainya menggunakan handphone melalui media sosial. Kemudian Untuk dapat mendukung pemasaran secara *online*, logo dan merk produk juga sangat penting, sehingga logo dan merk produk perlu diberikan pada produk Mak Iyah. Demikian dibuatkanlah logo dan merek Rengginang dan Kembang Ros Mak Iyah, pemesanan dengan cara melalui kontak yang tertera pada logo.

Shane, Locke & Collins mengemukakan bahwa motivasi berwirausaha merupakan suatu kondisi psikologis dari dalam diri seseorang yang mendorong untuk melakukan wirausaha. Indikator variabel motivasi berwirausaha meliputi: (1) Kebutuhan akan prestasi, (2) Pengambilan risiko, (3) Toleransi ketidakpastian, (4) Kepercayaan pada diri sendiri maupun orang lain, (5) Kepercayaan diri, (6) Kemerdekaan, (7) Keinginan yang kuat, dan (8)

Kreativitas (Noviantoro, 2017). Menurut Sofyan & Uno motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang untuk bertindak laku. Selain itu Sofyan & Uno juga menjelaskan bahwa motivasi adalah kekuatan, baik dari dalam atau luar tubuh manusia yang mendorong untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut Ikhsan motivasi merupakan proses yang dimulai dengan definisi fisiologis atau psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditunjukkan untuk tujuan insentif. Motivasi juga berkaitan dengan reaksi subjektif yang ter

## **METODE**

Waktu Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan selama satu bulan, tepatnya pada Kamis, 01 Juli 2021 sampai dengan Sabtu, 31 Juli 2021 melalui Daring. Tempat pada Desa Margasari Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Sehubungan dengan tema KKN online yang kampus berikan yaitu “Psikoedukasi Motivasi Terhadap Pemilik UMKM Dalam Penjualan Di Era *New Normal*” maka target/sasaran pelaksanaan KKN online ini yaitu lebih kepada UMKM.

## **HASIL PENGGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil pensalah satu Desa yang tidak lepas dari dampak pandemi *Covid-19* adalah Desa Margasari, desa ini terletak di Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang. Desa ini memiliki beberapa UMKM yang dapat berkontribusi untuk membantu perekonomian masyarakat sekitar, seperti mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan baru. Pemerintah juga mendukung adanya pengembangan UMKM, agar para pelaku mengembangkan keterampilan dan mampu mengikuti perkembangan zaman.

Di Desa Margasari ada Salah satu unit usaha yang masih memiliki masalah terkait penjualan di era *new normal* unit usahanya yaitu usaha produksi produk makanan tradisional yang dijalankan oleh Mak Iyah. Produk dari UMKM Mak Iyah yaitu makanan ringan tradisional bernama rengginang yang terbuat dari bahan dasar beras ketan dan kerupuk kembang ros terbuat dari bahan dasar tepung beras. Berkaitan dengan program *study* Psikologi pada Kuliah Kerja Nyata (KKN), yaitu dilakukan pendampingan dan Psikoedukasi terhadap pemilik UMKM di Desa Margasari. Pendampingan dimulai dengan melakukan *survey* terhadap permasalahan yang dihadapi Mak Iyah. Hasil *survey* mendapatkan permasalahan yang terjadi pada produk yang belum ada merek dan penjualan yang masih terbatas. Padahal merek dapat meningkatkan nilai jual serta daya tarik karena dengan merek kemasan terlihat menarik dan juga membuat masyarakat kenal akan produk yang Mak Iyah pasarkan. Merek yang tertera pada label kemasan terdapat identitas alamat, nomor kontak pemilik usaha yang akan memudahkan apabila konsumen ingin membeli kembali produk tersebut. Menurut penelitian Ibrahim, Zainudin, & Surusa (2019) Solusi untuk meningkatkan

daya tarik dan nilai jual produk, di antaranya adalah: (1) Pendampingan penetapan nama/ brand produk, desain logo, dan label; (2) Membuat kemasan yang inovatif, menarik, dan kekinian; (3) Mengajukan izin PIRT.

Motivasi yang saya berikan kepada pemilik UMKM di Desa margasari yang bernama Mak Iyah yaitu Pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan media sosial lainnya. Pemasaran melalui media sosial dapat berpengaruh besar bagi produksi rengginang dan kembang ros Mak Iyah, adanya media sosial maka konsumen mudah untuk memesan produk rengginang dan kembang ros Mak Iyah dengan cara *Pre Order* (PO) terlebih dahulu adanya pemasaran melalui media sosial akan berpengaruh besar di era *new normal* ini karena kondisi pandemi banyak orang yang sering memesan makanan, benda, dan lain sebagainya menggunakan handphone melalui media sosial. Kemudian Untuk dapat mendukung pemasaran secara *online*, logo dan merk produk juga sangat penting, sehingga logo dan merk produk perlu diberikan pada produk Mak Iyah. Demikian dibuatkanlah logo dan merek Rengginang dan Kembang Ros Mak Iyah, pemesanan dengan cara melalui kontak yang tertera pada logo.

