

JURNAL MERPATI

Media Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

<https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/merpati>

INOVASI BISNIS UMKM MELALUI PELATIHAN MICROMENTOR DI DESA CIBODAS

Asaretkha Adjane¹, Angga Dewi Anggraeni², Suci Fika Widyana³, Senny Handayani Suarsa⁴

¹Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

asaretkha@ulbi.ac.id

²Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

anggadewi@ulbi.ac.id

³Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

fika.bharata@ulbi.ac.id

⁴Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

sennyhandayani@ulbi.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang berjudul "Inovasi Bisnis UMKM melalui Pelatihan Micromentor di Desa Wisata" ini dirancang untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu mengembangkan inovasi bisnis melalui pemanfaatan literasi digital secara optimal. Tujuan utama pelatihan ini adalah meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sebagai alat strategis untuk menciptakan produk dan layanan baru yang inovatif, sekaligus memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan micromentor, yaitu pendampingan intensif dan personal yang memungkinkan peserta mendapatkan bimbingan langsung sesuai kebutuhan dan tantangan bisnis masing-masing. Komponen literasi digital yang diajarkan meliputi pemahaman teknologi informasi, pemasaran digital, penggunaan platform digital untuk pengembangan produk, serta strategi inovasi bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar, termasuk pencatatan keuangan usaha. Melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM di Desa Cibodas dapat mengalami transformasi digital yang signifikan, meningkatkan kapasitas inovasi, memperluas akses pasar digital, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM, penguatan ekosistem bisnis lokal, serta peningkatan kesejahteraan pelaku usaha di wilayah tersebut, yang pada akhirnya berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah secara menyeluruh. Pelatihan ini juga menegaskan pentingnya kolaborasi antara pelaku usaha, mentor, dan pemangku kepentingan dalam menciptakan ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan di era digital saat ini.

Kata Kunci: Literasi Digital, *Digital Marketing*, Inovasi Pemasaran, UMKM, Pelatihan Micromentor, Inovasi, Desa Wisata

ABSTRACT

Community Service Program (PkM) entitled "MSME Business Innovation through Micromentor Training in Tourism Villages" is designed to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to develop business innovations through the optimal use of digital literacy. The program aims to strengthen MSMEs' ability to adopt digital technology as a strategic tool for creating new and innovative products and services while increasing their competitiveness in a rapidly changing market environment. This training employs a micro-mentoring approach, offering intensive and personalized

assistance that enables participants to receive direct guidance tailored to their specific business needs and challenges. The digital literacy components include understanding information technology, digital marketing, utilization of digital platforms for product development, and adaptive business innovation strategies in response to market changes, including business financial recording. Through this program, MSMEs in Cibodas Village are expected to experience significant digital transformation, enhance their innovation capacity, expand digital market access, and encourage sustainable business growth. The outcomes of this activity are anticipated to improve MSME competitiveness, strengthen the local business ecosystem, and support the welfare of business actors in the region, thereby contributing to broader regional economic development. The program also highlights the importance of collaboration among entrepreneurs, mentors, and stakeholders in fostering an inclusive and sustainable innovation ecosystem in the digital era.

Keywords: Digital Literacy, Digital Marketing, Marketing Innovation, MSMEs, Micromentor Training, Innovation, Tourism Village

1. PENDAHULUAN

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif dalam mengatasi permasalahan dan memanfaatkan peluang demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Lim, Ng, Chuah, Cham, & Rozali, 2020). Berbagai bentuk inovasi (antara lain seperti inovasi produk, proses, pemasaran, teknis, dan administrasi) merupakan aspek strategis yang perlu diadopsi pelaku UMKM agar mampu menghadirkan nilai tambah dan membedakan diri dari pesaing (Ducharme et al., 2020). Oleh karena itu, pemikiran yang kreatif dan inovatif menjadi kunci utama bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya agar lebih adaptif, efisien, dan berkelanjutan di tengah perubahan pasar dan perkembangan teknologi.

