



Pelatihan Peningkatan Kompetensi SDM dalam Menjalankan Usaha pada UMKM Binaan Inkubator Bisnis

*Fania Mhayugiastiwi, Yoberth Kornelius, Nilluh Putu Evvy Rossanty,
Moh. Ali Murad

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Tadulako University, Jl. Soekarno Hatta KM 9 Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah

*Corresponding Author e-mail: faniamhy@gmail.com

Received: Juli 2024; Revised: Juli 2024; Published: Agustus 2024

Abstrak

UMKM memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, namun banyak yang menghadapi tantangan dalam pemasaran dan manajemen keuangan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi SDM UMKM Alnata Taste dan Batik Nation, yang berada di bawah naungan inkubator bisnis, melalui pelatihan berbasis teknologi dan strategi manajerial. Metode yang digunakan mencakup seminar, diskusi, dan bimbingan langsung. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan bisnis, keahlian teknis, dan kemampuan manajerial, terutama dalam pemasaran digital dan manajemen keuangan. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil meningkatkan kapasitas UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas, namun perlu penguatan lebih lanjut pada diversifikasi produk dan branding. Disarankan agar program pelatihan berkelanjutan dilaksanakan untuk mendukung pengembangan UMKM secara komprehensif.

Kata Kunci: Kompetensi SDM, Pengelolaan Usaha, UMKM, Digitalisasi.

Training to Improve Human Resource Competencies in Running a Business in Micro, Small, and Medium Enterprises Assisted by Business Incubators

Abstract

UMKM play a crucial role in Indonesia's economy, yet many face challenges in marketing and financial management. This community service activity aimed to enhance the human resource competencies of MSMEs Alnata Taste and Batik Nation, under the guidance of a business incubator, through technology-based training and managerial strategies. The methods included seminars, discussions, and direct mentoring. The evaluation results showed significant improvements in business knowledge, technical skills, and managerial capabilities, particularly in digital marketing and financial management. In conclusion, the training effectively increased the capacity of these UMKM to compete in broader markets; however, further strengthening is needed in product diversification and branding. It is recommended that continuous training programs be implemented to support the comprehensive development of UMKM.

Keyword: HR Competency, Business Management, UMKM, Digitalization.

How to Cite: Mhayugiastiwi, F., Kornelius, Y. ., Rossanty, N. P. E., & Murad, M. A. . (2024). Pelatihan Peningkatan Kompetensi SDM dalam Menjalankan Usaha pada UMKM Binaan Inkubator Bisnis. Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service), 6(3), 659–669. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i3.2100>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i3.2100>

Copyright© 2024, Mhayugiastiwi et al
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha berskala mikro, kecil, dan menengah yang memainkan peran penting dalam

peningkatan perekonomian Indonesia (Suparman & Muzakir, 2023). UMKM memberikan kontribusi signifikan dengan menyediakan lapangan kerja dan menjadi sumber penghidupan bagi banyak masyarakat, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Mengingat pentingnya peran UMKM dalam stabilitas ekonomi, pemerintah, melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, terus memberikan berbagai bentuk dukungan. Dukungan tersebut termasuk bantuan pinjaman modal, program pelatihan, serta bantuan pemasaran melalui platform digital (Lutfi et al., 2020). Dengan adanya dukungan ini, diharapkan UMKM dapat mengembangkan kemampuan sumber daya manusianya, sehingga tujuan usahanya dapat tercapai dengan lebih baik (Lahandu et al., n.d.).

Dalam era digital saat ini, ketergantungan pada teknologi informasi (IT) telah menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan sebuah usaha. Penggunaan IT memungkinkan pelaku usaha untuk menghemat biaya operasional sekaligus memaksimalkan keuntungan (Pasaribu et al., 2021). Selain itu, tren di media sosial juga sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen, di mana banyak konsumen yang kini mengikuti apa yang populer di media sosial (Fadjar et al., 2022). Untuk itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran menjadi sangat penting bagi UMKM.

