

PELATIHAN PENINGKATAN KAPASITAS SDM BAGI UMKM PERBATASAN SEBAGAI UPAYA PEMBENTUKAN BORDER BRANDING

Maria Christiana Iman Kalis¹, Yulianto², Wanty Eka Jayanti³, Alberd⁴, Bella Ghia Dimmera⁵, Syarif Zulkifli⁶, Joko Dwitanto⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Pontianak

email: mariakalis@ekonomi.untan.ac.id¹, b3081231013@student.untan.ac.id², b3081231009@student.untan.ac.id³, b3081231005@student.untan.ac.id⁴, b3081231011@student.untan.ac.id⁵, b3081231008@student.untan.ac.id⁶, b3081231007@student.untan.ac.id⁷,

Abstrak

Pengembangan sumber daya manusia merupakan aspek krusial bagi UMKM di wilayah perbatasan untuk meningkatkan daya saing dan membentuk citra (branding) produk lokal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan guna meningkatkan kapasitas SDM bagi pelaku UMKM di wilayah perbatasan. Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini sebagai upaya peningkatan kemampuan SDM, diharapkan dapat menciptakan produk berkualitas yang mampu bersaing di pasar domestik maupun mancanegara serta membentuk brand image yang kuat bagi produk lokal wilayah perbatasan Indonesia-Malaysia, Kecamatan Jagoi Babang Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. Kegiatan ini mencakup serangkaian pelatihan, mulai dari pengembangan kompetensi SDM dalam hal kemampuan komunikasi, negosiasi dan pemantapan pemahaman budaya lokal dan produk yang dihasilkan. Melalui program ini, UMKM perbatasan akan memperoleh bekal pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di era globalisasi.

Kata Kunci: Kapasitas SDM UMKM, Wilayah Perbatasan, Border Branding

Abstract

Human resource development is a crucial aspect for MSMEs in border areas to increase competitiveness and shape the image (branding) of local products. This community service activity aims to provide training to increase human resource capacity for MSMEs in border areas. Through this community service program as an effort to increase human resource capabilities, it is hoped that we can create quality products that are able to compete in domestic and foreign markets and form a strong brand image for local products in the Indonesia-Malaysia border area, Jagoi Babang District, Bengkayang Regency, West Kalimantan. This activity includes a series of training, starting from developing HR competencies in terms of communication skills, negotiation and strengthening understanding of local culture and the products produced. Through this program, border MSMEs will gain adequate knowledge and skills to develop their businesses sustainably and increase competitiveness in the era of globalization.

Keywords: MSME HR Capacity, Border Areas, Border Branding

PENDAHULUAN

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor kunci dalam memperkuat border branding bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah perbatasan. Seiring dengan perkembangan globalisasi dan perdagangan lintas batas, UMKM perlu memiliki SDM yang kompeten dan siap menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat (Herkulana and Budiman 2022). Dalam konteks ini, pengetahuan tentang produk dan pasar menjadi landasan utama bagi UMKM perbatasan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif (Samingan et al. 2024; Violinda 2018). SDM yang memahami dinamika pasar lokal, nasional, dan global akan mampu mengidentifikasi peluang pertumbuhan, mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, serta memanfaatkan saluran pemasaran yang optimal. Selain itu, keterampilan komunikasi dan negosiasi juga menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki oleh SDM UMKM perbatasan (Sunyata, 2019). Kemampuan ini akan membantu UMKM dalam membangun hubungan yang kuat, mempromosikan produk secara efektif, dan mencapai kesuksesan dalam pasar global.

Dalam upaya memperkuat border branding, pemahaman budaya dan bahasa juga menjadi aspek penting yang harus dikuasai oleh SDM UMKM wilayah perbatasan. Memahami nilai-nilai budaya yang melekat pada produk serta mampu mengaitkannya dengan identitas wilayah perbatasan akan memberikan nilai tambah dan daya tarik bagi konsumen. Seiring dengan itu, pengembangan

keterampilan manajemen dan kepemimpinan juga diperlukan untuk membantu UMKM dalam mengelola operasional usaha, memimpin tim, dan mengambil keputusan strategis (Hendri, Espa, and Hasanudin 2018). SDM dengan kemampuan manajemen yang solid akan mampu menyusun rencana bisnis yang terstruktur dan efisien, serta mengalokasikan sumber daya secara optimal.

Border branding tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM secara individual, tetapi juga berperan dalam mendorong pengembangan ekonomi di wilayah perbatasan secara keseluruhan (Beni, 2021). Strategi ini dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, peran SDM dalam peningkatan border branding bagi UMKM perbatasan memiliki relevansi yang tinggi dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal dan nasional.

