



Pendampingan Pengelolaan UMKM Bakpia Tunas Ngrombo Berbasis Mentoring Kelompok

Management Assistance For Bakpia Tunas Ngrombo MSMEs Based On Group Mentoring

Agus Abdurrahman¹, Fuad Hasyim²

¹⁻²prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Email: agus.abdurrahman@uii.ac.id^{1*}, fuad.hasyim@uii.ac.id²,

Article History:

Received: Mei,31, 2024;

Accepted: Juni 06,2024;

Published: Juli,31,2024;

Keywords: MSMEs, Group mentoring, Managerial, Digital literacy, Competitiveness.

Abstract. *The management assistance Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) based on group mentoring has proven effective in enhancing the performance and sustainability of MSMEs. This study aims to analyze the impact of the group mentoring program on Bakpia Tunas Ngrombo MSMEs. The method used is a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The results show that group mentoring can improve managerial capacity, market access, and digital literacy of MSME actors. Additionally, this mentoring program can also enhance product competitiveness and expand the business network of Bakpia Tunas Ngrombo MSMEs.*

Abstrak

Pendampingan pengelolaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis mentoring kelompok telah terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh program mentoring kelompok terhadap UMKM Bakpia Tunas Ngrombo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mentoring kelompok dapat meningkatkan kapasitas manajerial, akses pasar, serta literasi digital para pelaku UMKM. Selain itu, ditemukan bahwa program mentoring ini juga mampu meningkatkan daya saing produk dan memperluas jaringan bisnis UMKM Bakpia Tunas Ngrombo.

Kata Kunci: UMKM, Mentoring kelompok, Manajerial, Literasi digital, Daya saing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian negara-negara berkembang, seperti Indonesia. Hal itu dilakukan melalui penciptaan lapangan kerja dan mengurangi tingkat kemiskinan. Namun, UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya. Tantangan- tantangan tersebut mencakup keterbatasan akses terhadap pembiayaan, rendahnya tingkat literasi digital, kurangnya kemampuan manajerial, serta keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas (Judijanto et al., 2023). Selain itu, pandemi COVID-19 telah memperburuk situasi dengan menambahkan tekanan yang mengharuskan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi pasar (Endang et al., 2022). Oleh karena itu diperlukan strategi dan dukungan yang komprehensif untuk memberdayakan UMKM agar

* Fuad Hasyim, fuad.hasyim@uii.ac.id

dapat berkontribusi secara maksimal terhadap perekonomian nasional. Dengan demikian, pemerintah maupun lembaga swasta perlu terus mengembangkan kebijakan dan program pendampingan yang mendukung daya saing UMKM.

Pendampingan berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Hal ini terutama karena pendampingan menularkan kompetensi dan keterampilan penting yang diperlukan untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Misalnya, Nicoleta and Paul (2014) menekankan pentingnya sistem mentoring produktif yang menguntungkan baik yang didampingi maupun mentor. Mereka menyoroti bagaimana pendampingan dapat mendorong pelatihan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan yang diperlukan untuk menavigasi pasar kompetitif secara efektif.

Adapun, kerangka kompetensi yang terstruktur dengan baik untuk pendampingan yang efektif, seperti yang dibahas oleh Ramkissoon et al. (2022) menekankan perlunya membekali mentor dengan kompetensi khusus untuk membimbing UMKM secara efektif. Kerangka kerja ini memastikan bahwa peserta didik menerima dukungan dan bimbingan yang disesuaikan, yang secara langsung berdampak pada daya saing bisnis mereka.

Selain itu, program seperti Corporate Mentor Partner Program (CMPP) menggambarkan dampak pendampingan yang lebih luas terhadap UMKM. Perlman-Dee (2023) menjelaskan bagaimana CMPP dapat mengatasi bias gender dan menyelaraskannya dengan tujuan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga meningkatkan kesetaraan gender dan mendorong lingkungan bisnis yang lebih inklusif, yang sangat penting bagi daya saing perusahaan.