Inovasi dapat diklasifikasikan dalam berbagai bentuk, tergantung pada objek dan konteks inovasinya. Bentuk inovasi tersebut mencakup beberapa aspek, ekosistem, produk, layanan, sosial-budaya, proses, struktur organisasi, model bisnis, hingga pengaturan kelembagaan (Gurel, 2020). Selain itu, klasifikasi inovasi juga dapat ditentukan berdasarkan faktor pendorongnya, seperti teknologi, kebutuhan pasar, desain, hingga peran pengguna, maupun berdasarkan tingkat intensitas inovasinya (Setiawan, Marwa, Wahab, & Shihab, 2021).

Hasil observasi awal serta wawancara dengan perangkat Desa Cibodas menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di wilayah tersebut belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam menjalankan usahanya. Data pendahuluan Pemerintah Desa Cibodas tahun 2024 mengungkapkan bahwa sekitar 72% UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sementara lebih dari 65% pelaku usaha belum memahami penggunaan platform digital untuk pengembangan bisnis. Keterbatasan ini berimplikasi pada minimnya jangkauan pasar, rendahnya kemampuan inovasi produk, dan lambat respons UMKM terhadap perubahan preferensi konsumen.

Pemetaan UMKM Desa Cibodas juga menunjukkan bahwa para pelaku usaha masih mengalami kendala dalam hal pencatatan keuangan, penguatan branding, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Keterbatasan pendampingan terstruktur dan kurangnya akses terhadap pelatihan berbasis digital semakin memperlebar kesenjangan kemampuan digital di kalangan UMKM. Sementara UMKM harus berkinerja baik di semua bidang, keuangan produksi, distribusi dan pemasaran agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, tumbuh dan melayani para pelanggan. (Yang, Li, Wang, & Sherratt, 2020) Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang atau komunitas untuk mengelola keuangan mereka secara efektif sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan mereka (Moss, Ryter, & Rosas, 2021) sedangkan Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang cerdas, arif, sehat, akurat untuk membangun pengetahuan baru, berkreasi, dan berinteraksi dengan orang lain. (Campón-Cerro, Di-Clemente, Hernández-Mogollón, & Folgado-Fernández, 2020; Nimavat et al., 2021). Literasi digital UMKM juga memungkinkan pengusaha untuk menganalisis tren pasar, memahami kebutuhan pelanggan, dan mengambil keputusan berbasis data dengan lebih cepat (Rapanta, Botturi, Goodyear, Guàrdia, & Koole, 2021).

Berangkat dari permasalahan tersebut, kegiatan PkM ini diarahkan untuk meningkatkan inovasi bisnis UMKM melalui penguatan literasi digital. Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan *micro-mentoring*, yang menyediakan pendampingan intensif dan personal sesuai kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Program ini diharapkan mampu mendorong terjadinya transformasi digital secara bertahap, memperkuat kapasitas inovasi, serta memperluas akses pasar UMKM Desa Cibodas secara berkelanjutan. Dengan melakukan inovasi strategi melalui adopsi teknologi akan mempermudah pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka (Pinos-Navarrete, Maroto-Martos, Carballo-Cruz, & Egea-Hernández, 2025).

Namun dalam kegiatan PkM ini fokus utama inovasi diarahkan pada dua jenis inovasi produk dan layanan, yaitu inovasi inkremental dan inovasi radikal. Inovasi inkremental merujuk pada upaya penyempurnaan terhadap produk yang telah ada guna meningkatkan kinerja atau nilai guna secara bertahap—dengan kata lain, melakukan hal-hal dengan lebih baik dari sebelumnya (Anggraeni, Hurriyati, Wibowo, & Gaffar, 2022). Sementara itu, inovasi radikal melibatkan perubahan mendasar terhadap kerangka kerja atau pendekatan yang ada, yakni menciptakan solusi yang sebelumnya belum pernah dilakukan.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Tempat dan waktu.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat pada hari Kamis 21 Agustus 2025.

2.2 Khalayak Sasaran

Sasarannya adalah Perangkat Desa dan Pemilik UMKM Desa Cibodas, Pembina Literasi Digital melalui Pelatihan Micromentor. Kegiatan ini dilaksanakan di area Kantor Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat dengan sekitar 51 orang yang hadir. Kegiatan ini menggunakan narasumber dari dosen Program Studi D3 dan D4 Manajemen Bisnis.