Upaya pengembangan UMKM, inkubator bisnis menjadi salah satu strategi yang efektif. Inkubator bisnis merupakan wadah di mana UMKM binaan serta calon wirausaha mendapatkan pelatihan dan pembinaan untuk menguasai berbagai aspek bisnis yang diperlukan (Hurriati et al., 2024). Tujuan utama dari keberadaan inkubator bisnis ini adalah untuk membantu UMKM agar dapat berkembang dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Inkubator bisnis juga berperan dalam meningkatkan berbagai keahlian yang diperlukan oleh seorang wirausaha, termasuk pengetahuan, keterampilan berpikir kritis, keterampilan manajemen, dan keterampilan komunikasi (Kornelius et al., 2024). Melalui peningkatan kompetensi ini, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal untuk mencapai kesuksesan.

Pengabdian masyarakat menjadi salah satu bentuk kontribusi nyata yang dapat dilakukan oleh mahasiswa dalam mendukung perkembangan UMKM. Mahasiswa memiliki peran penting sebagai *intellectual force* dalam mengatasi berbagai persoalan yang ada di tengah masyarakat (W. Adda et al., 2020). Dalam konteks pengembangan UMKM, pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dapat berfokus pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) UMKM. Sebagai contoh, mahasiswa dapat terlibat dalam kegiatan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis, pengembangan tim, dan pelatihan berbasis teknologi. Kegiatan ini juga melibatkan wawancara awal untuk menganalisis sejauh mana kompetensi yang telah dimiliki oleh pelaku UMKM, sehingga pelatihan yang diberikan dapat lebih tepat sasaran.

Dalam praktiknya, pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa ini sering kali bekerja sama dengan inkubator bisnis. Salah satu bentuk nyata dari pengabdian ini adalah pelatihan peningkatan kompetensi SDM pada UMKM binaan inkubator bisnis. Sebagai contoh, pelatihan yang dilakukan pada UMKM Alnata Taste dan Batik Nation yang berada di bawah naungan inkubator bisnis tidak hanya berfokus pada peningkatan

keterampilan teknis, tetapi juga pada pengembangan strategi bisnis yang efektif. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan bekal yang cukup bagi pelaku UMKM agar dapat bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif.

Adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan UMKM dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan bisnis yang ada, serta mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Pengabdian ini juga menegaskan peran penting mahasiswa dalam mendukung pengembangan UMKM melalui pendekatan yang holistik dan kolaboratif. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial pelaku UMKM, tetapi juga untuk memperkuat fondasi bisnis mereka agar lebih berdaya saing di masa depan. Melalui sinergi antara mahasiswa, inkubator bisnis, dan pelaku UMKM, diharapkan dapat tercipta wirausahawan yang kompeten dan berkontribusi nyata bagi perekonomian Indonesia.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan mulai bulan februari 2024. Dimulai dengan kegiatan dampingan pada tanggal 5 Maret 2024 dan selanjutnya kegiatan pengabdian dilakukan secara felksibel mengikuti jadwal pelaku usaha dampingan. Kegiatan awal dampingan akan di lakukan wawancara awal dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh kompetensi yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usaha mereka.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan yang bertujuan untuk memberi peningkatan kompetensi SDM pada pelaku UMKM binaan inkubator bisnis. Metode pelatihan yang digunakan berupa pengadaan seminar diskusi dan pemberian materi secara langsung kepada pelaku usaha. Tidak hanya dalam forum seminar. Metode ini dianggap dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat (Kornelius, 2023).

