

## *Ready to Work Program Uses Training and Mentoring Methods for Micro Businesses in Bali Province*

### Program Ready to Work Menggunakan Metode Pelatihan dan Pendampingan Bagi Usaha Mikro di Provinsi Bali

Sri Nathasya Br Sitepu<sup>\*1</sup>, Monika Teguh<sup>2</sup>, Krismi Budi Sienatra<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Ciputra Surabaya, Surabaya, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Bina Nusantara, Malang, Indonesia

\*E-mail: nathasya.sitepu@ciputra.ac.id<sup>1</sup>, monika.teguh@ciputra.ac.id<sup>2</sup>, krismi.budi@binus.ac.id<sup>3</sup>

#### **Abstract**

*Micro business units have difficulty maintaining business units. Micro business units are difficult to grow into small business units to become medium business units. The ready to work program aims to help micro-enterprises in Bali Province. The purpose of the ready-to-work program is to provide entrepreneurial knowledge and maximize the use of social media as a means of promotion and transactions for micro-enterprises. Program participants are 20 residents of Bali Province. The micro business unit that was accompanied focused on the food and beverage business. The ready-to-work program uses training and mentoring methods that are carried out offline and online. The ready to work program lasts for one year by lecturers and students of Ciputra University Surabaya. The results of the ready-to-work program are divided into two groups: 1) increasing entrepreneurial knowledge so that participants can understand and apply the seven basic competencies of entrepreneurs, 2) Micro businesses are able to use social media (Instagram) as a medium of promotion and transactions (sales).*

**Keywords:** Entrepreneurship, Mentoring, Training, Micro Enterprises,

#### **Abstrak**

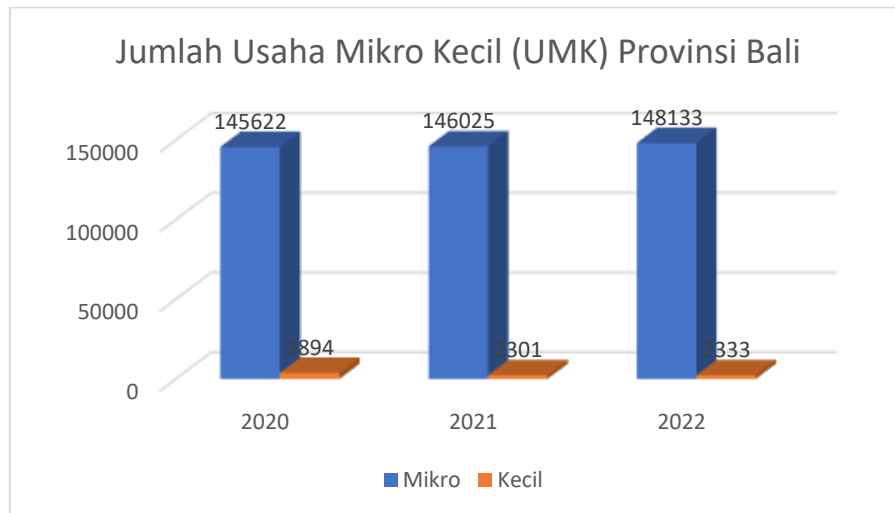
*Unit usaha mikro mengalami kesulitan untuk mempertahankan unit usaha. Unit usaha mikro sulit bertumbuh menjadi unit usaha kecil hingga menjadi unit usaha menengah. Program ready to work bertujuan membantu usaha mikro di Provinsi Bali. Tujuan program ready to work memberikan pengetahuan entrepreneurship dan memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi pada usaha mikro. Peserta program adalah penduduk Provinsi Bali sebanyak 20 orang. Unit usaha mikro yang didampingi fokus pada bisnis makanan dan minuman. Program ready to work menggunakan metode pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara offline dan online. Program ready to work berlangsung selama satu tahun oleh dosen dan mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya. Hasil dari program ready to work dibagi dalam dua kelompok: 1) meningkatkan pengetahuan entrepreneurship sehingga peserta dapat memahami dan menerapkan tujuh kompetensi dasar entrepreneur, 2) Usaha mikro mampu menggunakan media sosial (instagram) sebagai media promosi dan transaksi (penjualan).*

**Kata kunci:** Entrepreneurship, Pendampingan, Pelatihan, Usaha Mikro,

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dan menjadi pondasi bagi sistem ekonomi kerakyatan. UMK memiliki beberapa peran diantaranya: mengatasi kesenjangan ekonomi, penyerapan tenaga kerja dan pengendataan kemiskinan (Munizu, 2010). UMK merupakan unit usaha produktif yang dikelola oleh perseorangan secara langsung maupun tidak langsung. Usaha mikro jumlah kekayaan bersih maksimal Rp.50.000.000 sementara, usaha kecil perolehan kekayaan bersih maksimal Rp.500.000.000. Peningkatan jumlah UMK menambah unit usaha yang menggerakkan ekonomi nasional berdasarkan demokrasi ekonomi berbasis keadilan. UMK berkontribusi signifikan merubah structural perekonomian suatu daerah atau ekonomi nasional (Sitepu, 2017; Munizu, 2010).

Usaha mikro tersebar diseluruh Provinsi di Indonesia termasuk Provinsi Bali. Usaha mikro proses pembentukannya relative lebih mudah. Setiap individu dapat menciptakan unit usaha mikro untuk menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Potensi mengembangkan UMK sangat besar di Provinsi Bali. Jumlah usaha mikro terus mengalami pertumbuhan dari tahun 2020-2022. Peningkatan jumlah usaha mikro lebih besar dibandingkan usaha kecil di Provinsi Bali pada tahun 2020-2022. Gambar 1 adalah jumlah UMK Provinsi Bali berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS).



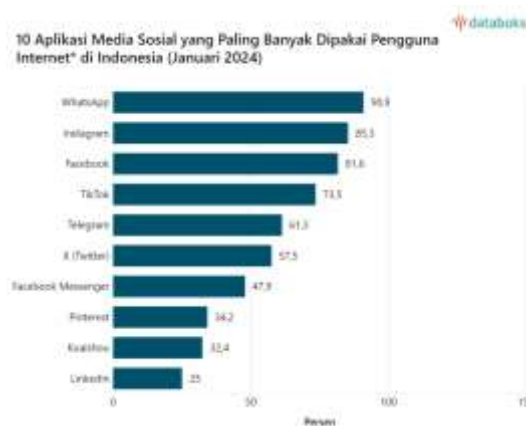
Gambar 1. Jumlah UMK Provinsi Bali Tahun 2020-2022  
(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023)

Permasalahan hanya lima persen usaha mikro yang mampu bertransformasi menjadi usaha kecil. Usaha mikro milik perseorangan tidak mampu mengelola unit usaha. Dua permasalahan usaha mikro: kurangnya pengetahuan *entrepreneurship* dan redahnya kemampuan penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi hingga pemasaran produk. Permasalahan pertama rendahnya pengetahuan terkait *mindset entrepreneur* pelaku usaha mikro mengelola unit usaha. Permasalahan kedua usaha mikro kurang mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi hingga penjualan. UKM menggunakan media sosial tanpa strategi yang sesuai dengan produk dan jasa yang dihasilkan. Tampilan media sosial belum dikelola secara profesional dan kualitas gambar yang ditampilkan kurang menarik. Hal ini UKM sulit bertumbuh atau naik pada level unit usaha lebih tinggi.

Permasalahan UMK Provinsi Bali diatasi melalui program *ready to work*. Program ini merupakan kolaborasi pemerintah, yayasan *nonprofit* dan institusi pendidikan. Program *ready to work* menciptakan dan meningkatkan kapasitas UMK di Provinsi Bali. Program *ready to work* merupakan kerjasama antara YPII dengan Universitas Ciputra Surabaya. YPII berperan sebagai penyandang dana dan ikut mendampingi wirausaha muda. Pemerintah menyediakan data generasi muda yang potensial untuk dibina menjadi wirausaha muda. Pemerintah membantu pemasaran produk UKM melalui pameran. Universitas Ciputra Surabaya memberikan pengetahuan *entrepreneurship*. Definisi *entrepreneurship* dipahami sebagai ilmu pengetahuan untuk menemukan peluang bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan (Sidharta *et al.*, 2023). Pengetahuan *entrepreneurship* berdampak pada peningkatan pengetahuan, mengubah pola pikir menjadi positif dan produktif (berinovasi), peningkatan pendapatan dan memberikan rasa percaya diri menjalankan unit usaha (Sitepu, 2020). Pembelajaran *entrepreneurship* akan mengubah *mindset entrepreneur*. Pelaku UMK yang mengelola unit usaha disebut *entrepreneur*. UKM yang dikelola *entrepreneur* dengan *mindset entrepreneur* mempengaruhi keputusan dan kemampuan *entrepreneur* mengelola unit usaha dengan kreatif dan inovatif dan merubah potensi menjadi keuntungan (Ramanti & Saharsini, 2022; Ramdani *et al.*, 2023).

Pembelajaran *mindset entrepreneur* meningkatkan semangat *entrepreneur* untuk terus belajar, berkembang dan menyesuaikan diri dengan lingkungan baru. Pembelajaran *mindset entrepreneur* mengelola tantangan menjadi sebuah peluang untuk menghasilkan pendapatan. Pembelajaran ini membahas karakteristik *entrepreneur* antara lain: peningkatan kemampuan untuk memimpin, pembeajaran untuk menjadi penjual/marketing yang handal, memiliki sudut pandang yang berbeda (*out of the box*). *Mindset entrepreneur* tercermin dari cara bertindak *entrepreneur* seperti: 1) percaya diri untuk mencoba hal baru, 2) fokus pekerjaan tidak terbatas pada uang melainkan pengalaman, 3) fokus terhadap target dan tujuan yang ingin dicapai, 4) mencari mentor atau role model untuk mengarahkan mencapai tujuan, 5) memiliki visi yang besar dan sudah memulai secara konsisten pada langkah sederhana (Utami et al, 2021).

Permasalahan kedua terkait penggunaan media sosial sebagai sarana promosi belum dikelola dengan optimal. Media sosial memiliki beberapa kontribusi bagi unit usaha diantaranya: 1) memperluas kesempatan UKM memasarkan produk dan jasa tanpa dibatasi jarak (jangkauan keseluruh dunia), 2) promosi melalui media sosial lebih murah dibandingkan promosi menggunakan poster atau brosur, 3) materi promosi media sosial lebih efektif karena dapat diakses oleh calon konsumen ataupun dimanapun selama memiliki koneksi internet (Donoriyanto et al., 2023). Media sosial yang efektif digunakan UKM sebagai media promosi diantaranya: instagram, tiktok, facebook dan whatsapp (Malik et al., 2023; Nurfitri et al., 2023; Effendi et al., 2023). UKM membutuhkan pengetahuan untuk mengelola media sosial secara professional khususnya pada kualitas foto, *caption* dan tampilan media sosial. Media sosial banyak digunakan masyarakat pada usia 16 tahun - 64 tahun. Hasil penelitian ini sejalan dengan data menunjukkan whatsapp, instagram, facebook dan tiktok merupakan empat media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat hingga Januari 2024. Gamabr 2 merupakan data penggunaan aplikasi media sosial pada tahun 2024.



Gambar 2. Data Aplikasi Media Sosial 2024.  
(Sumber: Kata Data Indonesia)

Pengetahuan yang berhubungan dengan *mindset entrepreneur* dan pengelolaan media sosial diberikan kepada peserta *program ready to work*. Pemerintah Provinsi Bali dan Universitas Ciputra Surabaya melakukan seleksi peserta. Adapun kriteria dari peserta sebagai berikut: 1) penduduk yang berdomisili di Provinsi Bali, 2) penduduk dengan usia 17 tahun – 35 tahun yang belum memiliki pekerjaan atau yang sudah memiliki usaha mikro, 3) Pelaku usaha mikro atau kecil yang membutuhkan pendampingan agar bisa meningkatkan level unit usaha, 4) jenis usaha yang dikembangkan adalah usaha makanan dan minuman. Jumlah peserta yang mengikuti program *ready to work* khusus bisnis makanan sebanyak 20 orang. Peluang bisnis dari makanan dan minuman sangat menjanjikan karena Provinsi Bali adalah daerah wisata. Banyak wisatawan domestic dan internasional yang berkunjung dan membutuhkan makanan untuk dikonsumsi dan makanan sebagai oleh-oleh. Makanan dan minuman banyak dipakai pada upacara keagamaan sebagai sajen yang diberikan dirumah ibadah.

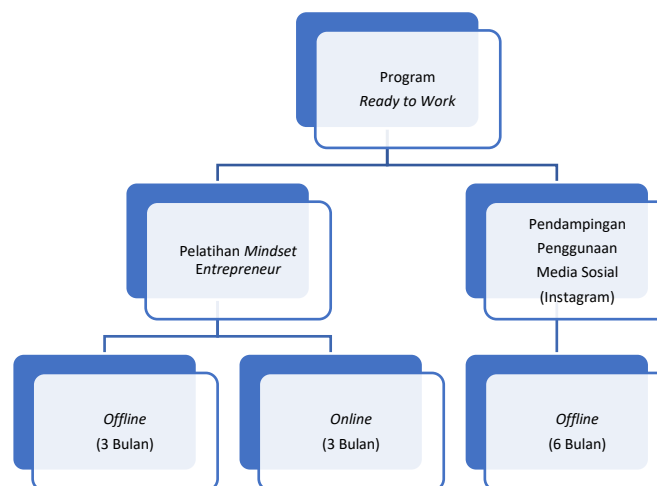
Tujuan program *ready to work* Provinsi Bali untuk mentasai permasalahan usaha mikro antara lain:

1. Memberikan pengetahuan *entrepreneurship* melalui materi pembelajaran *mindset entrepreneur* kepada pelaku usaha mikro di Provinsi Bali
2. Memberikan pendampingan penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi hingga pemasaran produk.

## 2. METODE

Program *ready to work* menggunakan metode pendidikan masyarakat dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Program pelatihan dari program *ready to work* diberikan dengan cara *online* dan *offline*. Dosen memberikan materi *mindset entrepreneur* beserta contohnya. Pelatihan *offline* pada salah satu hotel di Bali dimana, dosen memberikan materi berdasarkan teori, *sharing* contoh usaha mikro yang sudah menerapkan *mindset entrepreneur* dan dosen *sharing* pengalaman ketika menjalankan bisnis. Dosen yang menjadi pemateri adalah dosen yang memiliki bisnis sehingga dapat *sharing base practice*. Mahasiswa akan memberikan pengalaman menerapkan *mindset entrepreneur* pada saat menjadi mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya. Sementara pelatihan *mindset entrepreneur* secara *online* diberikan melalui media zoom kepada pelaku usaha mikro. Dosen memberikan kesempatan kepada pelaku usaha mikro untuk belajar dan diskusi praktek *mindset entrepreneur* yang mulai dijalankan.

Kedua melakukan pendampingan penggunaan media sosial khususnya instagram. Peserta program *ready to work* diberikan pendampingan penggunaan instagram untuk kegiatan promosi dan transaksi penjualan. Pendampingan memberikan contoh *caption*, foto dan informasi produk yang dihasilkan usaha mikro. Peserta yang belum memiliki *account* instagram dibantu untuk membuat *account*. Peserta yang sudah memiliki *account* instagram dibantu merubah menjadi *account* profesional dengan *link tree*. Pendampingan diberikan kepada peserta secara *offline*. Peserta langsung mendapatkan pendampingan menggunakan *smart phone*. Gambar 3 adalah metode yang diberikan kepada usaha mikro pada program *ready to work*.



Gambar 3. Metode Program *Ready to Work*

Metode pelatihan *mindset entrepreneur* dan pendampingan penggunaan media sosial (instagram) digunakan untuk mencapai tujuan program *ready to work*. Hasil program *ready to work* memiliki alat ukur untuk menentukan apakah program berhasil atau tidak. Usaha mikro yang berhasil pada pelatihan *mindset entrepreneur* akan memiliki 7 kompetensi bisnis. Usaha mikro yang berhasil dalam pendampingan media sosial (instagram) memiliki *account* instagram

dan mampu menggunakan instagram sebagai media promosi dan penjualan. Ukuran yang digunakan pada program *ready to work* dijabarkan pada tabel 1.

Tabel 1. Alat Ukur Keberhasilan Program *Ready to Work* Pada Usaha Mikro

No	Metode Yang Digunakan Program <i>Ready to Work</i>	Alat Ukur Keberhasilan
1	Pelatihan <i>mindset entrepreneur</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penerapan <i>moral integrity</i></li> <li>2. Penerapan <i>high sense of achievement</i></li> <li>3. Melakukan <i>lifelong learning</i></li> <li>4. Meningkatkan jumlah <i>networking</i></li> <li>5. Mencari atau menciptakan <i>opportunity creation</i></li> <li>6. Memiliki <i>creativity and innovation</i></li> <li>7. Melakukan <i>calculated risk taking</i></li> </ol>
2	Pendampingan penggunaan media sosial (instagram)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peserta program <i>ready to work</i> memiliki account istagram</li> <li>2. Peserta menggunakan Instagram sebagai media promosi dan transaksi (penjualan ).</li> </ol>

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

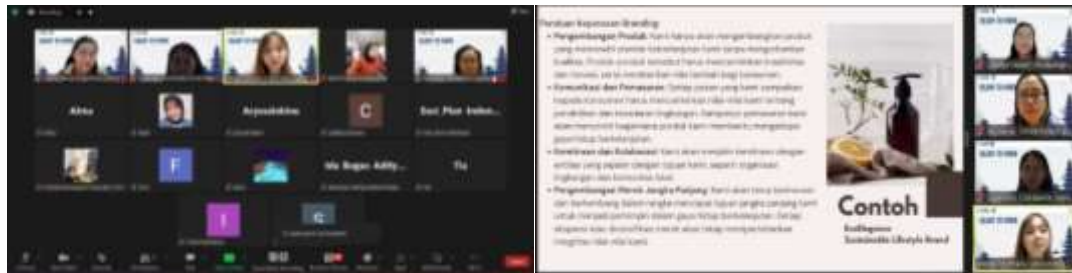
Pelatihan *mindset entrepreneur* diterima oleh peserta program *ready to work*. Keberhasilan dari pelatihan *mindset entrepreneur* diukur dari 7 kompetensi yang dimiliki peserta (pelaku usaha mikro). Pelatihan dilakukan secara *offline* dalam suatu ruangan. Seluruh peserta dibuat berkelompok sesuai dengan jenis produk yang dihasilkan. Kelompok terdiri dari kelompok makanan berat (nasi kotak dan *catring*), *snack* dan jajanan basah, dan kelompok penghasil minuman. Setiap kelompok didampingi oleh dua orang mahasiswa sebagai teman diskusi. Dosen memberikan materi dan berdiskusi secara aktif dengan seluruh peserta. Model pembelajaran adalah diskusi interaktif. Gambar 4 adalah kegiatan pelatihan *mindset entrepreneur* pada pelaku usaha mikro.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan *Mindset Entrepreneur* Secara *Offline*

Pelatihan *mindset entrepreneur* setelah diadakan secara *offline* dilanjutkan dengan pelatihan *online*. Pelatihan menggunakan aplikasi zoom sehingga peserta mendapatkan materi tanpa harus bertemu langsung dengan nara sumber (dosen). Pelatihan ini berlangsung selama tiga bulan dan diadakan setiap dua minggu sekali. Pelatihan secara *online* memfasilitasi peserta untuk diskusi penerapan 7 kompetensi *entrepreneur* yang diperoleh saat pelatihan *offline*. Peserta dibagi kedalam beberapa kelompok sesuai dengan topik permasalahan yang dihadapi unit usaha. Peserta menceritakan kendala saat menerapkan *mindset entrepreneur* dan mendapat solusi dari dosen. Solusi

dari permasalahan peserta diberikan berdasarkan teori *entrepreneurship* pada pelatihan *online*. Gambar 5 merupakan aktivitas pelatihan *mindset entrepreneur* yang dilaksanakan secara *online*.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan *Mindset Entrepreneur* Secara *online*

