

Penguatan Daya Saing UMKM Produk Lokal di Wilayah Perbatasan

Preztika Ayu Ardheta*, Maya Mustika^{id}, Joko Bagio Santoso, Meita Pragiwani, Sri Handoko Sakti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Jakarta, Indonesia

*Email Korespondensi: preztika@stei.ac.id

ABSTRACT

Border areas possess significant economic potential through the development of local products based on natural resources and local wisdom. Kabupaten Kepulauan Sangihe, particularly Tahuna, is a border region with substantial opportunities to strengthen MSMEs in fisheries, agriculture, and distinctive local food products. However, the utilization of this potential remains constrained by limited market access, technology adoption, and human resource capacity. This Community Service Program (PKM) aims to identify opportunities and challenges in strengthening regional economic development through local products in border areas, using a participatory online approach. The methods employed include socialization sessions, workshops, group discussions, needs assessments of MSME actors, and question-and-answer sessions, all of which serve as indicators of participants' level of understanding. The results indicate that local products have strong growth potential through the use of digital technology and marketing networks. Nevertheless, MSMEs continue to face challenges related to product quality, business legality, digital literacy, and limited access to financing. This program is expected to serve as a foundation for formulating sustainable MSME strengthening strategies in border areas through technological optimization and improved financial support mechanisms.

Keywords

MSMEs, Local Products,
Border Areas, Digital
Literacy



BERDAYA: Jurnal
Pendidikan dan
Pengabdian Kepada
Masyarakat
Vol 8, No.2, 2026, pp.
171 - 178
eISSN 2721-6381

Article History

Received : 1/11/2026 / Accepted : 2/22/2026/ First Published : 2/24/2026

To cite this article

Ardheta, P. A., Mustika, M., Santoso, J. B., Pragiwani, M., & Sakti, S. H. (2026). Penguatan Daya Saing UMKM Produk Lokal di Wilayah Perbatasan. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 171 - 178. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v8i2.1793>



© The Author(s)2026

This open access article is distributed under a Creative Commons
Attribution (CC-BY) 4.0 license

ABSTRAK

Wilayah perbatasan memiliki potensi ekonomi yang besar melalui pengembangan produk lokal berbasis sumber daya alam dan kearifan lokal. Kabupaten Kepulauan Sangihe, khususnya Tahuna, merupakan daerah perbatasan dengan peluang signifikan dalam penguatan UMKM berbasis hasil perikanan, pertanian, dan olahan pangan khas daerah. Namun, pemanfaatan potensi tersebut masih terkendala oleh keterbatasan akses pasar, teknologi, dan kapasitas sumber daya manusia. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan mengidentifikasi peluang dan tantangan penguatan ekonomi daerah berbasis produk lokal di wilayah perbatasan melalui pendekatan partisipatif secara daring. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, workshop, diskusi, survei kebutuhan pelaku UMKM, serta sesi tanya jawab sebagai indikator keberhasilan pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa produk lokal memiliki peluang besar untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital dan jejaring pemasaran. Namun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan terkait kualitas produk, legalitas usaha, literasi digital, serta akses pembiayaan yang belum optimal. Kegiatan ini diharapkan menjadi dasar perumusan strategi penguatan UMKM yang berkelanjutan di wilayah perbatasan melalui optimalisasi teknologi dan dukungan pembiayaan.

Profil Penulis

Preztika Ayu Ardheta, Maya Mustika, Joko Bagio Santoso, Meita Pragiwani, Sri Handoko Sakti
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Indonesia Jakarta, Jakarta,
Indonesia

Corresponding Author
: preztika@stei.ac.id

Kata Kunci: UMKM, Produk Lokal, Wilayah Perbatasan, Literasi Digital

Reviewing Editor
Maya Mustika

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang berperan strategis dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja menjadikan sektor ini sebagai penggerak utama ekonomi Indonesia. Namun demikian, tantangan utama yang masih dihadapi UMKM adalah rendahnya tingkat adopsi teknologi digital dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek pemasaran.

Data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024) menunjukkan bahwa dari sekitar 65 juta UMKM di Indonesia, baru sekitar 26,5% yang terhubung dengan ekosistem

digital. Kondisi ini mencerminkan masih terbatasnya pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM, padahal perkembangan perilaku konsumen saat ini semakin mengarah pada transaksi berbasis digital. Rendahnya pemanfaatan teknologi tersebut berdampak pada lemahnya daya saing UMKM, terutama dalam hal perluasan pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan nilai tambah produk.