Motivasi menurut Abraham Maslow, perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh motivasi. Hal ini menyebabkan Maslow menganjurkan sebuah teori motivasi dengan tujuan untuk mengarahkan perilaku manusia agar bisa diarahkan untuk mencapai tujuan. Melalui motivasi, manusia bisa diarahkan untuk kebutuhan tertentu. Bagi seorang pimpinan organisasi perlu mengetahui kebutuhan dari bawahannya. Maslow merumuskan sebuah teori yang kemudian disebut dengan teori hierarki kebutuhan atau *The Need Hierarchy Model*".

Teori Maslow ini terdiri dari tingkatan kebutuhan manusia sesuai dengan skala prioritas. jika kebutuhan dasar terpenuhi maka seseorang dengan sendirinya akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan berikutnya. Maslow juga beranggapan bahwa kebutuhan individu berfungsi sebagai kekuatan pendorong dalam perilaku seseorang. Setelah Mak Iyah termotivasi Mak Iyah mencoba memasang logo ke kemasan rangginang dan kembang ros nya. Berikut contoh logo:



Gambar 1. Logo Produk Kembang Ros dan Rengginang Mak Iyah  
Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-2, 24 Maret 2022



Gambar 2. Hierarki Kebutuhan Maslow

Berikut adalah kelebihan yang ada pada Rengginang Mak Iyah. Usaha Rengginang dan Kembang Ros Mak Iyah belum memiliki pesaing yang sejenis di daerah Margasari. Kualitas rasa Rengginang dan Kembang Ros dikenal dengan rasa yang enak. Harga Rengginang dan Kembang Ros Mak Iyah yang relatif murah dan jumlah pesanan produk relatif stabil selama pandemi covid-19. Memanfaatkan *E-commerce* untuk mencari peluang pasar yang luas dan Mengkreasikan berbagai varian rasa untuk memperluas pasar. Berpotensi menjadi makanan buah tangan khas kota Karawang dan Menambah jumlah tenaga kerja untuk memaksimalkan proses produksi serta Mendaftarkan ke Desa untuk memperoleh *Legalitas* usaha

Motivasi dalam berwirausaha dapat dilihat dari orientasi kewirausahaan. Untuk menjadi wirausaha yang sukses, motivasi dapat didukung oleh adanya orientasi kewirausahaan. Menurut Lumpkin dan Dess (1996) dalam Gunarto (2013) orientasi kewirausahaan merupakan praktik, proses, metode, dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan kewirausahaan perusahaan. Orientasi kewirausahaan dibagi menjadi 5 aspek yaitu:

1. Inovatif: yaitu bentuk sikap wirausaha untuk bertindak kreatif dalam proses pembuatan ide-ide dan gagasan-gagasan baru yang dapat menghasilkan produk atau jasa baru seperti melakukan percobaan dan pengembangan produk untuk pasar sekarang maupun pasar baru.
2. Proaktif: yaitu sikap atau gerak cepat, aktif, dinamis yang dilakukan wirausaha pada peluang pasar untuk mengungguli pesaing dengan cara memperkenalkan produk atau jasa baru, menciptakan perubahan agar tidak kalah bersaing dan menjadi yang terbaik di antara pesaingnya.

3. Berani Mengambil Risiko: yaitu keberanian wirausaha dalam menghadapi resiko.

tantangan dan hambatan dengan tanggung jawab terhadap hasil yang penuh dengan ketidakpastian dan memasuki pasar yang baru.

4. Agresif dalam Bersaing: yaitu suatu bentuk reaksi perusahaan yang cenderung berkompetisi dalam mendapati permintaan yang ada dalam suatu pasar.
5. Otonomi: yaitu suatu kegiatan perusahaan yang dilakukan individu dan atau kelompok untuk memberikan pendidikan berkelanjutan serta beberapa ide bisnis / visi dan cara mencapainya dalam suatu penyelesaian.