Selain itu, pendampingan telah terbukti secara signifikan memengaruhi pengembangan karir, kesejahteraan, dan upaya penelitian, terutama bagi peneliti pemula. Wawasan ini telah diungkapkan oleh Sarabipour et al. (2021), yang menyoroti nilai pendampingan dalam membantu individu menghadapi tantangan akademik maupun non-akademik, yang pada gilirannya dapat mengarah pada praktik bisnis yang lebih inovatif dan kompetitif.

Dalam konteks intra-departemen, pendampingan dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan pengembangan profesional. Tähtinen et al. (2011) menunjukkan bagaimana pendampingan sejawat dalam departemen dapat meningkatkan hasil pendidikan dan menyoroti pentingnya komitmen organisasi terhadap pendampingan.

Lebih lanjut, Johnson (2015) menekankan bahwa pendampingan sangat penting bagi pertumbuhan pribadi dan profesional, yang memungkinkan individu mencapai tujuan karir mereka dan dengan demikian meningkatkan daya saing UMKM secara keseluruhan. Program pendampingan yang diformalkan sangat efektif dalam meningkatkan tingkat rekrutmen dan

retensi, yang memberikan manfaat bagi mentor dan anak didik melalui peningkatkan karier dan kepuasan pribadi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa mentoring berdampak penting terhadap daya saing UMKM, yakni dengan meningkatkan keterampilan karyawan, mengatasi bias gender, dan memberikan dukungan karier karyawan. Hal tersebut pada akhirnya akan meningkatkan daya saing perusahaan.

Tujuan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha bakpia Tunas Ngrombo, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan profitabilitas bisnis mereka. Tujuan kegiatan pengabdian ini dapat dirinci dalam beberapa poin penting:

1. Meningkatkan kapasitas dan pengalaman dalam mengelola usaha kecil berbasis kelompok.
2. Mendampingi peserta dalam menentukan value-proposition
3. Mengenalkan pemasaran digital melalui WhatApps Business

Signifikansi Kegiatan

Setelah program pengabdian masyarakat ini selesai diselenggarakan, para peserta diharapkan mampu meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola UMKM berbasis kelompok, menemukan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan value-proposition, serta menerapkan pemasaran digital berbasis aplikasi WhatsApps. Semua itu diharapkan dapat membantu UMKM berbasis kelompok untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan begitu, UMKM berbasis kelompok dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Deskripsi UMKM Bakpia Tunas Ngrombo

Kelompok Bakpia Tunas Ngrombo berdiri di tengah Pandemi COVID 19 pada tahun 2020, di mana proses berdirinya berawal dari kegiatan Sosialisasi Pelatihan-UKM dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul. Kegiatan Sosialisasi UKM tersebut, menginspirasi Bapak Saryanto, anggota DPRD Bantul, untuk menginisiasi pembentukan usaha mikro berbasis kelompok di Dusun Ngrombo, Blawong II, Timulyo, Jetis, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Bapak Saryanto mengajak Ibu-Ibu di Dusun Ngrombo, untuk membentuk kelompok dengan anggota sekurang-kurangnya 20 orang, selanjutnya seluruh anggota kelompok diikuti-sertakan dalam Pelatihan UKM yang diselenggarakan selama 4 hari oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul. Berbekal pengetahuan dan ketrampilan yang diperoleh dari kegiatan Pelatihan UKM selama 4 hari tersebut, Ibu-Ibu Dusun Ngrombo yang telah berpartisipasi sebagai peserta pelatihan, bersepakat untuk mengembangkan usaha kecil berbasis kelompok.

Kelompok Tunas Ngrombo ditetapkan sebagai nama dari usaha kecil, yang dihasilkan dari hasil rapat dan diskusi seluruh anggota, di mana kata Tunas dimaknai sebagai sebuah awal dari usaha kecil, yang diharapkan dapat tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang bertumbuh dan berkembang dengan akar yang kuat, yaitu semangat dan tekad dari seluruh anggota; adapun Ngrombo adalah nama Dusun dimana kelompok usaha kecil ini didirikan.