Kegiatan pelatihan secara *offline* dan *online* berhasil menciptakan tujuh kompetensi *entrepreneur*. Kegiatan pelatihan *mindset entrepreneur* berhasil meningkatkan kualitas usaha mikro. Keberhasilan diukur berdasarkan tujuh komponen diantaranya: pertama penerapan moral *integrity* sudah dimiliki peserta pelatihan *mindset entrepreneur*. Bukti moral *integrity* produk makanan menggunakan bahan baku sesuai dengan informasi yang disampaikan kepada konsumen. Produk menggunakan bahan baku fresh dan berkualitas baik (*tidak expired*). Pengiriman produk sesuai dengan jadwal pemesanan konsumen merupakan wujud *integrity* dari usaha mikro. Moral *integrity* merupakan komponen penting untuk dimiliki oleh usaha mikro. Hasil penelitian menemukan moral *integrity* berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan pedagang (Putrantri & Marlina, 2023).

Kedua kemampuan usaha mikro memiliki *high sense of achievement*. Kompetensi kedua dimiliki usaha mikro terbukti dengan pencapaian usaha mikro. Peserta berlomba-lomba meningkatkan pertumbuhan unit usaha. Peserta mengikuti banyak kompetisi dari aspek penjualan maupun kompetisi usaha mikro yang diselenggarakan oleh lembaga lain. Peserta yang berhasil mendapatkan penghargaan memiliki rasa percaya diri dan optimis untuk menjalankan bisnis. Prestasi atau salah satu pencapaian peserta program adalah mendapat *outstanding growth payment link adoption food and beverage* dari juragan doku. Gambar 2 adalah piagam *achievement* milik salah satu peserta.



Gambar 6. *Achievement Outstanding Growth Payment Link Adoption Food and Beverage*

Ketiga *lifelong learning* merupakan pembelajaran seumur hidup yang dilakukan oleh peserta pelatihan. Peserta pelatihan memiliki kesadaran untuk belajar berinovasi dan melakukan analisis bisnis secara terus menerus. Peserta pelatihan terbuka terhadap ilmu pengetahuan dan informasi yang dapat mengembangkan unit usaha. *Lifelong learning* dilakukan peserta melalui riset resep makanan tradisional yang sudah turun temurun. Peserta juga belajar untuk menyesuaikan produk dengan trend makanan dan minuman dari setiap waktu. Pembelajaran juga dilakukan peserta pada selera target pasar dan konsumen. Pembelajaran secara terus-menerus (*lifelong learning*) penting dilakukan oleh pelaku usaha mikro. Pembelajaran yang merupakan bagian dari pendidikan kewirausahaan secara positif mempengaruhi intensi berwirausaha (Aurellia & Ida, 2023).

Keempat peningkatan jumlah *networking* dari pelaku usaha mikro yang mengikuti program *ready to work*. Seluruh peserta berkolaborasi saling *support* untuk meningkatkan pertumbuhan unit usaha. Peserta yang memproduksi gula aren dengan *brand* tarunira berkolaborasi dengan peserta yang memproduksi kue basah. Peserta program (aroma manis cake) menggunakan gula aren untuk produksi kue dengan harga bahan baku lebih murah ditambah kualitas gula aren yang baik (gula murni). *Networking* yang dibangun peserta pelatihan dalam bentuk penyediaan bahan baku, *bandling* produk yang dijual dalam bentuk hampers dan *sharing* peluang/inovasi dari unit usaha. *Networking* yang dibangun peserta pelatihan merupakan *networking infomal* untuk menunjang kinerja unit usaha (Sientara & Tejo, 2016).

Kelima *opportunity creation* merupakan kemampuan menciptakan peluang oleh peserta program *ready to work*. Pelatihan memberikan stimulus kepada peserta untuk menemukan/menciptakan peluang yang bermanfaat bagi unit usaha. Peserta Menyusun analisis ekseternal dan internal units usaha (analisis SWOT). Peserta menemukan peluang bisnis dari sektor wisatawan. *Opportunity creation* yang dimiliki peserta tercemin dari kemampuan menciptakan makanan atau minuman yang merupakan khas Provinsi Bali. Produk yang ciptakan berdasarkan resep yang sudah turun temurun. Produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk lainnya yang sudah ada dipasaran. Peningkatan kinerja dari unit usaha dipengaruhi secara signifikan oleh *opportunity creation* (Mushowwiru & Fitria, 2019).

Keenam *creativity and innovation* adalah aspek tertinggi yang mempengaruhi kinerja unit usaha (Mushowwiru & Fitria, 2019). Usaha mikro melakukan promosi dengan system konvensional. Setelah mengikuti pelatihan, peserta program *ready to work* melakukan inovasi pada system promosi menggunakan media sosial (Instagram). Peserta pelatihan juga melakukan inovasi produk dengan cara mengubah disgn kue dan warna dari makanan yang diproduksi. Kreativitas pada resep makanan yang disesuaikan dengan selera konsumen. *Creativity and innovation* produk usaha mikro berhasil meningkatkan penjualan.

Ketujuh *calculated risk taking* merupakan kemampuan untuk mengelola resiko dari sebuah unit usaha (Mushowwiru & Fitria, 2019). Peserta pelatihan menghitung resiko ketika mulai menjalankan usaha mikro. Peserta pelatihan mendapatkan pengetahuan menghitung titik impas (balik modal) dari usaha yang dijalankan. Peserta didampingi menentukan harga jual produk yang dihasilkan. Hal ini bertujuan agar harga produk tetap kompetitif dan menguntungkan pelaku usaha. Pelaku usaha melakukan riset pasar (*market test*) sebelum meluncurkan varian produk baru (inovasi produk). Hal ini adalah bentuk *calculated risk taking* dari peserta. Jika produk baru mendapat respon *positive* maka produk itu akan mudah terjual sehingga dapat meminimalkan kerugian.

Pendampingan penggunaan media sosial (instagram) juga diterima oleh peserta program *ready to work*. Pendampingan dilakukan dengan system *offline* kepada peserta. Kegiatan pendampingan ini sukses meningkatkan kemampuan peserta menggunakan media sosial (Instagram) sebagai media promosi dan media penjualan. Ukuran keberhasilan pendampingan media sosial melalui kepemilikan *account* Instagram dan penggunaan media sosial (Instagram) sebagai media promosi dan media transaksi (penjualan). Ukuran keberhasilan pertama semua peserta telah memiliki *account* di instagram. Account instagram sudah dilengkapi dengan data

usaha mikro dan juga *linktree* sehingga memudahkan calon pelanggan untuk membeli produk. Gambar 7 adalah contoh tampilan instagram dari peserta pelatihan.



Gambar 7. Account Instagram Usaha Mikro

Ukuran keberhasilan kedua seluruh peserta program sudah memiliki account Instagram yang difungsikan untuk promosi produk terbaru atau promosi diskon. *Account* instagram dipakai untuk *share* story yang berupa *update* informasi dalam beberapa bentuk seperti: prestasi usaha mikro, proses produksi, katalog produk dan bahan baku dari produk. *Account* instagram milik usaha mikro sudah di *disgn* dengan tema yang seragam. Hal ini membuat *account* Instagram terlihat sudah professional. Perubahan pada tampilan instagram peserta pelatihan meningkatkan jumlah calon pembeli. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan komunikasi dengan calon pembeli yang pada akhirnya meningkatkan penjualan produk. Gambar 8 adalah *layout* dilampiran instagram milik usaha mikro dari peserta pelatihan.