Dengan berwirausaha, dapat menambah penghasilan melalui sikap baik yang dimiliki sehingga dapat menjalin komunikasi, interaksi, kerjasama, hubungan baik dengan banyak orang sangat diperlukan khususnya dengan konsumen/pembeli karena tanpa pembeli, usaha tidak akan berjalan dan berlangsung lama. Oleh karena itu, sebagian wirausaha bersikap ramah, sopan, dan tersenyum saat melayani pelanggan agar dapat menjaga kepuasan pelanggan dan nama baik rumah makan, sehingga banyak pelanggan yang menyukai dan berdatangan.

Bukan hanya dengan konsumen saja, melainkan mereka juga menjalin hubungan kerjasama dengan mitra yaitu pedagang sayur, pedagang daging, pedagang ikan, pedagang es batu yang menjadi pemasok rumah makan mereka baik pedagang langganan di pasar maupun pedagang yang mengirim ke rumah makan. Mitra yang dimaksud bukan hanya itu saja, namun ada juga pedagang

Kalimat motivasi yang digunakan untuk mendorong seseorang melaksanakan pekerjaan dengan baik dapat memberikan dampak yang besar kepada hasil produksi. Dengan adanya pemberian pujian secara tidak telah mendorong seseorang secara psikologis bekerja lebih baik lagi dari sebelumnya. Kalimat motivasi sebenarnya bukan sekedar pujian tapi juga berupa kalimat perbandingan yang baik dimana posisi karyawan yang diberikan kalimat akan merasa lebih baik dari sebelumnya. Menurut Nawawi (2001) bahwa kata motivasi (motivation) kata dasarnya adalah motif (motive) yang berarti dorongan, sebab atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Dengan demikian motivasi berarti suatu kondisi yang mendorong atau menjadikan sebab seseorang melakukan suatu perbuatan/kegiatan, yang berlangsung secara sadar.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan yang sudah tertera di atas, dapat disimpulkan bahwa program KKN dalam pengabdian masyarakat telah berjalan dengan baik dimana tingkat partisipasi masyarakat dalam memberikan Motivasi terhadap kegiatan UMKM yang berada di Desa Margasari. Pemilik UMKM juga antusias untuk bekerjasama dengan mahasiswa KKN. Hal ini pemilik UMKM termotivasi oleh mahasiswa untuk meningkatkan

penjualan di *erane normal*. Berdasarkan hasil pengabdian yang sudah dilakukan, beberapa saran yang berguna bagi UMKM Rengginang dan Kembang Rosa Mak Iyah untuk dapat terus mengembangkan Sumber Daya Manusia dan berkontribusi dalam bisnisnya, antara lain sebagai berikut:

1. Memanfaatkan *E-commerce* yaitu promosi melalui media sosial atau *marketplace* untuk mencari peluang pasar yang luas.
2. Kualitas rasa Rengginang dan Kembang Ros Mak Iyah dikenal dengan rasa yang enak. Varian rasa dari rengginang dan kembang ros Mak Iyah dapat lebih dikreasikan agar pilihan produknya lebih beragam dan bisa mencapai segmentasi pasar yang lebih. Selain itu, yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Apabila usaha ini dapat diperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas di luar daerah Margasari, maka produk rengginang dan kembang ros milik Mak Iyah ini dapat berpotensi menjadi salah satu buah tangan khas dari Kota Karawang.
3. Usaha rengginang dan kembang ros milik Mak Iyah belum memiliki banyak pesaing produk yang sejenis di Desa Margasari dan sekitarnya, sehingga dapat dimaksimalkan untuk mencari target pasar yang tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, H. Maslow. 1994. *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: PT PBP.
- Anwar Prabu, Pengaruh Motivasi terhadap kepuasan kerja Pegawai Badan koordinasi Keluarga Berencana Nasional Kabupaten Muara Enim, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vo. 3, No. 6, Desember 2005.
- Christianto, Edo. 2016. *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada PT. Mirota Surabaya*. AGORA Vol. 4, No. 1; Surabaya.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedakan Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), h 18.
- Ibrahim, M., Zainudin, M., dan Surusa, F.E.P. 2019. Upaya peningkatan pemasaran produk melalui pendampingan pembuatan nama produk, kemasan dan perizinan usaha dodol Desa Reksonegoro Kabupaten Gorontalo. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 3(1), 29- 37. 2018
- Nury, A, W, Desti, R, dan Ida, M, 2014. *Strategi Perencanaan SDM Untuk Peningkatan DayaSaing UMKM Batik Semarang*. ISBN: 978-979-3649-81-8; Semarang.
- Pears Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 1, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997) hal 230.
- Rahayu, P, S, Adya, H, dan Suwarta. 2019. Pentingnya Analisis SWOT Untuk

Meningkatkan Kinerja SDM. Jurnal Manajemen, Desember 2019, Halaman : 24-27, Vol. 5, No. 2;Malang.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.