Dalam konteks globalisasi dan persaingan pasar yang semakin kompleks, UMKM perbatasan perlu terus meningkatkan kapasitas SDM mereka agar dapat bersaing secara efektif di pasar global. Pelatihan yang fokus pada pengembangan kompetensi SDM dalam hal pengetahuan produk dan pasar, keterampilan komunikasi dan negosiasi, pemahaman budaya dan bahasa, serta kemampuan manajemen dan kepemimpinan akan memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM dan pemangku kepentingan terkait. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat border branding UMKM perbatasan, meningkatkan daya saing produk di pasar global, serta mendukung pembangunan ekonomi wilayah perbatasan secara keseluruhan.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pengembangan SDM pelaku UMKM melalui pelatihan. Pelatihan ini mengandung muatan materi, yaitu: 1) keterampilan komunikasi dan negosiasi, dan 2) Pemantapan Pemahaman budaya lokal dan produk yang dihasilkan. Kegiatan ini diawali dengan survey dan observasi untuk memilih lokasi pelatihan peningkatan kapasitas SDM wilayah perbatasan hingga ditentukanlah Desa Sekida wilayah Kecamatan Jagoi Babang yang merupakan Kampung Kreatif dengan produk kerajinan tangan (Pratiwi 2021). Setelah konsolidasi dengan Camat Jagoi Babang untuk mengurus perizinan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) berupa pelatihan peningkatan kapasitas SDM, dilakukan tahap persiapan oleh tim PKM. Adapun pelaksanaan kegiatan ini bertempat di Rumah Ton Sowa yang disebut Sentra Industri Kecil Menengah Desa Sekida Kecamatan Jagoi Babang pada hari Jumat, 17 Mei 2024. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah 15 orang yang terdiri dari pengrajin yang berada di desa tersebut. Kegiatan PKM ini dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Angkatan X Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara sebagai tahap pertama terkait strategi border branding untuk UMKM di wilayah perbatasan, ditemukan pada proses pembuatan anyaman rotan: Para pengrajin, terutama kaum perempuan, terampil dalam menganyam rotan dengan pola dan motif yang rumit. Motif yang banyak digunakan seperti tumpal, pucuk rebung, dan sulur-suluran terinspirasi dari alam sekitar. Seluruh proses dilakukan dengan tangan secara tradisional, mulai dari memilih rotan berkualitas, mengupas, menganyam hingga penyelesaian akhir.

Produk anyaman rotan seperti bakul, tas, dan perabotan rumah tangga memiliki keunikan dalam motif dan teknik pembuatannya. Setiap motif memiliki makna budaya yang khas, seperti anyaman bidai yang melambangkan kebersamaan. Kualitas anyaman yang rapat dan ketat menunjukkan keterampilan dan ketelatenan pengrajin.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kami menemukan permasalahan mendasar yang perlu diselesaikan oleh para pengrajin sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan border branding dimana para pengrajin ini masih memiliki kekurangan terkait komunikasi, negosiasi, kemampuan penggunaan bahasa, dan mempertajam pemahaman budaya serta filosofi dari produk yang dihasilkan, karena pada saat berdiskusi para pengrajin belum dapat menjelaskan dengan baik detail dari produk yang dihasilkan, sehingga pada tahap kedua perlu dilakukan pelatihan terkait hal-hal tersebut.



Gambar 1. Kegiatan PKM bersama Para Pengrajin

Pelatihan komunikasi dan negosiasi dimulai dengan sesi pengenalan yang menjelaskan pentingnya keterampilan tersebut dalam berbagai konteks profesional dan personal. Para peserta kemudian dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil untuk melakukan role-play, dimana mereka mempraktikkan situasi negosiasi nyata, seperti penawaran bisnis atau resolusi konflik, dengan skenario yang telah disiapkan oleh fasilitator. Setiap sesi role-play diikuti oleh sesi feedback dari rekan peserta dan pelatih, yang memberikan masukan konstruktif tentang kekuatan dan area yang perlu ditingkatkan. Selanjutnya, pelatihan mencakup berbagai teknik komunikasi efektif, seperti mendengarkan aktif, membaca bahasa tubuh, dan menyusun argumen yang persuasif. Para peserta juga diajarkan strategi negosiasi, seperti BATNA (Best Alternative to a Negotiated Agreement), untuk membantu mereka merencanakan pendekatan yang lebih strategis dalam mencapai kesepakatan. Pelatihan diakhiri dengan simulasi negosiasi yang lebih kompleks, dimana peserta menerapkan semua keterampilan yang telah mereka pelajari dan mendapatkan evaluasi akhir dari pelatih untuk memastikan pemahaman dan kesiapan mereka dalam situasi dunia nyata.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Komunikasi dan Negosiasi

