

DEVELOPMENT OF A BUSINESS INCUBATOR-BASED UMKM MENTORING MODEL TO IMPROVE COMPETITIVENESS IN THE DIGITAL ERA

PENGEMBANGAN MODEL PENDAMPINGAN UMKM BERBASIS INKUBATOR BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL

Ferdy Leuhery¹, Jimmy Abodindifu²

Universitas Pattimura Ambon¹, Universitas Victory Sorong²

*ferdyleuhery12@gmail.com¹, jimmy.srg11@gmail.com²

*Corresponding Author

ABSTRAK

UMKM di Indonesia, terutama di daerah Masohi, Kabupaten Maluku Tengah, menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pendampingan berbasis inkubator bisnis yang dapat membantu UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, manajemen, dan inovasi produk. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan melalui workshop digitalisasi, pelatihan manajemen usaha berbasis teknologi, serta mentoring pemasaran di marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pemasaran digital dan manajemen usaha, serta adopsi teknologi yang lebih tinggi di kalangan UMKM lokal, yang berpotensi meningkatkan daya saing mereka di era digital.

Kata Kunci: UMKM, inkubator bisnis, digitalisasi, daya saing, pelatihan teknologi, Maluku Tengah.

ABSTRACT

MSMEs in Indonesia, especially in the Masohi area, Central Maluku Regency, face major challenges in adopting digital technology to improve their competitiveness in the global market. This study aims to develop a business incubator-based mentoring model that can help MSMEs utilize digital technology for marketing, management, and product innovation. Community Service (PkM) activities are carried out through digitalization workshops, technology-based business management training, and marketing mentoring in the marketplace. The results of the activities show an increase in participants' understanding of digital marketing and business management, as well as higher technology adoption among local MSMEs, which has the potential to increase their competitiveness in the digital era.

Keywords: MSMEs, business incubators, digitalization, competitiveness, technology training, Central Maluku.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ekonomi lokal. Namun, kemajuan pesat teknologi digital memberikan tantangan besar bagi UMKM, terutama dalam kemampuan mereka untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi ini untuk pemasaran, manajemen, dan inovasi produk. Kurangnya adaptasi teknologi menjadi hambatan utama yang menghalangi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin digital (Judijanto, 2023; Awwal, 2023).

Di Kabupaten Maluku Tengah, khususnya di Masohi, terdapat banyak potensi bagi UMKM, terutama di sektor kuliner, kerajinan, dan agroindustri. Namun, UMKM di daerah ini sering kali kesulitan dengan akses terbatas terhadap dukungan berbasis teknologi, yang menghambat kemampuan mereka untuk mengoptimalkan potensi yang ada (Maksum et al., 2020; Achmad, 2023). Tantangan yang dihadapi oleh UMKM di wilayah ini menunjukkan kebutuhan mendesak akan intervensi strategis yang bertujuan untuk memfasilitasi adopsi teknologi dan meningkatkan kapasitas bisnis. Intervensi tersebut dapat meliputi program

pelatihan yang terarah, akses ke alat pemasaran digital, dan dukungan finansial untuk investasi teknologi (Sutrisno, 2023; Riswandi & Permadi, 2022).

Lebih lanjut, pandemi COVID-19 telah mempercepat proses digitalisasi di kalangan UMKM, meskipun banyak dari mereka masih tertinggal dalam mengadopsi alat digital yang esensial. Sebagai contoh, hanya 13% UMKM yang telah memanfaatkan internet untuk tujuan pemasaran, yang menunjukkan adanya kesenjangan signifikan dalam keterlibatan digital (Reni, 2023). Situasi ini menekankan pentingnya program komprehensif yang tidak hanya mendorong adopsi teknologi, tetapi juga memberikan dukungan berkelanjutan dan pendidikan untuk memastikan pertumbuhan dan daya saing yang berkelanjutan di era digital (Iskandar, 2023; Religia et al., 2023).