Adapun bisnis awal yang dipilih adalah memproduksi panganan atau jajanan yang sudah sangat dikenal sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta, yaitu bakpia kumbu. Modal awal dikumpulkan dari iuran anggota, di mana uang iuran tersebut adalah uang dari hasil pesangon pelatihan, yang terkumpul modal awal sebesar Rp 500.000,-. Proses produksi Bakpia dilakukan secara “tradisional”, menggunakan alat-alat rumah tangga yang dimiliki oleh anggota, Ibu-Ibu kelompok yang memiliki kompor, mempunyai Wajan-Teflon, dan alat-produksi lainnya. Peluncuran perdana produk Bakpia ke pasar yang dilakukan telah membuahkan hasil beberapa pesanan dan penjualan.

Berdasarkan penilaian dari petugas atau Pembina UKM dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Bantul, kualitas Bakpia mendapatkan nilai memuaskan, dari segi rasa dan tampilan; selanjutnya Dinas menyarankan mereka untuk mengurus ijin Pangan Olahan Produksi Rumah Tangga (IPRT), dan sekarang ijin tersebut sedang dalam proses pengurusan.

Satu demi satu kesuksesan telah diraih oleh Kelompok Tunas Ngrombo selama tahun pertama, dan mulai meluncurkan produk baru, yaitu wingko-babat, dan menerima pesanan nasi kotak dan juga jajanan pasar lainnya. Perjalanan tahun pertama telah menghasilkan pengalaman dalam mengelola usaha kecil berbasis kelompok, juga telah menghasilkan pembagian sisa hasil usaha yang bisa menambah penghasilan keluarga. Memasuki tahun kedua, perjalanan usaha kecil Tunas Ngrombo berjalan stabil di tengah kondisi ekonomi yang lesu, bahkan Tunas Ngrombo mulai di kenal oleh pihak luar terkait untuk bergabung dalam sebuah Dekranasda yang diselenggarakan di wilayah Nggose, Bantul. Tunas Ngrombo juga diundang untuk bergabung dengan kelompok UMKM unggul Kabupaten Bantul, yang diinisiasi oleh

seorang anggota DPRD, Bapak Budi Dewantoro. Kegiatan kelompok UMKM unggul fokus pada kegiatan Bazaar daring dan pemasaran melalui media sosial.

Perjalanan usaha mikro berbasis kelompok Tunas Ngrombo, memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang, di mana kekuatan kelompok ini terdapat pada semangat untuk menjadi lebih produktif dan dapat menghasilkan tambahan pendapatan bagi keluarga; dan niat usaha sebagai bagian dari ibadah dan kehidupan beragama dari para anggotanya. Dari hasil wawancara antara pengurus kelompok dan pengusul kegiatan pengabdian ini, didapatkan beberapa masalah penting yang perlu segera mendapatkan pendampingan, seperti mengelola atau manajemen usaha mikro berbasis kelompok; pengetahuan pembukuan usaha kecil, penggunaan media sosial untuk usaha pemasaran dan akses pada dana bantuan pemerintah dan perbankan Syariah.

Dengan memperhatikan potensi pertumbuhan dan berkembangnya kelompok Tunas Ngrombo dan tantangan usaha kecil yang harus dihadapi; dan masalah-masalah pendekatan manajemen dan kemampuan dalam hal penggunaan sosial media ; dan akses pada pembiayaan dan bantuan Pemerintah. Maka sangat dirasa perlu untuk menyelenggarakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat oleh tim pengabdi.

Tahapan Kegiatan Pendampingan

Metode yang diterapkan dalam program pengabdian adalah metode *group mentoring*. *Group mentoring* merupakan suatu kegiatan atau proses di mana seorang mentor memberikan bantuan pengetahuan dan pembelajaran kepada peserta mentoring, dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pembelajaran guna meningkatkan kapasitas dan pengalaman peserta mentoring (Mitchell, 1999). Dalam *group mentoring*, interaksi antara mentor dan peserta mentoring menjadi kunci utama dalam memperkaya pengalaman belajar dan memperluas wawasan peserta mentoring terhadap berbagai aspek yang relevan. Selain itu, melalui *group mentoring*, peserta mentoring juga memiliki kesempatan untuk saling bertukar informasi, pengalaman, dan pandangan, sehingga menciptakan lingkungan belajar yang kolaboratif dan mendukung. Dengan demikian, metode *group mentoring* tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga sebagai wadah untuk memperkuat jaringan sosial dan profesional peserta mentoring.