2.3 Metode

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan: Persiapan, bekerja sama dengan Desa Wisata Cibodas untuk perancangan jadwal kegiatan, penetapan peserta, dan penentuan materi yang akan disampaikan; Pelaksanaan dimulai dari Sosialisasi hingga pengawasan peserta; Dokumentasi, menggunakan informasi yang akurat dari berbagai sumber, seperti foto-foto kegiatan maupun dokumen administrasi kegiatan; Persiapan Laporan, Menyusun dan melaporkan kegiatan beserta hasilnya.

2.4 Indikator Keberhasilan

Mitra dalam kegiatan ini adalah pemilik usaha UMKM di Desa Cibodas mengikuti pelatihan *literasi digital* dan dinyatakan lulus dalam materi yang diajarkan ditandai dengan sertifikat, dan seluruh mitra mengambil bagian dalam kegiatan ini.

2.5 Metode Evaluasi

Untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan evaluasi ini, observasi, lembar kerja, dan kuesioner digunakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Persiapan: Kegiatan persiapan dilakukan sebelum kegiatan inti dari program pengabdian dilaksanakan. Kegiatan persiapan meliputi koordinasi dengan mitra, termasuk Desa Wisata Cibodas, terkait pelaksanaan kegiatan. Kegiatan persiapan meliputi hal-hal seperti berikut: merencanakan waktu dan lokasi pelatihan dengan mitra; mendata peserta pelatihan.

3.2 Pelaksanaan. Pelatihan Micromentor mengenai *literasi digital*, sosialisasi mengenai konsep dasar *digital literacy*, memaparkan materi pelatihan, pendampingan dan monitoring 51 peserta di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat.



Sumber : Diolah, 2025

Gambar 1. Workshop *Digital Literacy*

Kegiatan literasi digital ini diisi oleh instruktur dan narasumber dari pengajar Sekolah Vokasi dengan D3 Manajemen Pemasaran dan D4 Manajemen Perusahaan yang berpengalaman dalam bisnis usaha.



Sumber : Diolah, 2025

Gambar 2. Materi Konsep Digital Literacy

Di awal kegiatan ini, peserta diajarkan tentang konsep literasi digital dengan menggunakan teori literasi keuangan. menurut (Dorigo et al., 2021; Su, Swanson, Hsu, & Chen, 2017), yang nantinya mereka duduk untuk mendiskusikan pemahaman mereka dan meningkatkan kemampuan digital dan bisnis mereka menggunakan platform Micromentor.

3.3. Evaluasi. Mengevaluasi dilakukan dengan cara melihat hasil peserta selama pelatihan berlangsung, dimana sertifikat tersebut hanya akan diperoleh apabila peserta mencapai nilai diatas 80.

3.4 Keberhasilan Kegiatan

Setiap peserta meningkatkan kemampuan digital dan bisnis dari para mitra melalui pelatihan pada aplikasi Micromentor yang dapat diakses berkala oleh peserta, harapannya dengan peningkatan kompetensi tersebut mereka dapat mengoptimalkan potensi usaha mereka, mengakses pasar lebih luas melalui kanal digital, lebih selektif memilih mitra untuk pembiayaan usaha agar terhindar dari pinjol dan bang emok, serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan, luaran yang didapatkan juga berupa jurnal pengabdian masyarakat dan publikasi dalam poster.



Sumber : Diolah, 2023

Gambar 3. Evaluasi

4. KESIMPULAN

Pelatihan “Inovasi Bisnis UMKM melalui Pelatihan Micromentor di Desa Cibodas” dapat menambah kemampuan inovasi bisnis pada UMKM di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat. Peserta dapat menggunakan aplikasi Micromentor untuk mengakses berbagai macam pelatihan yang dibutuhkan dalam pengembangan bisnis mereka/berinovasi mencakup penguatan pemasaran digital, pengembangan produk melalui pemanfaatan informasi digital, pembaruan proses bisnis menggunakan sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta perbaikan model bisnis melalui pendampingan micro-mentoring. Dengan implementasi keempat bentuk inovasi tersebut di usaha masing-masing diharapkan akan dapat meningkatkan daya saing UMKM Desa Cibodas melalui optimalisasi teknologi digital dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap pelaku usaha.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Unit Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat (RPkM), yang telah memberikan dana hibah untuk kegiatan pengabdian ini.

6. REFERENSI

- Anggraeni, A. D., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Gaffar, V. (2022). Tourists involvement influence on behavioral intention through tourist perceived value on spa tourists in west java. *International Journal of Entrepreneurship*, 26(S1), 1–4.
- Campón-Cerro, A. M., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & Folgado-Fernández, J. A. (2020). Healthy water-based tourism experiences: Their contribution to quality of life, satisfaction and loyalty. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6). <https://doi.org/10.3390/ijerph17061961>
- Dorigo, W., Himmelbauer, I., Aberer, D., Schremmer, L., Petrakovic, I., Zappa, L., ... Sabia, R. (2021). The International Soil Moisture Network: serving Earth system science for over a decade. *Hydrology and Earth System Sciences*. <https://doi.org/10.5194/HESS-2021-2>
- Ducharme, S., Dols, A., Laforce, R., Devenney, E., Kumfor, F., Stock, J. van den, ... Pijnenburg, Y. (2020). Recommendations to distinguish behavioural variant frontotemporal dementia from psychiatric disorders. *Brain : A Journal of Neurology*. <https://doi.org/10.1093/brain/awaa018>

- Gurel, E. (2020). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*. <https://doi.org/10.17719/jisr.2020.3983>
- Lim, X. J., Ng, S. I., Chuah, F., Cham, T. H., & Rozali, A. (2020). I see, and I hunt: The link between gastronomy online reviews, involvement and behavioural intention towards ethnic food. *British Food Journal*, 122(6), 1777–1800. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2018-0459>
- Moss, B., Ryter, S., & Rosas, I. (2021). Pathogenic Mechanisms Underlying Idiopathic Pulmonary Fibrosis. *Annual Review of Pathology*. <https://doi.org/10.1146/annurev-pathol-042320-030240>
- Nimavat, N., Singh, S., Fichadiya, N. C., Sharma, P., Patel, N., Kumar, M., ... Pandit, N. (2021). Online Medical Education in India – Different Challenges and Probable Solutions in the Age of COVID-19. *Advances in Medical Education and Practice*, Vol. 12, pp. 237–243. <https://doi.org/10.2147/AMEP.S295728>
- Pinos-Navarrete, A., Maroto-Martos, J. C., Carballo-Cruz, E., & Egea-Hernández, M. (2025). The role of women in spa tourism in Spain: an invisible issue for rural development? *Anales de Geografía de La Universidad Complutense*, 45(1), 125–139. <https://doi.org/10.5209/aguc.99813>
- Rapanta, C., Botturi, L., Goodyear, P., Guàrdia, L., & Koole, M. (2021). Balancing Technology, Pedagogy and the New Normal: Post-pandemic Challenges for Higher Education. *Postdigital Science and Education*, Vol. 3, pp. 715–742. <https://doi.org/10.1007/s42438-021-00249-1>
- Setiawan, H., Marwa, T., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2021). *The Strength of Tourist Involvement in Mediating the Relationship Between Experience Value , Destination Image and Tourist Loyalty : An Empirical Study in Indonesia*. 8(6), 1079–1090. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.1079>
- Su, L., Swanson, S. R., Hsu, M., & Chen, X. (2017). How does perceived corporate social responsibility contribute to green consumer behavior of Chinese tourists: A hotel context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(12), 3157–3176. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0580>
- Yang, L., Li, Y., Wang, J., & Sherratt, R. (2020). Sentiment Analysis for E-Commerce Product Reviews in Chinese Based on Sentiment Lexicon and Deep Learning. *IEEE Access*, Vol. 8, pp. 23522–23530. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2969854>