Sejumlah studi menunjukkan bahwa penggunaan internet dan media sosial dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha apabila dimanfaatkan secara strategis. Paniagua dan Sapena (2014) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial yang tepat dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui perluasan jejaring dan peningkatan komunikasi dengan pelanggan. Sementara itu, Kietzmann *et al.* (2011) menekankan pentingnya pemahaman fungsi media sosial sebelum menerapkannya sebagai media komunikasi pemasaran agar penggunaannya efektif dan berdampak nyata bagi organisasi. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan kapasitas pelaku UMKM menjadi aspek penting dalam mendorong transformasi usaha yang berkelanjutan.

Kabupaten Kepulauan Sangihe, khususnya wilayah Tahuna, merupakan daerah perbatasan yang memiliki potensi ekonomi berbasis produk lokal, terutama dari sektor perikanan, pertanian, dan olahan pangan khas daerah. Selain itu, potensi pariwisata juga membuka peluang pasar yang luas bagi produk UMKM setempat. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan. Pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, lemahnya kualitas kemasan dan branding, serta belum optimalnya legalitas usaha dan akses pembiayaan.

Kesenjangan antara potensi dan realitas tersebut menunjukkan perlunya intervensi melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada peningkatan kapasitas UMKM secara komprehensif. PKM tidak hanya berperan sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai media pendampingan dan pemberdayaan agar pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang semakin digital.

Oleh karena itu, kegiatan PKM ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di wilayah Tahuna dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan penguatan daya saing usaha. Melalui pendekatan partisipatif berupa sosialisasi, workshop, diskusi, dan tanya jawab, diharapkan pelaku UMKM mampu mengembangkan usaha secara lebih mandiri, inovatif, dan berkelanjutan.

Sasaran Kegiatan

Sasaran utama dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Tahuna, Kabupaten Kepulauan Sangihe. Kegiatan ini diarahkan untuk menjawab kebutuhan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran usaha mereka. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu menyiapkan dan mengonsep kampanye pemasaran yang efektif, baik dalam bentuk konten naratif, visual, maupun audio-visual, yang disesuaikan dengan karakteristik produk dan target pasar. Dengan demikian, jangkauan pemasaran produk UMKM tidak hanya terbatas pada pasar lokal, tetapi dapat meluas hingga tingkat nasional bahkan global, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan daya saing dan pangsa pasar UMKM.

Masalah yang ingin dipecahkan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab permasalahan rendahnya daya saing UMKM berbasis produk lokal di wilayah perbatasan. Permasalahan tersebut terutama disebabkan oleh lemahnya pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi komunikasi pemasaran, serta minimnya kemampuan pelaku UMKM dalam merancang kampanye pemasaran yang efektif. Sebagian besar pelaku UMKM belum mampu mengembangkan konten pemasaran yang menarik, baik dalam bentuk naratif, visual, maupun audio-visual, sehingga produk yang dihasilkan kurang dikenal secara luas. Kondisi ini mengakibatkan jangkauan pasar UMKM masih terbatas dan peluang pengembangan usaha belum dimanfaatkan secara optimal.

MATERI DAN METODE

Materi

Materi dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berfokus pada penguatan kapasitas UMKM di wilayah perbatasan, khususnya Kabupaten Kepulauan Sangihe (Tahuna). Materi disampaikan oleh Prof. Dr. Ir. Mahludin Baruadi, M.Si dengan menekankan berbagai permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM, antara lain masih minimnya sosialisasi, pelatihan, dan pembinaan usaha, keterbatasan dalam pengelolaan keuangan, rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, serta belum optimalnya akses terhadap pembiayaan usaha. Selain itu, kondisi sosial pelaku UMKM juga menjadi perhatian, mengingat sebagian besar memiliki tingkat pendidikan dasar, sehingga pendekatan yang digunakan dalam penyampaian materi dirancang secara sederhana, aplikatif, dan mudah dipahami.

Materi yang diberikan mencakup pemahaman tentang peran strategis UMKM dalam penguatan ekonomi daerah berbasis produk lokal, pengenalan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, dasar-dasar pengelolaan keuangan UMKM, serta informasi mengenai pentingnya legalitas usaha dan akses terhadap lembaga pembiayaan. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif agar peserta dapat langsung mengaitkan konsep dengan praktik usaha yang mereka jalani sehari-hari.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara daring (online), mengingat kondisi geografis mitra yang berada di wilayah kepulauan sehingga belum memungkinkan dilakukan secara luring. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, dengan melibatkan pelaku UMKM, pemerintah daerah, akademisi, dan masyarakat. Kegiatan diawali dengan identifikasi potensi dan permasalahan melalui diskusi daring untuk memetakan jenis produk lokal, kendala usaha, serta kebutuhan pendampingan. Selanjutnya dilakukan sosialisasi dan edukasi melalui workshop daring yang membahas penguatan ekonomi daerah berbasis produk lokal dan peluang pasar UMKM.

Untuk memperdalam pemahaman peserta, kegiatan dilengkapi dengan sesi diskusi dan tanya jawab yang bersifat interaktif. Sesi ini tidak hanya berfungsi sebagai media klarifikasi materi, tetapi juga sebagai indikator keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan

pemahaman pelaku UMKM. Selain itu, dilakukan pula survei kebutuhan secara sederhana untuk menghimpun informasi terkait kondisi usaha dan kebutuhan pendampingan lanjutan.

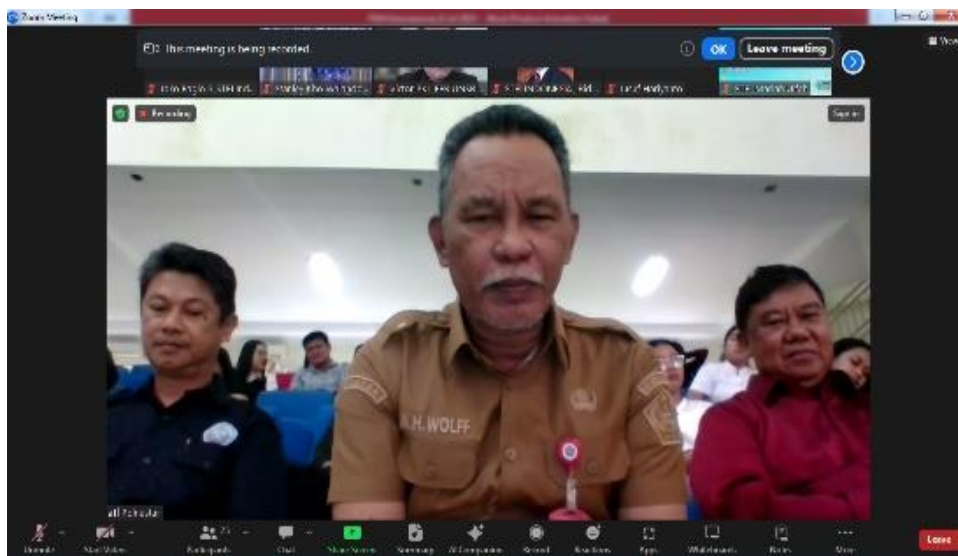
Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada hari Selasa, 8 Juli 2025, pukul 09.00–16.10 WITA (08.00–15.10 WIB). Pelaksanaan dilakukan secara daring melalui platform Zoom Meeting dan disiarkan secara langsung melalui YouTube agar dapat menjangkau peserta yang lebih luas.

HASIL DAN EVALUASI

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan *participatory action approach* yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam proses identifikasi permasalahan, penyusunan solusi, serta refleksi hasil kegiatan. Kegiatan dilaksanakan secara daring dengan mempertimbangkan kondisi geografis mitra yang berada di wilayah kepulauan, sehingga pendekatan ini dinilai efektif dalam menjangkau peserta secara optimal tanpa mengurangi kualitas interaksi.



Gambar 1.
*Koordinasi
dengan mitra*

Tahap awal kegiatan diawali dengan koordinasi bersama mitra dan pemangku kepentingan daerah, serta pelaksanaan *need assessment* untuk memetakan permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM. Pemetaan dilakukan melalui survei awal dan diskusi pendahuluan. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa kendala utama UMKM meliputi rendahnya literasi keuangan, keterbatasan kapasitas manajerial, kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, permasalahan legalitas usaha, serta terbatasnya akses permodalan.

Tahap pelaksanaan kegiatan diwujudkan dalam bentuk workshop daring interaktif yang melibatkan akademisi, perwakilan pemerintah daerah, dan praktisi UMKM. Materi yang disampaikan mencakup strategi penguatan UMKM berbasis produk lokal, model kolaborasi

perguruan tinggi-pemerintah-UMKM, digitalisasi pemasaran melalui optimalisasi media sosial dan platform daring, pengelolaan keuangan usaha sederhana, serta strategi akses pembiayaan dan peningkatan legalitas produk. Kegiatan dirancang secara dialogis melalui sesi diskusi dan tanya jawab guna mendorong partisipasi aktif peserta serta memberikan ruang berbagi pengalaman dan praktik baik (*best practices*) UMKM yang telah berhasil menembus pasar nasional maupun internasional.



Gambar 2.
Penyampaian materi

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif sederhana untuk memastikan ketercapaian tujuan program. Evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi terhadap tingkat partisipasi dan keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung, terutama pada sesi diskusi. Indikator evaluasi meliputi keaktifan peserta dalam mengajukan pertanyaan, kemampuan mengidentifikasi permasalahan usaha secara mandiri, serta respons terhadap materi yang diberikan. Sementara itu, evaluasi kuantitatif dilakukan melalui umpan balik pasca-kegiatan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 95% peserta mengalami peningkatan pemahaman terkait pentingnya digitalisasi pemasaran, pengelolaan keuangan usaha secara sederhana dan tertib, peningkatan kualitas dan legalitas produk, serta strategi akses permodalan. Tingginya tingkat pemahaman tersebut tercermin dari kemampuan peserta dalam menyusun rencana tindak lanjut sederhana untuk pengembangan usaha masing-masing. Namun demikian, evaluasi juga menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan yang lebih teknis dan berkelanjutan, khususnya dalam implementasi digital marketing dan penguatan akses pembiayaan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan, tetapi juga menjadi langkah awal dalam mendorong perubahan perilaku pelaku UMKM menuju pengelolaan usaha yang lebih adaptif, profesional, dan berbasis teknologi. Hasil kegiatan ini diharapkan menjadi dasar perumusan strategi penguatan UMKM berbasis produk lokal di wilayah perbatasan secara berkelanjutan melalui optimalisasi teknologi dan dukungan pembiayaan yang lebih inklusif.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Tahuna, Kabupaten Kepulauan Sangihe, menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM berbasis produk lokal merupakan strategi yang relevan dalam mendukung pembangunan ekonomi wilayah perbatasan. Implementasi kegiatan melalui pendekatan partisipatif secara daring terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan mitra dan memperluas akses edukasi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 95% peserta mengalami peningkatan pemahaman terkait digitalisasi pemasaran, pengelolaan keuangan usaha sederhana, branding dan peningkatan kualitas produk, legalitas usaha, serta strategi akses permodalan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa UMKM di wilayah perbatasan memiliki potensi yang signifikan untuk berkembang, namun masih menghadapi keterbatasan dalam aspek literasi digital, kapasitas manajerial, dan akses pembiayaan. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi UMKM menuju model usaha yang lebih adaptif, profesional, dan berdaya saing berbasis pemanfaatan teknologi.

Saran Kegiatan Lanjutan

Sebagai tindak lanjut, program PKM berikutnya perlu diarahkan pada pendampingan berkelanjutan yang lebih teknis dan terstruktur, khususnya dalam implementasi digital marketing, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta proses pengurusan legalitas usaha. Selain itu, diperlukan penguatan kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan lembaga keuangan guna menciptakan ekosistem pendukung yang terintegrasi bagi pengembangan UMKM di wilayah perbatasan. Pendekatan berkelanjutan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi masyarakat secara lebih optimal dan berkesinambungan.

Ucapan Terimakasih

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, khususnya pemerintah daerah, pelaku UMKM di Tahuna Kabupaten Kepulauan Sangihe, serta para narasumber dan peserta yang telah berpartisipasi aktif. Apresiasi juga disampaikan kepada institusi yang telah memberikan dukungan moral dan administratif sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi penguatan UMKM di wilayah perbatasan.

REFERENSI

- Andriessa, R. (2022, March 16). Peluang dan tantangan pemberdayaan UMKM di Kawasan Ekonomi Khusus. *Pusat Studi Perdagangan Dunia Universitas Gadjah Mada*. <https://cwts.ugm.ac.id/2022/03/16/peluang-dan-tantangan-pemberdayaan-umkm-di-kawasan-ekonomi-khusus/>
- Bank Indonesia Gorontalo. (2024). *Peran Bank Indonesia dalam mendukung UMKM di Gorontalo*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/gorontalo>

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Laporan tahunan perkembangan UMKM Indonesia tahun 2024*. Jakarta: Kemenkop UKM. Diakses dari <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Lovita, E., Ardheta, P. A., Prabantoro, G., Sunarsih, U., Dahlifah, D., Mustika, M., & Nasution, N. (2022). Digitalisasi UKM: Solusi menjalankan bisnis di era normal baru Covid-19. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 2(1), 49-54. <https://doi.org/10.25047/progresif.v2i1.2022>
- Prabantoro, G., Mais, R. G., Megayani, M., Mustika, M., Ardheta, P. A., Faruqi, F., Anthonio, D. S., Kawung, G. M. V., & Siwu, H. F. J. (2024). Digital marketing optimization: Empowering market growth for MSMEs in Kahuku Village, East Likupang. *Entrepreneurship and Community Development*, 2(1), 8-12.
- Simangunsong, B. Y. P. (2023). Peluang dan tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic literature review. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(2), 101-115.

Accepted author version posted online: 2/24/2026
Maya Mustika (Reviewing editor)

FUNDING

Tidak ada informasi mengenai sumber pendanaan kegiatan ini

COMPETING INTERESTS

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.