Dalam kegiatan mentoring telah dilakukan tahapan-tahapan kegiatan yang dapat memberikan kontribusi pada efektivitas pelaksanaan. Adapun tahapannya adalah sebagaimana berikut :

Tahapan I : Kegiatan persiapan atau perencanaan.

Dalam tahapan ini terdapat beberapa kegiatan yang meliputi

1. Identifikasi masalah;
2. Memilih masalah yang paling esensial dan mendesak untuk segera dicarikan solusinya;
3. Mempersiapkan alternatif pemecahan masalah yang akan dijadikan skop pembahasan dan mentoring.

Tahapan II : Pelaksanaan mentoring.

Dalam tahapan kedua dilakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Pembahasan atau penjabaran masalah;
2. Diskusi dalam rangka mengeksplorasi dan menemukan akar permasalahan;
3. Mencari alternatif solusi berdasarkan akar masalah.

Tahapan III: Kegiatan tindak lanjut

Tahap ini merupakan implementasi dari alternatif solusi yang didapatkan dan mengukur efektivitas dari implementasinya, dan membuat analisis dan laporan dari setiap alternatif solusi.

HASIL KEGIATAN

Wawancara identifikasi masalah

Identifikasi masalah yang dihadapi oleh para pengelola usaha Bakpia Tunas Ngrombo merupakan tahap awal dari proses mentoring yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya. Hal ini dilanjutkan dengan tahap evaluasi untuk menentukan strategi penyelesaian masalah. Hasil dari proses wawancara dengan para pengelola di dapat beberapa persoalan yang meliputi:

a. Produksi yang masih rendah

Seiring dengan bertambahnya permintaan atas produk tersebut, produksi yang masih rendah menjadi salah satu masalah yang perlu segera diselesaikan. Rendahnya produksi menyebabkan keterlambatan pengiriman dan kehilangan pelanggan. Persoalan tersebut tidak terlepas tenaga kerja yang terbatas dan alat produksi yang masih kurang memadai. Hal ini dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

b. Ketersediaan modal

Modal menjadi permasalahan utama yang saat ini dihadapi oleh UMKM Bakpia Tunas Ngrombo. Mereka kesulitan untuk mendapatkan modal yang cukup untuk mengembangkan usaha karena hanya mengandalkan iuran dari anggotanya. Sehingga mereka harus mencari solusi alternatif untuk memperoleh modal tambahan. Sementara itu, para pengelola masih menganggap hal tersebut sebagai pilihan terbaik untuk menjaga keberlangsungan usaha mereka, dibandingkan mencari investor eksternal atau perbankan yang mungkin akan mempengaruhi kontrol atas keputusan bisnis mereka.

c. Pengembangan strategi pemasaran

Dengan latar belakang pengelola usaha dari para ibu rumah tangga dengan latar belakang usia cukup tua, antara 50 s.d. 65 tahun, maka pengembangan strategi pemasaran menjadi persoalan penting yang harus segera diatasi. Sebagian besar pengelola tidak memiliki kecakapan digital yang cukup untuk mengikuti perkembangan teknologi pemasaran saat ini. Bahkan, sebagian besar anggota kelompok tidak memiliki perangkat (*hand phone*) yang memadai untuk mendukung strategi pemasaran digital. Dengan demikian perlu dilakukan pelatihan dan penyediaan perangkat yang dibutuhkan agar mereka dapat bersaing secara efektif dalam dunia bisnis modern.

Workshop Perumusan Value-Proposition

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan kunci utama peningkatan kinerja sebuah usaha. Dengan latar belakang anggota kelompok usaha yang tidak memiliki pengalaman berbisnis secara profesional, maka kegiatan pengembangan SDM sangat relevan sebagai salah satu program mendorong UMKM Bakpia Tunas Ngrombo. Dengan pengembangan SDM yang tepat, diharapkan anggota kelompok usaha dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam menjalankan bisnis secara efektif. Hal ini akan berdampak positif pada peningkatan kinerja UMKM Bakpia Tunas Ngrombo secara keseluruhan.

Pelaksanaan pengembangan yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas SDM UMKM Tunas Ngrombo diwujudkan dalam bentuk pelatihan dengan tema "Peningkatan Kapasitas SDM dalam Bidang Value-proposition". Value-proposition sangat penting bagi UMKM agar produk atau jasa yang mereka tawarkan dapat lebih menarik bagi konsumen dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk atau jasa sejenis dari pesaing mereka. Pelatihan dilaksanakan dengan model ceramah interaktif dan diskusi studi kasus, diakhiri dengan perumusan value-proposition.

Diharapkan dengan adanya pelatihan ini, UMKM Tunas Ngrombo dapat lebih memahami nilai tambah yang dimiliki oleh produk mereka dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, diharapkan UMKM Tunas Ngrombo dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal.

Pelatihan Pemasaran Digital

Kebutuhan akan pemasaran berbasis digital tidak dapat lagi dihindari. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital menjadi hal yang penting untuk UMKM Tunas Ngrombo agar dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal. Hal itu dapat dilakukan dengan menyesuaikan kapasitas literasi digital dan ketersediaan teknologi digital yang dapat mereka gunakan.

Dengan mempertimbangkan dua hal di atas, pelatihan pemasaran digital difokuskan pada pengenalan aplikasi digital yang sudah familier dengan mereka dan dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka secara daring. Oleh karena itu, pelatihan tersebut dilaksanakan dalam bentuk "Pelatihan Pemasaran Digital Melalui WhatsApp Business". Dalam pelatihan tersebut, mereka akan diajarkan cara menggunakan fitur-fitur WhatsApp Business untuk mendukung strategi pemasaran daring mereka, seperti penjadwalan pesan, membuat pesan otomatis, menyusun katalog produk, dan mengelola daftar kontak secara efisien. Selain itu, peserta juga akan belajar cara membuat iklan berbayar di WhatsApp Business.

Diharapkan dengan pelatihan ini, peserta dapat meningkatkan penjualan melalui platform WhatsApp Business. Diharapkan dengan pelatihan ini, peserta dapat meningkatkan penjualan melalui platform WhatsApp Business dan mencapai target bisnis yang diinginkan.

Mentoring virtual

Sebagai bentuk keberlanjutan dari pelatihan ini, peserta mendapatkan bimbingan dan arahan langsung dari para anggota pengabdian untuk membantu mereka dalam mengimplementasikan materi pelatihan dalam bentuk mentoring secara virtual melalui media grup WhatsApp dan platform online lainnya. Selain itu, peserta juga mendapatkan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan memperoleh umpan balik langsung dari para ahli dan mentor yang terlibat.

Diskusi

Analisa keberhasilan

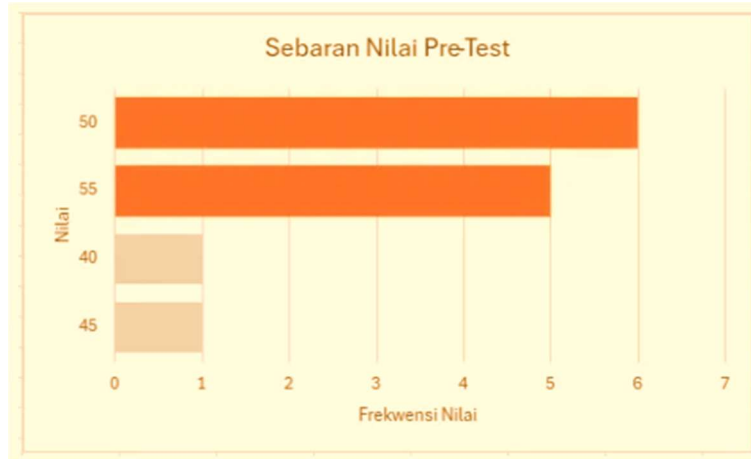
Program pendampingan pelaku usaha Bakpia Tunas Ngrombo telah terlaksana sesuai dengan perencanaan. Keberhasilan program ini dapat dilihat dari antusiasme peserta target program pendampingan. Dalam hal ini, kelompok usaha Tunas Ngrombo terdiri dari 30 anggota. Selama tiga kali pelaksanaan program, 80% peserta telah mengikuti kegiatan secara aktif, dengan rincian sebagai berikut:

Nama Kegiatan	Target Peserta	Peserta Hadir
Interviu (Identifikasi Masalah)	30 Peserta	27 Peserta (90%)
Pelatihan Value-Proposition	15 Peserta	13 Peserta (86%)
Pelatihan WhatsApp Business	15 Peserta	12 Peserta (80%)
Rerata Persentase Kehadiran		85%

Tabel 1. Sebaran kehadiran peserta pelatihan

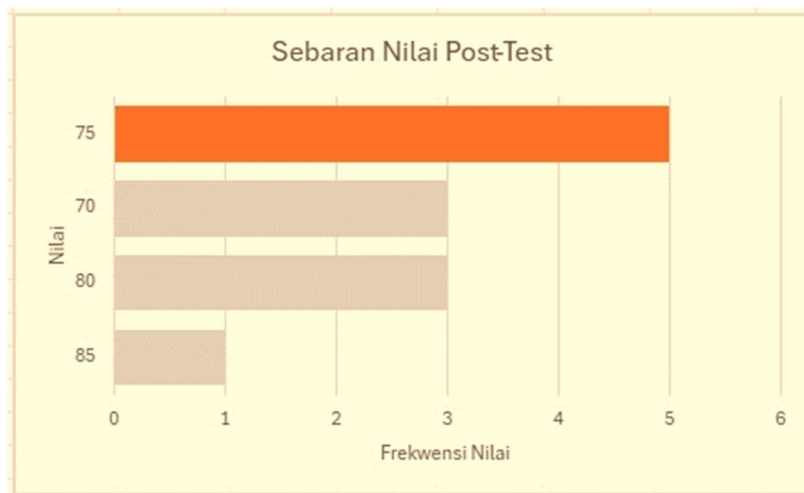
Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan telah mendapatkan respon yang positif dari peserta, karena memiliki tingkat kehadiran yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa peserta menganggap pelatihan tersebut sangat bermanfaat dan relevan bagi mereka.

Keberhasilan program tersebut juga dinilai dari penguasaan peserta terhadap materi yang diajarkan dan kemampuan mereka untuk mengaplikasikannya dalam situasi nyata. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test and post-test selama pelatihan, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta setelah.



Gambar 1. Sebaran nilai test peserta pelatihan sebelum mengikuti pelatihan.

Gambar di atas menunjukkan bahwa sebagian besar peserta test memperoleh nilai di kisaran 50-55, sementara hanya sedikit yang memperoleh nilai di bawah 45. Ini menjadi indikasi bahwa peserta tes memiliki pemahaman yang kurang baik terhadap materi sesuai dengan nilai yang diperoleh. Kemungkinan besar diperlukan perbaikan dan peningkatan agar peserta dapat memahami dengan lebih baik.



Gambar 2. Sebaran nilai tes peserta pelatihan setelah mengikuti pelatihan.

Gambar di atas menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memperoleh nilai 75, yang menunjukkan bahwa nilai ini adalah nilai paling umum setelah pelatihan dilakukan. Nilai 70 dan 80 juga cukup sering muncul, meskipun tidak sebanyak nilai 75. Hanya satu peserta yang memperoleh nilai 85. Berdasarkan nilai di atas dapat ditarik kesimpulan, pelatihan tampaknya efektif dalam meningkatkan nilai peserta, dengan sebagian besar peserta memperoleh nilai

yang cukup baik (75). Meskipun terdapat variasi dalam nilai yang diperoleh, tetapi nilai 75 mendominasi sebaran nilai post-test.

Tantangan dan Kendala yang Dihadapi

Meskipun program tersebut telah selesai dilaksanakan dengan baik dan cukup berhasil, tetapi terdapat beberapa tantangan dan kendala yang dihadapi selama pelaksanaan. Hal itu meliputi antara lain:

a. Koordinasi dan komunikasi kurang efektif

Kesibukan dan keterbatasan sumber daya di UMKM Tunas Ngrombo menyebabkan sulitnya berkoordinasi dengan pengelola UMKM dalam mempersiapkan pelatihan dan pelaksanaan kegiatan. Hal ini berakibatnya pada sulitnya menemukan waktu yang tepat untuk melaksanakan program-program mentoring secara efektif.

b. Keterbatasan media pelatihan

Pelatihan pemasaran digital yang efektif membutuhkan ketersediaan perangkat digital yang memadai. Dengan kondisi usaha yang belum memiliki perangkat teknologi yang representatif, sementara para pengelola juga sebagian besar tidak memiliki telpon cerdas (smart phone) yang memadai, maka pemilihan materi pelatihan pemasaran digital diarahkan pada materi yang sederhana yang dapat dilakukan meskipun dengan teknologi digital yang sederhana. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua peserta dapat mengikuti pelatihan tanpa kesulitan teknis yang berlebihan.