Sebagai kesimpulan, meskipun UMKM di Indonesia, khususnya di daerah seperti Masohi, memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, keberhasilan mereka bergantung pada kemampuan untuk mengatasi hambatan teknologi. Intervensi strategis yang fokus pada peningkatan kemampuan digital dan penyediaan akses terhadap sumber daya berbasis teknologi sangat penting untuk memberdayakan UMKM agar dapat berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Ramdan et al., 2022; Suliswanto & Rofik, 2019; Andika et al., 2021).

Data menunjukkan rendahnya tingkat adopsi teknologi di kalangan UMKM lokal di Maluku Tengah. Hal ini terlihat dari minimnya kehadiran UMKM pada platform digital, terbatasnya penggunaan perangkat lunak manajemen usaha, serta rendahnya kemampuan memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan nilai tambah produk mereka. Di sisi lain, persaingan pasar yang semakin global menuntut UMKM untuk mampu berinovasi dan memanfaatkan teknologi sebagai salah satu strategi bertahan dan berkembang. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk menyediakan pendampingan yang terstruktur dan berbasis teknologi guna mengatasi kendala tersebut.

Pendekatan berbasis inkubator bisnis telah terbukti efektif dalam mendukung pengembangan UMKM di berbagai negara. Inkubator bisnis didefinisikan sebagai struktur atau program yang dirancang untuk mempercepat pertumbuhan dan keberhasilan bisnis melalui penyediaan sumber daya dan layanan yang terintegrasi, seperti pelatihan, pendampingan, serta akses ke jaringan pasar dan teknologi. Dalam konteks UMKM, teori inovasi digital juga relevan, mengingat transformasi digital dapat menjadi katalisator untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan menciptakan nilai tambah. Selain itu, konsep daya saing berbasis digital menggarisbawahi pentingnya kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam menciptakan diferensiasi produk dan layanan di pasar.

Penerapan model pendampingan berbasis inkubator bisnis menjadi solusi yang sangat penting untuk menjawab tantangan yang dihadapi UMKM di era digital. Pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknologi, tetapi juga memberikan dukungan holistik yang mencakup strategi bisnis, pemasaran, dan manajemen. Program ini diharapkan mampu memberikan dampak positif secara ekonomi, seperti peningkatan pendapatan UMKM, dan secara sosial, seperti peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal di Masohi melalui pendampingan yang berfokus pada transformasi digital. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk merancang model inkubator bisnis yang berkelanjutan dan adaptif, sehingga dapat terus memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Maluku Tengah.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Tanggal dan Lokasi

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini direncanakan berlangsung pada tanggal 09 September 2024, bertempat di Masohi, Kabupaten Maluku Tengah. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi UMKM lokal yang memerlukan pendampingan untuk

meningkatkan daya saing di era digital, khususnya di sektor-sektor yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah.

2.2. Analisis Situasi Lapangan

Analisis situasi dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pengusaha UMKM lokal di Masohi. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik dan tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan usahanya. Fokus analisis meliputi:

1. Identifikasi Kendala: Keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya kemampuan pemasaran digital, dan manajemen usaha yang masih konvensional.
2. Prioritas Sektor Usaha: Sektor agroindustri dan kuliner lokal menjadi prioritas karena kontribusi ekonomi yang tinggi dan potensi pengembangan produk yang signifikan melalui inovasi berbasis teknologi.

2.3. Pengenalan Kegiatan PkM

Pendampingan berbasis inkubator bisnis dirancang untuk memberikan solusi komprehensif yang mencakup berbagai aspek pengembangan usaha. Kegiatan ini melibatkan:

1. Workshop Digitalisasi UMKM: Materi mencakup pemasaran online, branding produk, dan pengelolaan toko di platform marketplace.
2. Pelatihan Manajemen Usaha Berbasis Teknologi: Penggunaan perangkat lunak untuk pengelolaan keuangan, stok barang, dan layanan pelanggan.
3. Simulasi dan Mentoring: Simulasi strategi pemasaran di marketplace diikuti oleh sesi mentoring langsung untuk mendukung implementasi hasil pelatihan.

2.4. Objek Responden

Responden dalam kegiatan ini adalah para pengusaha UMKM lokal yang bergerak di sektor agroindustri, kuliner, dan kerajinan. Sebanyak 60 UMKM akan menjadi peserta dalam program ini, dengan seleksi berdasarkan potensi pengembangan usaha dan minat untuk mengadopsi teknologi digital. Responden dipilih untuk memastikan bahwa pendampingan yang diberikan dapat memberikan dampak signifikan, baik terhadap usaha individu maupun komunitas UMKM secara keseluruhan.

3. RANCANGAN EVALUASI

3.1. Metode Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini akan dilakukan menggunakan beberapa pendekatan untuk mengukur keberhasilan program secara komprehensif:

1. Survei Kepuasan Peserta: Pengukuran kepuasan peserta akan dilakukan dengan menggunakan skala Likert yang mencakup beberapa aspek, seperti pemahaman materi, kualitas pelatihan, relevansi dengan kebutuhan usaha, dan penerapan teknik yang dipelajari. Survei ini akan diadakan setelah pelaksanaan setiap sesi pelatihan dan workshop untuk mendapatkan feedback langsung dari peserta.
2. Wawancara Mendalam: Wawancara dengan beberapa peserta akan dilakukan untuk menggali pengalaman mereka selama mengikuti kegiatan, serta mendapatkan saran untuk perbaikan program di masa mendatang. Wawancara ini juga bertujuan untuk memahami tantangan nyata yang dihadapi peserta dalam implementasi pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari program.
3. Penilaian Kualitatif Hasil Implementasi Model: Sebagai bagian dari evaluasi, beberapa UMKM percontohan akan dipilih untuk mengevaluasi implementasi model inkubator bisnis. Penilaian kualitatif ini akan melihat sejauh mana perubahan yang terjadi dalam praktik usaha mereka, termasuk peningkatan efisiensi, penerapan teknologi baru, dan pengaruh terhadap daya saing produk di pasar.

3.2. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program ini akan dievaluasi dengan menggunakan indikator-indikator berikut:

1. Peningkatan Pemahaman Peserta tentang Pemasaran Digital dan Manajemen Usaha: Evaluasi ini mengukur sejauh mana peserta memahami konsep pemasaran digital, branding, dan manajemen usaha berbasis teknologi setelah mengikuti pelatihan. Indikator ini akan dilihat dari kemampuan peserta dalam mengimplementasikan teknik yang dipelajari di usaha mereka.
2. Tingkat Adopsi Teknologi oleh UMKM setelah Pendampingan: Mengukur perubahan dalam penggunaan teknologi oleh UMKM setelah kegiatan pendampingan. Ini termasuk adopsi perangkat lunak manajemen usaha, penggunaan platform e-commerce, dan pemanfaatan alat digital untuk pemasaran dan komunikasi.
3. Kepuasan Peserta terhadap Kegiatan Pendampingan: Diperoleh melalui survei kepuasan yang mencakup berbagai aspek program, seperti materi yang disampaikan, fasilitator, relevansi dengan kebutuhan peserta, dan kebermanfaatannya dalam pengembangan usaha. Tingkat kepuasan peserta akan menjadi indikator utama untuk menilai efektivitas keseluruhan kegiatan PkM ini.

4. HASIL

4.1. Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui model pendampingan berbasis inkubator bisnis berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan dimulai pada 09 September 2024 di Masohi, Kabupaten Maluku Tengah, dengan partisipasi dari 60 UMKM lokal yang bergerak di sektor agroindustri, kuliner, dan kerajinan. Berikut adalah rincian kegiatan yang dilaksanakan:

1. Workshop Digitalisasi UMKM: Peserta diberikan materi tentang pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk, branding, dan penggunaan teknologi untuk mengoptimalkan operasional usaha.
2. Pelatihan Manajemen Usaha Berbasis Teknologi: Fokus pelatihan ini adalah pada penggunaan perangkat lunak untuk pengelolaan keuangan, manajemen stok, dan peningkatan efisiensi operasional.
3. Simulasi dan Mentoring: Selama sesi simulasi, peserta mendapatkan kesempatan untuk mempraktikkan strategi pemasaran di platform marketplace dan mendapatkan feedback langsung dari mentor yang berpengalaman.

Partisipasi UMKM selama kegiatan ini sangat antusias, dengan kehadiran hampir seluruh peserta yang menunjukkan komitmen tinggi terhadap upaya peningkatan kapasitas usaha mereka. Tanggapan peserta terhadap materi yang disampaikan sangat positif, terutama pada aspek digitalisasi pemasaran dan pengelolaan usaha berbasis teknologi.

4.2. Data Survei Kepuasan Peserta

Survei kepuasan peserta menunjukkan hasil yang menggembirakan, dengan sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kegiatan ini. Berikut adalah data survei kepuasan peserta dalam bentuk tabel:

Tabel 1. Survei Kepuasan Peserta

Aspek Evaluasi	Skor Rata-Rata (Skala 1-5)
Pemahaman Materi Pemasaran Digital	4.6
Kualitas Pelatihan dan Fasilitator	4.7
Relevansi Pelatihan dengan Kebutuhan Usaha	4.5
Kemudahan Penerapan Teknik yang Dipelajari	4.3

Aspek Evaluasi	Skor Rata-Rata (Skala 1-5)
Kepuasan Keseluruhan Program	4.6

Sumber: Data Diolah, 2024

5. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan peserta, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan berbasis inkubator bisnis ini cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman UMKM terhadap pemasaran digital dan manajemen usaha berbasis teknologi.

5.1. Keberhasilan Pendampingan

Survei dan wawancara mendalam dengan peserta menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan penerapan strategi digital untuk pemasaran produk. Sebagian besar UMKM peserta mulai mengadopsi platform digital untuk memasarkan produk mereka, meskipun masih terdapat beberapa tantangan dalam proses implementasi.

5.2. Tantangan dalam Implementasi

Beberapa tantangan utama yang dihadapi dalam implementasi model pendampingan ini antara lain adalah keterbatasan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang tidak stabil, serta resistensi sebagian pelaku UMKM terhadap perubahan. Beberapa peserta mengungkapkan kesulitan dalam menggunakan platform digital secara optimal, terutama yang berkaitan dengan manajemen stok dan transaksi online.

5.3. Dampak Awal yang Terlihat pada UMKM Peserta Program

Meskipun masih dalam tahap awal, terdapat indikasi positif dari beberapa UMKM yang telah mulai memanfaatkan pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan ini. Sebagai contoh, beberapa pelaku UMKM kuliner di Masohi telah berhasil meningkatkan penjualan mereka melalui promosi di media sosial dan platform e-commerce lokal. Sektor agroindustri juga menunjukkan potensi yang baik untuk berkembang lebih lanjut, dengan beberapa peserta yang mulai mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk efisiensi produksi dan distribusi.

Namun, dampak penuh dari program ini masih memerlukan waktu untuk dapat terlihat secara lebih signifikan, karena penerapan teknologi membutuhkan waktu dan adaptasi yang cukup panjang, terutama di daerah yang infrastrukturnya terbatas.

6. KESIMPULAN

6.1. Ringkasan Temuan Utama

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di Masohi, Kabupaten Maluku Tengah, dapat disimpulkan bahwa model pendampingan berbasis inkubator bisnis untuk UMKM lokal di daerah ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman tentang digitalisasi usaha dan manajemen berbasis teknologi. Kegiatan pelatihan dan workshop yang diberikan mampu memberikan pengetahuan baru bagi peserta, yang sebagian besar merasa lebih siap untuk memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Hasil survei kepuasan peserta menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM puas dengan materi yang diberikan, dengan skor kepuasan rata-rata yang tinggi pada aspek pemahaman digitalisasi, kualitas pelatihan, serta relevansi dengan kebutuhan usaha mereka.

6.2. Implikasi Praktis bagi UMKM dan Saran Pengembangan Model Inkubator Bisnis

Implikasi praktis dari kegiatan ini adalah bahwa UMKM di Masohi, meskipun menghadapi tantangan dalam hal infrastruktur dan adaptasi terhadap teknologi, mulai menunjukkan langkah-langkah positif dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Program pendampingan ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya pemasaran online, branding produk, serta penggunaan platform digital untuk meningkatkan efisiensi manajerial.

Untuk pengembangan lebih lanjut, model inkubator bisnis yang diberikan dapat diperluas dengan menambahkan lebih banyak elemen pendampingan jangka panjang, seperti akses ke pendanaan, jaringan bisnis, serta dukungan untuk penelitian dan pengembangan produk. Hal ini akan membantu UMKM dalam mengatasi keterbatasan yang ada dan mengoptimalkan potensi pasar digital.

6.3. Rekomendasi untuk Penelitian atau Pengabdian Masyarakat Selanjutnya

Berdasarkan temuan ini, beberapa rekomendasi untuk penelitian atau pengabdian masyarakat selanjutnya adalah:

1. Peningkatan Infrastruktur Teknologi: Pengabdian yang lebih lanjut perlu fokus pada pengembangan infrastruktur dasar, seperti penyediaan fasilitas internet yang lebih stabil dan pelatihan lebih lanjut terkait teknologi yang dapat meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM.
2. Pendampingan Jangka Panjang: Model inkubator bisnis harus lebih berorientasi pada pendampingan berkelanjutan, termasuk pembinaan usaha dalam jangka panjang serta penerapan model bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar digital yang cepat.
3. Penelitian Tindak Lanjut: Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari digitalisasi UMKM, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan implementasi teknologi digital di sektor UMKM, terutama di daerah dengan infrastruktur yang terbatas.
4. Kolaborasi dengan Stakeholder Lain: Kerja sama antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta sangat penting untuk menciptakan ekosistem bisnis yang mendukung pertumbuhan UMKM, termasuk pengembangan model inkubator yang dapat diakses lebih banyak pelaku usaha di daerah terpencil.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan UMKM di Masohi dan daerah sekitarnya dapat lebih siap menghadapi tantangan di era digital, serta mampu bersaing secara efektif di pasar global.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, W. (2023). Msmes empowerment through digital innovation: the key to success of e-commerce in indonesia. *Daengku Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(3), 469-475. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1742>
- Andika, A., Jennifer, J., Huang, J., & Sebastian, J. (2021). Analysis of digital marketing adoption in Indonesian micro, small, and medium enterprises. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(3), 308-328. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i3.3173>
- Awwal, M. (2023). Technology adaptation and ceo characteristics: enhancing competitive advantage in Indonesia's msme of f&b in the jabodetabek region. *International Journal of Business Law and Education*, 4(2), 1228-1241. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.322>
- Iskandar, Y. (2023). Digital transformation model and the role of hr in Indonesian msme. *International Journal of Business Law and Education*, 4(2), 1427-1453. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.334>
- Judijanto, L. (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>
- Maksum, I., Rahayu, A., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (smes) in Indonesia. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 6(3), 50. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030050>
- Ramdan, A., Pramiasih, E., Herdhiana, R., Zahara, R., & Lisnawati, C. (2022). Challenges and opportunities for utilizing msme digital marketing applications in tourism areas.

- International Journal of Business Economics & Management, 5(3), 131-142.
<https://doi.org/10.21744/ijbem.v5n3.1912>
- Religia, Y., Ekhsan, M., Huda, M., & Fitriyanto, A. (2023). Toe framework for e-commerce adoption by msme during the covid-19 pandemic: can trust moderate?. Applied Information System and Management (Aism), 6(1), 47-54.
<https://doi.org/10.15408/aism.v6i1.30954>
- Reni, A. (2023). Human resource management, technology adaptation, and environmental policy: a multi-variable study of msme entrepreneurship in indonesia. International Journal of Business Law and Education, 5(1), 72-89.
<https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.358>
- Riswandi, R. and Permadi, I. (2022). Business sustainability through technology adoption: readiness and acceptance of e-commerce technology in msme. Kne Social Sciences.
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i14.11973>
- Suliswanto, M. and Rofik, M. (2019). Digitalization of micro, small & medium enterprises (msme) in east java, indonesia. Muhammadiyah International Journal of Economics and Business, 2(1), 34-43. <https://doi.org/10.23917/mijeb.v2i1.9380>
- Sutrisno, S. (2023). Education and training as a means of developing msme expertise. Journal of Contemporary Administration and Management (Adman), 1(3), 137-143.
<https://doi.org/10.61100/adman.v1i3.62>