Mitra dalam kegiatan ini adalah para tim inkubator bisnis sebagai pemberi materi dan juga sebagai penyelenggara, seluruh pelaku usaha UMKM dari segala kalangan sebagai peserta dan narasumber lainnya seperti *influencer* dan tim dari akuntan lokal yang juga berperan sebagai pemberi materi dalam seminar atau forum diskusi. Keterlibatan pelaku usaha UMKM dalam pelatihan tersebut tentunya menjadi diskusi bagaimana mereka menyampaikan pertanyaan dan menarik kesimpulan dari setiap pemberian materi yang akan menjadi indikator pemahaman pelaku usaha UMKM yang kemudian akan di terapkan dalam proses pengembangan usaha mereka. Untuk melihat keberhasilan pelatihan tersebut akan terlihat dalam setiap proses monitoring pendamping terhadap pelaku dampingan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini berfokus kepada UMKM Alnata Taste dan Batik Nation *dalam naungan* organisasi binaan inkubator bisnis. Pengabdian ini memberikan pengetahuan dan materi tentang bagaimana memulai, mengolah, dan mengelola sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya lokal yang tersedia secara berkelanjutan untuk memulai kegiatan wirausaha berbasis *home industry*. Pengabdian juga menyelidiki bagaimana memicu dan

memanfaatkan kreativitas individu untuk menghasilkan produk wirausaha *home industry* yang memiliki nilai tambah.

Selain itu, anggota lembaga organisasi binaan inkubator bisnis juga melakukan pendampingan yang merupakan cara efektif untuk meningkatkan keterampilan dengan mendapatkan bimbingan dan mentor atau *coach* yang lebih berpengalaman. Hal ini juga merupakan bagian dari proses pengembangan kompetensi SDM yang nantinya akan menjadi tolak ukur sejauh mana kompetensi, kinerja dan produktivitas yang optimal dalam menyukseskan UMKM. Oleh karena itu, semangat dan ambisi pelaku usaha harus ditingkatkan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat (Ibrahim *et al.*, 2024).

Permasalahan lain dalam kegiatan ini ialah analisis SWOT pada objek usaha. Hal yang harus dilakukan sebelum melakukan analisa adalah membuat daftar pertanyaan. Setelah itu, daftar pertanyaan tersebut berdasarkan keadaan yang sesuai pada institusi atau perusahaan. (Sasoko & Mahrudi, n.d.)



Gambar 1. Proses *Coaching* pada Pelaku Usaha UMKM Alnata Taste & UMKM Batik Nation

Pada proses dampingan bersama pelaku usaha *Alnata taste* didapatkan ancaman (*treach*) pada usahanya yakni daya saing yang meningkat dengan usaha *dessert* lainnya. Sedangkan pada proses dampingan bersama pelaku UMKM *Batik Nation* didapatkan ancaman (*treach*) pada usahanya yakni resiko pengelolaan keuangan.

Maka dari hasil tersebut, tim Inkubator Bisnis melakukan pelatihan yang dikemas dalam bentuk diskusi dan pengadaan seminar edukasi mengenai pelatihan berbasis teknologi dan keterampilan teknis dalam penggunaan perangkat lunak atau teknologi yang akan mempermudah pekerjaan. Pada pelaku UMKM *Alnata Taste* pengabdi melakukan bantuan promosi yang diadakan oleh pelaku usaha melalui *platform media social*. Kemampuan UMKM dalam membangun jaringan dengan pihak terkait melalui digitalisasi pemasaran merupakan keunggulan meningkatkan pemasaran digital (Zahara *et al.*, 2023).

Oleh karena itu penggunaan *social media* cukup berdampak dalam meningkatkan pemasaran produk seperti *platform* sosial media untuk pengembangan penjualan dengan menggunakan metode promosi. Hal itu juga disebabkan oleh perkembangan teknologi dan informasi yang mempengaruhi masyarakat dari belanja konvensional hingga belanja online (Muzakir *et al.*, 2021). Selain itu juga pelaku usaha mengadakan proses diskon dalam penjualannya.