KESIMPULAN

Ringkasan Hasil Kegiatan

UMKM memiliki potensi yang besar untuk berkembang lebih lanjut dan meningkatkan ekonomi lokal. Namun, terdapat beragam kendala bagi UMKM untuk tumbuh menjadi lebih besar dan kompetitif di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan intervensi dari berbagai pihak, pemerintah atau swasta untuk melakukan pendampingan dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi, sumber daya manusia, dan strategi pemasaran.

Pelatihan berupa mentoring terhadap pelaku usaha UMKM Bakpia Tunas Ngrombo dapat menjadi solusi yang efektif untuk membantu mereka memperbaiki kualitas produk dan mengembangkan usahanya lebih lanjut. Mentoring juga dapat membantu mereka meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis. Dengan demikian, membantu mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Program ini terlaksana atas dukungan dari Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Islam Indonesia melalui skema hibah Pengabdian Kepada Masyarakat. Oleh karena itu, peserta pengabdian mengucapkan terima kasih kepada ketua jurusan, direktur Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, serta pihak lain yang mendukung berjalannya program.

LAMPIRAN



Gambar 3. Penyampaian materi pemasaran digital



Gambar 4. Interview dengan salah satu pengelola

DAFTAR PUSTAKA

Endang, M. W., Rahayu, S. M., ZA, Z., Nurtjahjono, G. E., & Rokhimakhumullah, D. N. F. (2022). The effect of multi-channel marketing strategy and market logistics toward the improvement of MSMEs' (Micro, Small and Medium Enterprises) sales during Covid-19 pandemic (Research study on food and drink accommodation MSME in East Java). *Jurnal of Public Administration Studies*, 7(2), 13–18. <https://doi.org/10.21776/ub.jpas.2022.007.02.3>

Johnson, W. B. (2015). On being a mentor.

- Judijanto, L., Utami, E. Y., Apriliani, D., & Rijal, S. (2023). A holistic review of MSME entrepreneurship in Indonesia: The role of innovation, sustainability, and the impact of digital transformation. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 119–132. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.355>
- Mitchell, H. J. (1999). Group mentoring: Does it work? *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning*, 7(2), 113–120. <https://doi.org/10.1080/1361126990070202>
- Nicoleta, G., & Paul, C. C. (2014). The role of mentoring in entrepreneurship training: Premio case study. *DOAJ (Directory of Open Access Journals)*. <https://doaj.org/article/c984818c2aaf44039c8c2ad85e32a272>
- Perlman-Dee, P. (2023). Establishing a Corporate Mentor Partner Program (CMPP) focusing on Corporate Social Responsibility (CSR) – considering addressing gender bias and equality. *Journal of Perspectives in Applied Academic Practice*, 11(1), 27–30. <https://doi.org/10.56433/jpaap.v11i1.528>
- Ramkissoon, B., Baichoo, R. R., Bholoa, A., & Sider, S. (2022). A novel competency framework for effective mentoring. *Tenth Pan-Commonwealth Forum on Open Learning*. <https://doi.org/10.56059/pcf10.9197>
- Sarabipour, S., Hainer, S. J., Arslan, F. N., De Winde, C. M., Furlong, E., Bielczyk, N., Jadavji, N. M., Shah, A. P., & Davla, S. (2021). Building and sustaining mentor interactions as a mentee. *The FEBS Journal*, 289(6), 1374–1384. <https://doi.org/10.1111/febs.15823>
- Tähtinen, J., Mainela, T., Nätti, S., & Saraniemi, S. (2011). Intradepartmental faculty mentoring in teaching marketing. *Journal of Marketing Education*, 34(1), 5–18. <https://doi.org/10.1177/027347531142024>