Gambar 8. *Layout* Instagram Usaha Mikro

#### 4. KESIMPULAN

Program *ready to work* yang diikuti oleh usaha mikro berhasil mengatasi permasalahan unit usaha. Usaha mikro yang mengikuti pelatihan *mindset entrepreneur* dan pendampingan penggunaan media sosial (instagram) mendapatkan keuntungan berupa: Pertama Peningkatan pengetahuan *entrepreneurship* pada pembelajaran *mindset entrepreneur*. Usaha mikro memahami dan menerapkan tujuh kompetensi *entrepreneur* pada unit usaha. Tujuh kompetensi yang dimiliki peserta terdiri dari: *moral integrity, high sense of achievement, lifelong learning, networking, opportunity creation, creativity, and innovation*. Peningkatan pengetahuan meningkatkan kemampuan unit usaha mikro dalam menjalankan bisnis. Unit usaha mikro mampu menghasilkan pendapatan bagi pelaku usaha mikro. Keuntungan kedua bagi peserta program *ready to work* memiliki kemampuan menggunakan istagram sebagai media promosi dan transaksi (penjualan). Peserta pendampingan memiliki *account* instagram dengan tampilan *layout* yang professional dilengkapi: foto produk, informasi prosedur pembelian, promo/diskon. Perubahan

pada sistem promosi dengan instagram meningkatkan kesadaran calon pembeli. Sebagian dari calon pembeli memutuskan membeli produk usaha mikro setelah melihat *account* instagram dari usaha mikro.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aurellia, K., & Ida, P. (2023). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Efikasi Diri Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha*. 5.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Juliardi A. R., N. R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42–50. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.22>
- Effendi, M., Nisusmiati, M., Azhar, R., & Amelia, R. (2023). Media Sosial (Instagram dan Facebook) terhadap Promosi Pemasaran. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5160>
- Malik, R., Kusumadinata, A. A., & Hasbiyah, D. (2023). Keragaman Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi. *Karimah Tauhid, Volume 2 N*, 26–35.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), pp.33-41. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17987>
- Mushowwiru, A. A. Al, & Fitria, S. E. (2019). Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Kinerja Umkm Sentra Kulit Garut Sukaregang. *Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Humaniora*, 2(1), 17–29. <https://doi.org/10.36624/jisora.v2i1.26>
- Nurfitri, R., Sudartono, T., Ganesha, P. P., & Barat, J. (2023). The Impact Of The Promotion Mix On Purchase Decisions By Consumers On Tiktok Social Media @Anaira.Official. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2417–2425. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Putrantri, E. C., & Marlina, M. (2023). Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Kaki Lima Di Wilayah Kota Blitar. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 8(1), 136–149. <https://doi.org/10.51289/peta.v8i1.684>
- Ramanti, E. D., & Saharsini, A. (2022). *Pengaruh Pemahaman Informasi Keuangan Dan Mindset Entrepreneur Terhadap Kinerja Umkm Di Pasar Ir Soekarno Sukoharjo (Studi Pasar Ir Soekarno Sukoharjo 2021)*. 1(6), 667–682. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/juremi.v1i6.2088>
- Ramdani, G., Sadiyah, A., & Srigustini, A. (2023). PENGARUH ENTREPRENEURIAL MINDSET TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(3), 497–513.
- Sientara, K. B., & Tejo, M. P. (2016). Networking Sebagai Faktor Pendorong Kinerja Usaha Starup Bisnis. *Konferensi Nasional Riset Manajemen X*, 1–9. <https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/849/UC-16120030.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Sitepu, S. N. B. (2017). Analisis Peran Pemerintah Terhadap Keberhasilan UMKM Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 103–116. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i1.143>
- Sitepu, S. N. B. (2020). PKM Pengelolaan Bisnis Berbasis Entrepreneurship pada Pengrajin Keset Kaki Desa Panggungduwet. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(3), 239–248. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i3.4201>
- Utami, C. W., Kodrat, D. S., Tambunan, D. B., Sienatra, K. B., Melinda, T., Herdinata, C., ... & Dewi, L. (2021). *Anthology Entrepreneurship*. Penerbit Universitas Ciputra.