Diskon yang merupakan bagian dari promosi merupakan salah satu kegiatan untuk memberitahukan, menginformasikan, dan menawarkan produk baik barang maupun jasa kepada orang lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam membeli atau mengkonsumsi produk tersebut (Widya Asvita Putri Nst *et al.*, 2023). Selain itu, Tim dari Inkubator bisnis juga melakukan beberapa seminar edukasi bagi pelaku usaha salah satunya dengan salah satu isi seminar mengenai peran *influencer*. Peran *influencer* untuk digitalisasi dan mempromosikan usaha sangat berdampak pada peningkatan pemasaran produk kedepannya. *Influencer* menjadi pematok apakah produk tersebut layak untuk dipakai oleh konsumen atau tidak. *Influencer* juga bisa menarik minat orang-orang dengan ide konten atau bahkan menjadi sosok yang diidamkan menjadikan konsumen akan mengikuti atau menggunakan hal yang serupa dengan *influencer*.

Selanjutnya, pada pelaku UMKM Batik Nation, pengabdian membantu menyediakan alternatif digitalisasi dalam pencatatan keuangan, pengabdian mendatangkan akuntan lokal guna menyediakan *tools* agar dapat mempermudah pencatatan keuangan pada pelaku usaha Batik Nation. Sebagaimana dalam pengabdian yang dilakukan oleh Yasa, (2021), *tools* ini memudahkan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan, dengan metode *single entry* maka pencatatan sudah dapat dibuat sesuai dengan transaksi yang terjadi. *Tools* ini telah didesain sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha dalam pencatatan keuangan, dan dengan keterbatasan pemahaman akuntansi pelaku usaha tetap dapat melakukan pencatatan keuangan dan menyusun laporan keuangan.

Tidak hanya itu, *tools* juga di rancang untuk pendataan operasional, yang juga memberi dampak signifikan bagi keuangan karena secara teoritis biaya logistic juga berpengaruh ada kinerja keuangan (Hadi, 2015).



Gambar 2. Peningkatan SDM dalam pelaku usaha UMKM

Pada proses peningkatan SDM pada pelaku usaha pengabdian melakukan peningkatan terhadap *soft skill* yang meliputi pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*) dan kemampuan (*ability*) agar dapat dikembangkan lebih baik dibanding sebelumnya. Pada pelaku usaha alnata taste pengabdian melakukan peningkatan *soft skill* dibidang pengetahuan (*knowledge*) dalam memperbarui pemasaran.

Tujuan peningkatan *soft skill* untuk proses branding ialah agar dapat menghadapi tantangan-tantangan serta daya kompetisi yang semakin tinggi, dan agar usaha mampu bersaing dengan ketat, maka banyak usaha yang memasukkan pelatihan sebagai bagian dari strategi utama perusahaan (Aminah *et al.*, 2021). Sedangkan pada pelaku usaha batik *nation*, pengabdian melakukan peningkatan terhadap keahlian dan kemampuan dalam meningkatkan keakuratan pencatatan keuangan, karena pelaku usaha batik *nation* masih menggunakan pencatatan manual dalam keuangannya.

Pengabdian menghubungkan pelaku usaha dengan akuntan untuk mempermudah pencatatan keuangan. Selain itu, tim Inkubator bisnis juga mengadakan seminar lain dengan mengundang pembicara luar yang dimana kolaborasi ini efektif dalam membangun konsesus, meningkatkan motivasi dan partisipasi, menarik tim bersama-sama dan melatih lebih banyak anggota (Wahyuni *et al.*, 2019). Hal ini juga merupakan bentuk pelatihan untuk mengembangkan kolaborasi agar usaha mempu berkembang dan mampu bersaing di era digitalisasi.