Pelatihan dimulai dengan sesi pembukaan yang mengingatkan pentingnya filosofi budaya dalam kerajinan anyaman rotan dan menjelaskan agenda pelatihan. Kemudian, dilakukan ulasan tentang filosofi budaya yang sudah dikenal oleh pengrajin, diikuti dengan diskusi kelompok di mana peserta berbagi pengalaman dan penerapan nilai-nilai tersebut dalam kerajinan mereka. Sesi berikutnya mendalami nilai-nilai inti seperti keaslian, keberlanjutan, dan kualitas, serta mengeksplorasi cara-cara untuk menerapkannya lebih konsisten dalam produksi dan desain produk. Sesi pemasaran berbasis budaya mengajarkan strategi untuk menceritakan keunikan dan nilai budaya produk kepada pelanggan potensial, diikuti dengan diskusi dan latihan membuat cerita produk. Sesi integrasi budaya dalam branding membahas cara memastikan branding produk selalu konsisten dengan nilai-nilai budaya yang ingin disampaikan, melalui diskusi kelompok dan analisis contoh sukses. Pelatihan diakhiri dengan evaluasi dan umpan balik, di mana peserta mengevaluasi hasil pelatihan dan berbagi refleksi tentang pengaruh filosofi budaya terhadap pekerjaan mereka. Penutupan dilakukan dengan pembagian sertifikat partisipasi dan pernyataan akhir dari fasilitator, menandai akhir dari pelatihan yang bertujuan memperdalam pemahaman dan penerapan filosofi budaya dalam kerajinan anyaman rotan.



Gambar 3. Pelatihan Pemantapan Pemahaman Budaya Lokal dan Produk yang dihasilkan

Evaluasi kegiatan pelatihan yang meliputi kemampuan komunikasi, negosiasi serta pemantapan pemahaman budaya lokal dan produk yang dihasilkan dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur dalam konteks pameran produk di Dekranasda Kabupaten Bengkayang. Evaluasi dimulai dengan pengumpulan umpan balik dari para peserta pameran, termasuk pengunjung, pembeli potensial, dan pihak-pihak yang berinteraksi dengan pengrajin. Ini dilakukan dilakukan observasi langsung oleh fasilitator pelatihan untuk menilai bagaimana pengrajin menerapkan keterampilan komunikasi dan negosiasi yang telah mereka pelajari selama pelatihan, serta bagaimana mereka mempresentasikan produk dan filosofi budaya lokal yang terkandung dalam karya mereka. Pertemuan evaluasi internal juga diadakan, dimana fasilitator dan peserta pelatihan berdiskusi tentang tantangan dan keberhasilan yang dialami selama pameran. Dalam sesi ini, para pengrajin diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman mereka, mendiskusikan apa yang telah mereka pelajari, dan memberikan umpan balik tentang efektivitas pelatihan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pelatihan yang mencakup kemampuan komunikasi, negosiasi, dan pemantapan pemahaman budaya lokal dan produk yang dihasilkan menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi para pengrajin anyaman rotan. Para peserta berhasil meningkatkan keterampilan komunikasi dan negosiasi mereka, yang terbukti dari interaksi yang lebih efektif dan profesional selama pameran produk. Pemahaman yang lebih dalam tentang filosofi budaya lokal telah membantu pengrajin menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya yang kaya, meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk mereka.

Evaluasi melalui umpan balik dari pengunjung, observasi langsung, dan diskusi internal menunjukkan bahwa pengrajin mampu mempresentasikan produk dengan lebih baik, mengartikulasikan cerita budaya yang mendasari setiap produk, dan bernegosiasi dengan calon pembeli secara lebih percaya diri dan efektif. Meskipun demikian, beberapa area seperti konsistensi dalam penerapan strategi pemasaran dan branding berbasis budaya masih memerlukan peningkatan. Secara keseluruhan, pelatihan berhasil mencapai tujuannya dalam memperkuat kemampuan komunikasi, negosiasi, serta pemahaman dan integrasi budaya lokal dalam produk, sehingga memperkuat posisi UMKM di pasar dan mendukung pelestarian budaya lokal. Rekomendasi untuk kegiatan PKM lanjutan dan dukungan berkelanjutan sangat disarankan untuk memastikan keberlanjutan dan perkembangan positif yang telah dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Beni, Sabinus. 2021. "Kesejahteraan Masyarakat Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Perbatasan Jagoi Babang Kalimantan Barat Melalui Pemberdayaan." *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan* 9
- Hendri, Muhammad Irfani, Vitriyan Espa, And Hasanudin Hasanudin. 2018. "Model Sinergisitas Kelembagaan Dalam Pengembangan Kewirausahaan Umkm Wilayah Perbatasan Dengan Pendekatan One Village One Product (Ovop)." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* 7 (2):
- Herkulana, And Jumardi Budiman. 2022. "Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Umkm Di Kawasan Perbatasan Indonesia-Malaysia" 12 (2): 143–53.
- Pratiwi, Nana Novita. 2021. "Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Desa Sekida Kecamatan Jagoi Babang." *Jurnal Planologi* 18 (2): 177–97.
- Samingan, Muhamad, Panji Suwarno, Guntur Eko Saputro, And Suwito Suwito. 2024. "Optimasi Pemasaran Digital Sebagai Pilar Penguatan Ekonomi Mikro Untuk Mendukung Ketahanan Ekonomi Nasional." *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 11 (4): 1511–19.

- Sunyata, Lina. 2019. "Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Strategi Pemasaran Bidai Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Bidai Di Wilayah Perbatasan Jagoi Babang-Sirikin." Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora.
- Violinda, Qristin. 2018. "Strategi Dan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil, Dan Menengah (Umkh) .(Case Study Pada Umkm Di Semarang)." Stability: Journal Of Management And