

ENHANCING MENTORSHIP FOR SMALL FOOD BUSINESS: ROLE OF INTERACTION FREQUENCY ON ENTREPRENEURIAL EFFORT AND COMMITMENT

QAMARIYAH NURDIN



**AGRICULTURAL INDUSTRIAL ENGINEERING
GRADUATE SCHOOL
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



STATEMENT REGARDING THE THESIS AND SOURCES OF INFORMATION AND TRANSFER OF COPYRIGHTS

I hereby declare that the thesis entitled “Enhancing mentorship for Small Food Business: Role of Interaction Frequency on Entrepreneurial Effort and Commitment” is my work with the guidance of the supervisory committee and has not been submitted in any form to any college. The sources of information derived from or quoted from published or unpublished works of other authors have been mentioned in the text and are listed in the Bibliography at the end of this thesis.

I hereby assign the copyright of my writing to IPB University.

Bogor, January 2025

Qamariyah Nurdin
F350122009

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

QAMARIYAH NURDIN. Meningkatkan Proses Pendampingan untuk Usaha Kecil Bidang Pangan: Peran Frekuensi Interaksi terhadap Upaya dan Komitmen Wirausaha. Dibimbing oleh MEIKA SYAHBANA RUSLI dan INDAH YULIASIH.

Usaha kecil bidang pangan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan lapangan kerja di Indonesia. Usaha ini sering kali memiliki karakteristik tertentu, seperti struktur organisasi yang sederhana, operasional yang padat karya, skala kegiatan yang masih tergolong kecil, penggunaan teknologi yang terbatas, serta ketergantungan pada sumber pendanaan informal. Selain itu, usaha kecil bidang pangan relatif rentan terhadap kegagalan karena berbagai keterbatasan, termasuk keterbatasan sumber daya dan modal, pengetahuan yang kurang memadai, inovasi yang terbatas, jangkauan pasar yang sempit, serta produktivitas yang masih rendah.

Pendampingan yang efektif menjadi strategi kunci untuk mengatasi tantangan-tantangan ini. Program pendampingan pada prinsipnya berperan dalam mendukung kemajuan karier dan usaha serta pengembangan pribadi para wirausahawan dengan cara memberikan panduan praktis, berbagi pengalaman, dan memberikan dukungan sosial maupun emosional. Namun, meskipun memiliki diketahui banyak memberikan manfaat, pendampingan sering kali tidak sepenuhnya selaras dengan kebutuhan spesifik usaha kecil. Penelitian sebelumnya menunjukkan masih adanya kesenjangan antara layanan dukungan yang ditawarkan oleh organisasi pendampingan dan kebutuhan unik usaha kecil. Hal ini menunjukkan perlunya upaya komunikasi yang lebih baik untuk menciptakan pemahaman bersama untuk kesuksesan program.

Komunikasi yang interaktif dan partisipasi aktif dalam proses pendampingan sangat penting. Dalam proses pendampingan, umumnya digunakan berbagai metode komunikasi. Dari komunikasi tersebut, terjalin tingkat interaksi yang secara signifikan dapat memperkuat hubungan antara mentor dan mentee. Adanya interaksi percakapan yang konstruktif dan partisipasif diharapkan dapat memperkuat hubungan pendampingan dimana mentor dapat memberikan arahan, motivasi, dan dukungan yang diperlukan. Sayangnya, efektivitas interaksi ini sering kali dibatasi oleh beberapa faktor seperti keterbatasan waktu, kurangnya pelatihan yang memadai, sikap kurang mendukung, serta kurangnya kecocokan antara mentor dan mentee. Oleh karena itu, memahami dinamika ini sangat penting untuk merancang program pendampingan yang efektif.

Penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana frekuensi interaksi antara mentor dan mentee mempengaruhi hasil pendampingan, seperti upaya kewirausahaan, tingkat penyelesaian tugas dalam usaha, dan komitmen terhadap tujuan usaha dari mentee. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki faktor-faktor lain yang memengaruhi, seperti sikap mentor, pengalaman kewirausahaan, dan profil usaha mentee. Frekuensi interaksi dalam hal ini sebagai fokus utama merupakan faktor yang dapat dikendalikan oleh manajer program, dan memainkan peran penting dalam meningkatkan hasil proses pendampingan.