Gambar 3. Evaluasi Akhir Peningkatan SDM Pelaku Usaha

Pada pengabdian ini dilakukan evaluasi akhir guna melihat perkembangan terhadap peningkatan SDM yang dilakukan sebelumnya. Dalam evaluasi tersebut pelaku usaha alnata taste dan batik *nation* telah mengalami perkembangan baik dari pengetahuan, keahlian maupun kemampuan. Hal ini terbukti dari perubahan pemasaran dari pelaku usaha alnata taste dan perubahan pencatatan keuangan dari pelaku usaha batik *nation*. Selain untuk mengetahui peningkatan yang terjadi, evaluasi juga bisa memberikan hal-hal yang dianggap masih kurang atau bahkan tidak mendapatkan perkembangan agar dapat di tingkatkan dan mengalami perubahan kedepannya. Tidak hanya secara peningkatan SDM namun juga secara strategi peningkatan usaha.

Tabel 1. Hasil Analisis Evaluasi Mitra

Aspek Evaluasi	Alnata Taste	Batik Nation
Pengetahuan Bisnis	Peningkatan dalam strategi pemasaran, termasuk penggunaan media sosial secara lebih efektif.	Peningkatan pemahaman dalam manajemen keuangan dasar.
Keahlian Teknis	Meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi produk.	Peningkatan keahlian dalam pencatatan dan pelaporan keuangan yang lebih rapi dan terstruktur.
Kemampuan Manajerial	Mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan terukur.	Peningkatan dalam pengelolaan keuangan usaha dan kemampuan analisis keuangan.
Strategi Peningkatan Usaha	Perluasan jaringan pemasaran dengan kolaborasi bersama influencer lokal.	Optimalisasi pencatatan dan pelaporan keuangan untuk mendukung keputusan bisnis.
Catatan Perkembangan	Masih perlu peningkatan dalam diversifikasi produk dan branding.	Perlu peningkatan dalam manajemen persediaan dan pengelolaan arus kas.

Hasil evaluasi akhir terhadap pelaku usaha Alnata Taste dan Batik Nation menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan dalam berbagai aspek, terutama dalam hal pengetahuan, keahlian teknis, dan kemampuan manajerial. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan, serta untuk mengidentifikasi area yang masih memerlukan perbaikan agar strategi pengembangan UMKM ke depan dapat lebih tepat sasaran.

Dari segi pengetahuan bisnis, Alnata Taste mengalami peningkatan yang signifikan dalam strategi pemasaran. Sebelum pelatihan, pemasaran yang dilakukan oleh Alnata Taste kurang terarah dan cenderung terbatas. Namun, setelah pelatihan, pelaku usaha mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk memanfaatkan media sosial secara optimal. Media sosial menjadi alat yang penting dalam pemasaran digital saat ini, dan melalui pelatihan ini, Alnata Taste berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu memperkuat pengetahuan pelaku usaha mengenai pentingnya pemasaran digital di era modern (Kornelius, 2023).

Di sisi lain, Batik Nation menunjukkan peningkatan dalam pemahaman manajemen keuangan dasar. Sebelum pelatihan, pencatatan dan pengelolaan keuangan dilakukan secara manual dan kurang sistematis, yang sering kali menyebabkan kesalahan dan kesulitan dalam pengambilan keputusan bisnis. Setelah mengikuti pelatihan, Batik Nation mampu menerapkan manajemen keuangan yang lebih terstruktur, yang tidak hanya membantu dalam menjaga keseimbangan keuangan usaha tetapi juga

mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan ini sangat penting bagi UMKM yang sering kali menghadapi tantangan dalam manajemen keuangan (Kornelius, 2023).

Dalam hal keahlian teknis, Alnata Taste berhasil meningkatkan kemampuannya dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi produk. Sebelum pelatihan, penggunaan platform digital oleh Alnata Taste masih sangat terbatas dan kurang optimal. Namun, dengan bimbingan yang tepat, pelaku usaha sekarang mampu memanfaatkan fitur-fitur yang ada di platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Peningkatan ini tidak hanya membantu dalam promosi yang lebih baik tetapi juga dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan melalui interaksi yang lebih sering dan terarah.

Batik Nation, di sisi lain, menunjukkan peningkatan signifikan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan. Sebelum pelatihan, keahlian teknis dalam hal ini sangat terbatas, yang menyebabkan pencatatan keuangan tidak akurat dan tidak terorganisir dengan baik. Melalui pelatihan, Batik Nation kini memiliki sistem pencatatan yang lebih rapi dan terstruktur, yang memungkinkan pelaku usaha untuk memantau arus kas, mengelola biaya, dan merencanakan keuangan dengan lebih efektif. Keahlian ini sangat penting untuk keberlanjutan usaha, karena pencatatan keuangan yang baik adalah dasar bagi pengambilan keputusan bisnis yang tepat (Kornelius, 2023).

Dalam evaluasi ini juga ditemukan bahwa kemampuan manajerial pelaku usaha mengalami peningkatan. Alnata Taste, misalnya, berhasil mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan terukur. Kemampuan ini memungkinkan Alnata Taste untuk mengidentifikasi peluang di pasar, mengelola sumber daya dengan lebih efisien, dan membuat keputusan yang lebih strategis untuk pertumbuhan usaha. Kemampuan manajerial yang baik penting untuk memastikan bahwa semua aspek bisnis berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana.

Sementara itu, Batik Nation menunjukkan peningkatan dalam pengelolaan keuangan usaha, yang merupakan bagian dari kemampuan manajerial yang sangat penting. Sebelum pelatihan, pengelolaan keuangan Batik Nation sering kali tidak terencana dengan baik, yang menyebabkan masalah dalam pengelolaan arus kas dan pengambilan keputusan investasi. Setelah mengikuti pelatihan, Batik Nation mampu mengelola keuangan usahanya dengan lebih baik, yang tidak hanya membantu dalam menjaga keseimbangan keuangan tetapi juga dalam merencanakan pertumbuhan usaha jangka panjang. Peningkatan dalam kemampuan manajerial ini penting untuk memastikan bahwa usaha dapat bertahan dan berkembang dalam jangka waktu yang lama (Kornelius, 2023).

Strategi peningkatan usaha juga mengalami kemajuan yang signifikan. Alnata Taste, misalnya, telah memperluas jaringan pemasarannya dengan berkolaborasi dengan influencer lokal. Strategi ini memungkinkan Alnata Taste untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun citra merek yang lebih kuat. Namun, meskipun ada peningkatan yang signifikan, masih ada area yang perlu ditingkatkan, seperti diversifikasi produk dan pengembangan strategi branding yang lebih komprehensif.

Batik Nation, di sisi lain, telah berhasil mengoptimalkan pencatatan dan pelaporan keuangan sebagai bagian dari strategi peningkatan usahanya. Dengan sistem pencatatan yang lebih baik, Batik Nation dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan merencanakan pertumbuhan usaha dengan lebih baik. Namun, masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki, seperti manajemen persediaan dan pengelolaan arus kas, yang masih memerlukan perhatian lebih lanjut.

Evaluasi ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada Alnata Taste dan Batik Nation telah memberikan hasil yang positif, terutama dalam hal peningkatan pengetahuan bisnis, keahlian teknis, dan kemampuan manajerial. Namun, masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki untuk memastikan bahwa kedua usaha ini dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Evaluasi ini juga memberikan wawasan berharga bagi pengembangan program pelatihan di masa depan, sehingga dapat lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia (Kornelius, 2023).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada UMKM Alnata Taste dan Batik Nation berhasil memberikan dampak positif yang signifikan dalam berbagai aspek. Secara khusus, pelatihan tersebut telah meningkatkan pengetahuan bisnis, keahlian teknis, dan kemampuan manajerial para pelaku usaha. Alnata Taste, misalnya, mengalami peningkatan dalam strategi pemasaran, terutama melalui pemanfaatan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek. Di sisi lain, Batik Nation mengalami perbaikan dalam manajemen keuangan, dengan penerapan sistem pencatatan yang lebih terstruktur dan efektif, yang mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik. Meskipun demikian, evaluasi juga mengidentifikasi beberapa area yang masih memerlukan perbaikan. Alnata Taste, misalnya, perlu fokus lebih lanjut pada diversifikasi produk dan pengembangan strategi branding yang lebih komprehensif. Batik Nation, sementara itu, perlu memperbaiki manajemen persediaan dan pengelolaan arus kas untuk memastikan stabilitas keuangan jangka panjang. Secara keseluruhan, pelatihan ini telah membantu UMKM binaan inkubator bisnis untuk menjadi lebih kompeten dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Untuk menjaga dan meningkatkan hasil ini, disarankan agar program pelatihan berkelanjutan terus dilaksanakan. Dengan demikian, UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian Indonesia di masa mendatang.