Penelitian ini menggunakan *Experience Sampling Methodology* (ESM), di mana data dikumpulkan melalui studi *diary longitudinal*. Pada metode ini,

partisipan diminta untuk melaporkan pengalaman dan observasi mereka selama periode waktu tertentu. Hal ini memungkinkan pemahaman mendalam tentang kegiatan dan perilaku mereka dalam konteks pendampingan. Partisipan terdiri dari 111 pemilik usaha dari industri makanan kecil di Indonesia, yang mengolah dan menjual produk seperti keripik, kue kering, roti, dan produk makanan lainnya langsung kepada konsumen dengan skema *Business to Customer* (B2C). Pengumpulan data melibatkan survei awal sebagai *baseline*, diikuti dengan survei *diary* dua kali seminggu selama total tiga minggu pengambilan data. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi dengan SPSS dan Mplus.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa interaksi mentor-mentee yang lebih sering secara signifikan meningkatkan upaya kewirausahaan, yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan tingkat penyelesaian tugas. Namun, upaya kewirausahaan terbukti tidak mempengaruhi secara langsung komitmen terhadap tujuan usaha. Adapun hasil analisis efek moderasi menunjukkan bahwa wirausahawan dengan pengalaman lebih banyak dan profil usaha yang lebih mapan mendapatkan manfaat lebih besar dari interaksi yang lebih sering dengan mentor. Sementara itu, faktor sikap positif mentor tidak secara signifikan menunjukkan efek moderasi pada hubungan tersebut.

Lebih lanjut temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa individu dengan pengalaman kewirausahaan yang lebih lama secara konsisten dapat mempertahankan tingkat upaya yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang memiliki pengalaman usaha lebih sedikit. Namun, seiring dengan meningkatnya frekuensi interaksi, mereka yang lebih berpengalaman hanya menunjukkan peningkatan upaya yang sedikit. Sebaliknya, individu dengan pengalaman lebih sedikit menunjukkan peningkatan upaya yang signifikan ketika frekuensi interaksi dengan mentornya lebih sering.

Pola serupa juga terlihat pada efek moderasi profil usaha. Wirausahawan dengan profil usaha yang lebih mapan, seperti mereka yang memiliki riwayat usaha lebih lama dan lebih banyak karyawan, secara konsisten menunjukkan tingkat upaya kewirausahaan yang lebih tinggi, terlepas dari frekuensi interaksinya dengan mentor. Namun, pada jenis usaha ini, hanya ada peningkatan upaya yang sedikit seiring dengan meningkatnya frekuensi interaksi. Di sisi lain, untuk wirausahawan dengan profil usaha yang kurang mapan, seperti mereka yang memiliki usaha yang lebih baru dan jumlah karyawan lebih sedikit, peningkatan yang signifikan dalam upaya kewirausahaan terlihat ketika interaksi dengan mentor menjadi lebih sering.

Hasil penelitian ini menekankan pentingnya mengoptimalkan frekuensi interaksi untuk meningkatkan upaya kewirausahaan. Pendampingan yang efektif sebaiknya disesuaikan dengan tingkat pengalaman wirausahawan dan tahap perkembangan usaha, daripada menerapkan proses pendampingan yang seragam untuk semua mentee. Dengan demikian, manajer program dapat mencapai hasil yang lebih baik dengan merancang format dan materi pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan serta profil spesifik masing-masing mentee.

Kata kunci: frekuensi interaksi mentor-mentee, upaya kewirausahaan, usaha kecil bidang pangan, pendampingan

SUMMARY

QAMARIYAH NURDIN. Enhancing Mentorship for Small Food Business: Role of Interaction Frequency on Entrepreneurial Effort and Commitment. Supervised by MEIKA SYAHBANA RUSLI and INDAH YULIASIH.

Entrepreneurship in small food businesses plays a crucial role in driving economic growth, innovation, and employment in Indonesia. These businesses are often characterized by several aspects, such as simple organizational structures, labor-intensive operations, small-scale activities, limited use of technology, and reliance on informal funding sources. Consequently, they are more susceptible to failure due to their inherent limitations, including restricted resources and capital, insufficient knowledge, limited innovation, reduced market reach, and low productivity.

Effective mentorship has emerged as a key strategy to address these challenges. Mentoring aims to support career advancement and personal development for entrepreneurs by fostering knowledge growth and providing socio-emotional support. However, despite its benefits, mentoring may not always align with the specific needs of small businesses. Previous research indicates there is a disparity between the support services offered by mentoring organizations and the unique needs of small businesses, pointing to the need for enhanced communication efforts to foster better mutual understanding.

Interactive communication and engagement within mentoring practices are crucial. Mentorship programs typically employ various communication methods, with the level of interaction significantly strengthening the mentor-mentee relationship. Meaningful developmental conversations and skill-building activities reinforce this bond, enabling mentors to provide essential guidance, encouragement, and support. However, the effectiveness of interactions is often limited by factors such as time constraints, inadequate training, negative attitudes, and poor mentor-mentee matching. Understanding these dynamics is essential for designing effective mentorship programs.

Given the importance of these factors, this study focuses on examining how interaction frequency as a key determinant drives mentoring outcomes, including entrepreneurial effort, task completion, and venture goal commitment. It also investigates additional influencing factors such as mentor attitude, entrepreneurial experience, and business profile. Interaction frequency, being a controllable factor for program managers, plays a pivotal role in enhancing mentoring outcomes.

The study utilizes an experience sampling methodology, where data is collected through a longitudinal diary study. Participants regularly recorded their experiences and observations over a period of time, allowing for a detailed understanding of their ongoing activities and behaviors in the context of mentorship. Participants included 111 business owners from small food industries in Indonesia, processing and selling products such as chips, cookies, bakery items, and other food products directly to consumers (B2C). Data collection involved an initial baseline survey followed by biweekly diary surveys over three weeks. Data analysis was performed using descriptive statistics and regression analysis with SPSS and Mplus.

The results reveal that frequent mentor-mentee interactions significantly enhance entrepreneurial effort, which in turn, improves task completion rates.



However, entrepreneurial effort does not directly influence venture goal commitment. Moderation analysis indicates that entrepreneurs with greater experience and more established business profiles derive greater benefits from frequent interactions, whereas mentor attitude does not significantly moderate the relationship.

The findings show that individuals with high entrepreneurial experience consistently maintain higher levels of effort compared to those with less experience. However, as interaction frequency increases, those with high experience show only a slight increase in effort. In contrast, individuals with less experience exhibit a significant increase in effort when interaction frequency is higher or more frequent. A similar pattern is observed in the moderation effect of business profile. Entrepreneurs with a more established business profile, such as those with longer operating histories and more employees, consistently demonstrate higher levels of entrepreneurial effort, regardless of interaction frequency. However, in these businesses, there is only a slight increase in effort as interaction frequency rises. On the other hand, for entrepreneurs with a less established business profile, those with newer businesses and fewer employees, a significant increase in entrepreneurial effort is observed when mentor interactions become more frequent.

These findings emphasize the importance of optimizing interaction frequency to enhance entrepreneurial effort. Effective mentorship should be tailored to the entrepreneur's experience level and the developmental stage of the business rather than adopting a one-size-fits-all approach. Program managers can achieve better outcomes by designing mentorship formats and materials that align with the specific needs and profiles of mentees.

Keywords: mentor-mentee interaction frequency, entrepreneurial effort, small food businesses, mentorship



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Copyright IPB, 2025
All Rights Reserved

It is prohibited to quote part or all of this paper without acknowledging or mentioning the source. Quotation is only for the purposes of education, research, scientific writing, report preparation, writing criticism, or reviewing a problem; and the citation does not harm the interests of IPB

It is prohibited to publish and reproduce part or all of this paper in any form without the permission of IPB.

ENHANCING MENTORSHIP FOR SMALL FOOD BUSINESS: ROLE OF INTERACTION FREQUENCY ON ENTREPRENEURIAL EFFORT AND COMMITMENT

QAMARIYAH NURDIN

Thesis
as a requirement for the award of a
Master of Agricultural Industrial Engineering
Program Study Agricultural Industrial Engineering

**AGRICULTURAL INDUSTRIAL ENGINEERING
GRADUATE SCHOOL
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Thesis Title : Enhancing mentorship for Small Food Business: Role of Interaction Frequency on Entrepreneurial Effort and Commitment
Name : Qamariyah Nurdin
Student ID : F3501222009

Approved by

Supervisor 1:
Dr. Ir. Meika S. Rusli, MSc, Agr

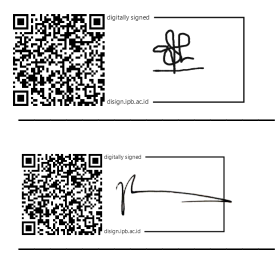
Supervisor 2:
Dr. Indah Yuliasih, STP, M.Si.



Acknowledged by

Head of Agroindustrial Technology Program:
Prof. Dr. Ir. Illah Sailah, M.S
NIP. 195805211982112001

Dean of the Faculty of Agricultural Technology:
Prof. Dr. Ir. Slamet Budijanto, M.Agr
NIP.196105021986031002



Examination Date:
22nd January 2025

Graduation Date:



FOREWORD

All praise and gratitude are due to Allah Subhanahu wa ta'ala, who has imparted knowledge to mankind and taught us what we did not know. I would like to extend my sincere thanks to Dr. Ir. Meika S. Rusli, MSc, Agr., and Dr. Indah Yuliasih, STP, M.Si., my supervisors, for their invaluable guidance, expertise, and constant encouragement throughout the course of my research. I also express my deep appreciation to Dr. Elisa Anggraeni S.T.P, M.Sc, my thesis examiner, for their thoughtful insights and feedback.

I would like to give special thanks to the Ministry of Industry for supporting my education and providing financial assistance for this research. My heartfelt gratitude also goes to my family and friends for their unwavering support, love, prayers, and motivation throughout this journey. May Allah reward you all abundantly.

It is my hope that this work contributes meaningfully to those who seek knowledge and to the advancement of science.

Bogor, January 2025

Qamariyah Nurdin

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

TABLE OF CONTENTS

LIST OF TABLES	vi
LIST OF FIGURES	vi
LIST OF APPENDICES	vi
I INTRODUCTION	1
1.1. Background	1
1.2. Problem Statement	3
1.3. Research Purpose	3
1.4. Benefits	3
1.5. Scope of the Research	4
II LITERATURE REVIEW	5
2.1. Small Food Business	5
2.2. The Role of Mentoring	6
2.3. Common Challenges in Mentoring Programs	7
2.4. Previous Study	8
2.5. Research Framework	10
2.6. Conceptual Framework and Hypothesis Development	11
III RESEARCH METHODOLOGY	16
3.1 Time and Place of Research	16
3.2 Materials and Tools/Equipment	16
3.3 Procedure	17
3.4 Data Analysis	18
IV RESULTS AND DISCUSSION	20
4.1 Survey Respondent	20
4.2 Current Mentoring Practices	21
4.3 Respondent Characteristics	22
4.4 Descriptive Statistics	23
4.5 Direct Effect	24
4.6 Moderating Effect	28
4.7 Managerial Implications	32
4.8 Limitation	33
V CONCLUSION AND RECOMMENDATION	35
5.1 Conclusion	35
5.2 Recommendation	35
REFERENCES	36
APPENDICES	43
BIOGRAPHY	50



LIST OF TABLES

1	Relevant previous research	8
2	Relevant previous research (continued)	9
3	Retention rate across different time intervals	21
4	Summary of interview findings	21
5	Summary of interview findings (continued)	22
6	Demographic characteristics	23
7	Descriptive statistics and correlations among variables	24
8	Model fit analysis result for H1, H2, and H3	24
9	Direct effects hypothesis testing results	25
10	Model fit analysis result for H4, H5, and H6	29
11	Moderating effects hypothesis testing results	30

LIST OF FIGURES

1	A model of factors that influence the success of mentoring relationships (D'Abate and Eddy 2008)	7
2	Research framework	11
3	Research conceptual framework	12
4	Retention rate over the data collection period	20
5	Moderating effect of entrepreneurial experience	31
6	Moderating effect of business profile	32

LIST OF APPENDICES

1	Survey Questionnaire	44
2	Analysis result for direct effect	48
3	Analysis result for moderating effect of Mentor Positive Attitude	48
4	Analysis result for moderating effect of Entrepreneurial Experience	48
5	Analysis result for moderating effect of Business Profile	49