REKOMENDASI

Rekomendasi pertama adalah melanjutkan program pelatihan berkelanjutan untuk UMKM, dengan fokus pada pengembangan strategi branding dan diversifikasi produk. Meskipun pelatihan awal telah meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan manajemen keuangan, masih ada kebutuhan mendesak untuk membantu UMKM dalam

mengembangkan identitas merek yang kuat dan memperluas variasi produk mereka. Program lanjutan ini sebaiknya melibatkan ahli branding dan pengembangan produk, serta menyediakan platform kolaboratif bagi pelaku UMKM untuk berbagi pengalaman dan strategi.

Rekomendasi kedua adalah memperkuat monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan penerapan praktik manajerial yang baik dan pengelolaan keuangan yang efektif. Dengan melakukan evaluasi rutin, inkubator bisnis dapat mengidentifikasi tantangan baru yang dihadapi oleh UMKM dan memberikan dukungan yang tepat waktu. Selain itu, pelibatan mentor atau konsultan keuangan dalam jangka panjang akan membantu UMKM dalam mengatasi masalah seperti manajemen persediaan dan pengelolaan arus kas, yang krusial untuk keberlanjutan bisnis.

ACKNOWLEDGMENT

Rasa terima kasih sebanyak-banyaknya saya ucapkan kepada Inkubator bisnis Kota Palu sebagai organisasi yang menaungi saya selama proses pengabdian. Kepada pelaku usaha dampingan Alnata Taste dan Batik Nation.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, H., Susita, D., & Hamidah, H. (2021). UMKM GO ONLINE! PENGEMBANGAN KOMPETENSI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI PROVINSI DKI JAKARTA GUNA MEWUJUDKAN DIGITAL PRENEUER. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 3(1). <Https://Doi.Org/10.36441/Kewirausahaan.V3i1.69>
- Buntuang, P. C. D. (2023). COACHING PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA BIDANG PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT. *Community Development Journal*.
- Fadjar, A., Hartini, S., & Astuti, S. W. (2022). Instagram Usage Behavior: Does It Aim To Look More Attractive? *Quality - Access To Success*, 23(190). <Https://Doi.Org/10.47750/QAS/23.190.24>
- Hadi, S. (2015). *THE RELATIONSHIP BETWEEN LOGISTICS AND FINANCIAL PERFORMANCE OF SMES IN INDONESIA*.
- Hurriati, L., Ulafah, B. R. M., & Rosita, R. (2024). Peran Inkubator Bisnis Dalam Membantu Mengembangkan Pelaku Usaha Baru (Studi Pada UMKM Binaan Inkubator Bisnis Unizar). *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 7(3), 4493–4502. <Https://Doi.Org/10.31539/Costing.V7i3.9255>
- Ibrahim, A. I., Setiawan, M., Noermijati, & Rahayu, M. (2024). HR INNOVATION IN MEDIATING ENTREPRENEURIAL MOTIVATION IN IMPROVING THE COMPETITIVE ABILITY OF PALU FRIED ONIONS MSMES. *Business, Management And Economics Engineering*, 22(01), 77–95. <Https://Doi.Org/10.3846/Bmee.2024.19933>
- Kornelius, Y. (2023). SOSIALISASI MANAJEMEN PENGETAHUAN BAGI PELAKU USAHA MIKRO. *Community Development Journal*.
- Kornelius, Y., Buntuang, P. C. D., & Rombe, E. (2024). SOSIALISASI TENTANG PENTINGNYA COACHING PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA SEBAGAI BENTUK PERSIAPAN DALAM BERKOMPETISI DI TINGKAT NASIONAL.

- Lahandu, A. F. J., Indriani, A., & Buntuang, P. C. D. (N.D.). *Pemberdayaan SDM Melalui Produksi Bara Charcoal (BRIKET)*.
- Lutfi, M., Chintya Dewi Buntuang, P., Kornelius, Y., Erdiyansyah, & Hasanuddin, B. (2020). The Impact Of Social Distancing Policy On Small And Medium-Sized Enterprises (Smes) In Indonesia. *Problems And Perspectives In Management*, 18(3), 492–503. [Https://Doi.Org/10.21511/Ppm.18\(3\).2020.40](Https://Doi.Org/10.21511/Ppm.18(3).2020.40)
- Muzakir, M., Bachri, S., Adam, R. P., & Wahyuningsih, W. (2021). The Analysis Of Forming Dimensions Of E-Service Quality For Online Travel Services. *International Journal Of Data And Network Science*, 239–244. <Https://Doi.Org/10.5267/J.Ijdns.2021.6.010>
- Pasaribu, F., Ni Bulan, T. R., Muzakir, M., & Pratama, K. (2021). IMPACT OF STRATEGIC LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL INNOVATION ON THE STRATEGIC MANAGEMENT: MEDIATIONAL ROLE OF IT CAPABILITY. *Polish Journal Of Management Studies*, 24(2), 354–369. <Https://Doi.Org/10.17512/Pjms.2021.24.2.22>
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (N.D.). *TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM SEBUAH PERENCANAAN KEGIATAN*. 22.
- Suparman, S., & Muzakir, M. (2023). Regional Inequality, Human Capital, Unemployment, And Economic Growth In Indonesia: Panel Regression Approach. *Cogent Economics & Finance*, 11(2), 2251803. <Https://Doi.Org/10.1080/23322039.2023.2251803>
- W. Adda, H., Chintya Dewi Buntuang, P., & Sondeng, A. (2020). Strategi Mempertahankan Ukm Selama Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. *Abdi Dosen : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 390. <Https://Doi.Org/10.32832/Abdidos.V4i4.717>
- Wahyuni, S., Onodera, K., & Wahyuningsih. (2019). Collaboration For Innovation: An Evidence From Tokyo. *South Asian Journal Of Business And Management Cases*, 8(2), 182–194. <Https://Doi.Org/10.1177/2277977919833772>
- Widya Asvita Putri Nst, Pristiyono, & Daslan Simanjuntak. (2023). Implementasi Praktik Promosi Diskon Dan Giveaway Media Sosial Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 3(4), 484–491. <Https://Doi.Org/10.47065/Jtear.V3i4.615>
- Yasa, I. N. A. (2021). PELATIHAN PENCATATAN KEUANGAN DAN ANALISA KEUANGAN SEDERHANA PADA PETERNAK AYAM PETELUR DI Berkemajuan, 4(2), 210. <Https://Doi.Org/10.31764/Jpmb.V4i2.4312>
- Zahara, Z., Ikhsan, Santi, I. N., & Farid. (2023). Entrepreneurial Marketing And Marketing Performance Through Digital Marketing Capabilities Of Smes In Post-Pandemic Recovery. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2204592. <Https://Doi.Org/10.1080/23311975.2023.2204592>
- DESA YANGAPI. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat*