

INOVASI DAN ADAPTASI UMKM: MENGHADAPI TANTANGAN PERSAINGAN DI PASAR PORSEA

Alwin Pakpahan¹⁾, Weld Rezki Manik²⁾, Nani Ro Anggitasari Sirait³⁾, Fetrit Munthe⁴⁾,
Mika Lestari Simanjuntak⁵⁾, Tiurma Elita Saragih⁶⁾

^{1,2,3,4,5}Universitas HKBP Nommensen Medan

e-mail: alwin.pakpahan@student.uhn.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important contribution to supporting regional economic growth, including in the Porsea Market area, Toba Regency. However, MSMEs are faced with various challenges, such as limited access to capital, low adoption of digital technology, lack of managerial skills, and dynamic changes in consumer preferences. As a form of real contribution to local economic empowerment, this community service activity is carried out to increase the capacity of MSME actors through a series of training, counseling, and mentoring programs focused on innovation strategies and business adaptation in facing market competition. This activity includes education on product development, social media-based digital marketing, business financial management, and the use of simple technology that supports operational efficiency. The results of the activities show an increase in the understanding and skills of business actors in managing their businesses more professionally and adaptively, including in the application of product innovation, the use of digital platforms for promotion, and more orderly financial records. In addition, the formation of a collaborative network between MSME players is an added value that strengthens the local business ecosystem. This activity is expected to be a sustainable effort to improve the competitiveness of MSMEs in the era of increasingly complex market competition

Keywords: MSMEs, innovation, adaptation, market competition Porsea

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di kawasan Pasar Porsea, Kabupaten Toba. Namun, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya adopsi teknologi digital, kurangnya kemampuan manajerial, serta perubahan preferensi konsumen yang dinamis. Sebagai bentuk kontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi lokal, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui serangkaian program pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan yang difokuskan pada strategi inovasi dan adaptasi usaha dalam menghadapi persaingan pasar. Kegiatan ini mencakup edukasi tentang pengembangan produk, pemasaran digital berbasis media sosial, pengelolaan keuangan usaha, serta pemanfaatan teknologi sederhana yang mendukung efisiensi operasional. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola usahanya secara lebih profesional dan adaptif, termasuk dalam penerapan inovasi produk, penggunaan platform digital untuk promosi, serta pencatatan keuangan yang lebih tertib. Selain itu, terbentuknya jejaring kolaboratif antar pelaku UMKM menjadi nilai tambah yang memperkuat ekosistem usaha lokal. Kegiatan ini diharapkan mampu menjadi upaya berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing UMKM di era persaingan pasar yang semakin kompleks.

Kata Kunci: UMKM, inovasi, adaptasi, persaingan pasar Porsea

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, termasuk di wilayah Porsea. Namun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat krusial dalam struktur perekonomian Indonesia, termasuk di wilayah Pasar Porsea, Kabupaten Toba. UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama sektor ekonomi lokal, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha dan semakin terbukanya akses pasar, persaingan antar pelaku UMKM maupun dengan produk dari luar daerah pun semakin ketat. Tantangan yang dihadapi UMKM semakin kompleks, mulai dari keterbatasan modal, rendahnya adopsi teknologi digital, hingga pergeseran pola konsumsi masyarakat yang menuntut kualitas produk dan layanan yang lebih baik. Di tengah dinamika tersebut, pelaku UMKM dihadapkan pada tuntutan untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar tetap relevan, kompetitif, dan mampu bertahan di pasar yang terus berubah.

Salah satu permasalahan mendasar yang ditemukan di Pasar Porsea adalah masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya strategi pengembangan usaha yang berbasis inovasi dan adaptasi. Padahal, strategi ini sangat penting untuk meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun citra usaha yang profesional. Dalam hal ini, penguatan kapasitas kewirausahaan menjadi hal yang mendesak untuk dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan. Lewis, Schaper, Volery, dan Weber (2011) menekankan pentingnya pemahaman terhadap dinamika persaingan pasar dalam menentukan strategi bisnis yang efektif. Selain itu, Diandra (2019) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan elemen utama dalam menciptakan nilai tambah pada produk

maupun layanan yang ditawarkan oleh pelaku usaha sosial.

Adopsi teknologi digital juga menjadi aspek penting dalam pengembangan UMKM di era modern. Pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, aplikasi kasir digital, dan sistem manajemen stok berbasis cloud merupakan beberapa contoh teknologi yang dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar. Namun sayangnya, literasi digital yang masih rendah menjadi kendala tersendiri dalam proses transformasi tersebut. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang tepat melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu menjawab kebutuhan pelaku usaha secara praktis dan aplikatif.

Dalam hal ini, tim pengabdian memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan tersebut melalui kegiatan edukatif, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian yang dirancang secara partisipatif akan menjadi media efektif untuk memberdayakan masyarakat, mentransfer pengetahuan, serta menumbuhkan semangat kewirausahaan berbasis inovasi. Dengan demikian, UMKM di Pasar Porsea diharapkan tidak hanya mampu bertahan menghadapi tantangan persaingan yang semakin kompleks, tetapi juga dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif yang lebih besar terhadap perekonomian daerah.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan strategis yang mengacu pada prinsip inovasi, adaptasi, dan keunggulan bersaing. Tim pengabdian melakukan observasi awal dan diskusi dengan pelaku UMKM di Pasar Porsea. Mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi, seperti keterbatasan inovasi produk, rendahnya literasi digital, dan pengelolaan usaha yang belum efisien. Mengacu pada konsep

inovasi dari Jukka Ojasalo (2008) yang menekankan pentingnya pengembangan produk, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran kreatif.

Pelatihan pengembangan produk dan kemasan menarik. Workshop pembuatan konten promosi digital (foto/video produk). Studi kasus keberhasilan UMKM inovatif sebagai inspirasi. Rahim, A.R (2019), pelaku UMKM dilatih untuk menyesuaikan strategi usaha dengan perkembangan teknologi dan perubahan pasar. Pelatihan penggunaan media sosial untuk promosi (Instagram, Facebook, WhatsApp Business).

Pengenalan aplikasi e-commerce lokal dan nasional. Edukasi literasi digital dasar dan pemanfaatan teknologi kasir digital. Mengacu pada teori Michael Porter (1985) tentang strategi diferensiasi, efisiensi biaya, dan segmentasi pasar. Diskusi strategi keunggulan kompetitif berbasis produk lokal. Simulasi perhitungan harga jual berbasis efisiensi biaya. Analisis SWOT sederhana untuk membantu peserta merancang strategi usaha.

Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop. Disusun dalam beberapa sesi pelatihan secara bertahap dan berjenjang. Menggunakan pendekatan edukatif-aplikatif agar materi mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan. Mendorong partisipasi aktif peserta dalam diskusi dan praktik langsung.

Pendampingan intensif dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM sebagai pilot project. Bertujuan untuk memantau penerapan materi pelatihan secara langsung. Memberikan bimbingan teknis dan konsultasi usaha secara berkelanjutan. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan kuesioner sederhana. Mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan perilaku pelaku UMKM pasca kegiatan. Memberikan umpan balik untuk pengembangan program pengabdian

berikutnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Pasar Porsea menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM. Program yang dirancang berdasarkan pendekatan inovasi, adaptasi, dan keunggulan bersaing memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha, baik dari sisi pengetahuan, keterampilan, maupun perubahan praktik usaha secara langsung.

Kegiatan pelatihan inovasi usaha berhasil mendorong pelaku UMKM untuk mulai memikirkan cara-cara baru dalam menciptakan nilai tambah pada produk dan layanan mereka. Beberapa pelaku usaha mengembangkan varian baru dari produk yang sudah ada, memperbaiki tampilan kemasan agar lebih menarik, serta menciptakan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Contohnya, pelaku usaha kuliner lokal membuat variasi menu dengan tampilan yang lebih kekinian berdasarkan preferensi konsumen muda. Beberapa peserta juga mengadopsi desain kemasan yang lebih modern, yang terbukti meningkatkan minat beli konsumen dan membedakan produk mereka dari kompetitor di pasar lokal.

Pelatihan adaptasi usaha yang mencakup digitalisasi dan pemanfaatan teknologi turut memberikan perubahan signifikan pada cara pelaku UMKM mengelola dan memasarkan produk mereka. Banyak pelaku usaha mulai aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Selain itu, mereka mulai memahami pentingnya pencitraan usaha secara digital, seperti penggunaan logo usaha, foto produk yang menarik, dan caption yang persuasif. Penggunaan aplikasi kasir digital dan sistem manajemen inventaris berbasis cloud menjadi solusi efisien yang membantu pelaku usaha dalam

pengelolaan transaksi dan stok barang secara lebih akurat.

Penerapan strategi keunggulan bersaing oleh pelaku UMKM menjadi salah satu indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini, di mana peserta mulai memahami pentingnya diferensiasi produk, efisiensi biaya, dan segmentasi pasar sebagai kunci mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Konsep diferensiasi produk diadopsi melalui pengembangan nilai tambah yang membedakan produk mereka dari pesaing, baik dalam aspek bahan baku, tampilan visual, fungsi produk, maupun layanan purna jual. Beberapa pelaku usaha berhasil mengidentifikasi keunggulan produk lokal yang dapat diolah menjadi produk unggulan, seperti pemanfaatan bahan herbal khas daerah untuk konsumen yang mengutamakan kesehatan, serta pengembangan produk ramah lingkungan yang menysasar konsumen berorientasi pada keberlanjutan.

Segmentasi pasar juga mulai diterapkan oleh peserta dengan lebih terarah. Para pelaku usaha tidak lagi memasarkan produknya secara umum kepada seluruh konsumen, tetapi mulai memetakan kelompok pasar potensial berdasarkan kebutuhan, preferensi, usia, gaya hidup, dan tingkat pendapatan. Strategi ini memberikan dampak yang positif terhadap efektivitas pemasaran, karena produk yang ditawarkan lebih sesuai dengan karakteristik target pasar. Selain itu, efisiensi biaya mulai menjadi perhatian utama, terutama dalam proses produksi dan distribusi. Pelaku usaha mulai memperhitungkan biaya operasional secara lebih cermat dan mencoba menggunakan bahan baku lokal yang lebih hemat namun tetap berkualitas.

Diskusi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) yang dilakukan selama pelatihan terbukti sangat membantu pelaku UMKM dalam mengenali kekuatan internal, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang pasar yang

dapat dimanfaatkan, serta ancaman eksternal yang perlu diantisipasi. Proses analisis ini menjadi bekal penting dalam merancang strategi bisnis yang lebih fokus, adaptif, dan realistis. Peserta menjadi lebih sadar terhadap posisi usahanya di pasar, serta memiliki dasar dalam mengambil keputusan strategis jangka pendek dan jangka panjang. Penerapan strategi keunggulan bersaing ini diharapkan tidak hanya menjadi reaksi sesaat dari pelatihan yang diberikan, tetapi menjadi kebiasaan baru dalam pola pikir usaha yang berorientasi pada keberlanjutan dan pertumbuhan.

Meskipun hasil pelatihan menunjukkan kemajuan yang menggembirakan, masih terdapat sejumlah kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi inovasi dan adaptasi secara penuh. Banyak pelaku usaha belum memiliki dana cukup untuk mendukung perubahan signifikan dalam usaha, seperti pengadaan alat produksi baru atau promosi digital berbayar. Sebagian pelaku UMKM masih belum terbiasa dengan teknologi digital dan memerlukan waktu serta pendampingan lebih lanjut untuk menguasai aplikasi yang diperkenalkan. Meskipun telah memanfaatkan media sosial, belum semua pelaku usaha mampu menjangkau pasar luar wilayah Porsea secara optimal.

Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, keterlibatan berbagai pemangku kepentingan sangat diperlukan. Pemerintah daerah, lembaga keuangan mikro, komunitas usaha lokal, serta perguruan tinggi perlu bersinergi melakukan program pelatihan lanjutan dan pendampingan intensif, Fasilitas akses permodalan dengan bunga ringan, Kemitraan dan promosi bersama melalui event lokal atau marketplace digital daerah.

Dari hasil kegiatan ini, terlihat bahwa pendekatan berbasis inovasi, adaptasi, dan keunggulan bersaing mampu memberikan fondasi yang kuat bagi pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan

pasar secara lebih profesional. UMKM yang bertransformasi ke arah digital dan memiliki strategi pengembangan produk yang lebih terstruktur, memiliki potensi untuk terus tumbuh secara berkelanjutan.

Hasil nyata dari kegiatan inovasi dan adaptasi yang diterapkan dalam program pengabdian ini menunjukkan transformasi positif pada pola pikir, keterampilan, dan praktik bisnis para pelaku UMKM. Penerapan strategi inovasi dan adaptasi yang telah diberikan tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga menghasilkan perubahan yang langsung dirasakan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Inovasi Produk: Beberapa pelaku UMKM berhasil mengembangkan varian produk baru yang lebih sesuai dengan tren pasar. Misalnya, pelaku usaha makanan menambahkan variasi rasa modern, sementara pengrajin lokal mulai mengombinasikan bahan baku tradisional dengan desain kontemporer. **Pengemasan Produk:** Peserta menunjukkan peningkatan dalam aspek estetika dan fungsionalitas kemasan produk. Mereka mulai menggunakan kemasan ramah lingkungan, label produk yang informatif, serta logo usaha yang lebih profesional. **Penerapan Teknologi Digital:** Banyak peserta mulai aktif menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, memperluas jangkauan



pasar secara digital, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Beberapa UMKM juga mulai menjual produknya di platform e-commerce lokal dan nasional. **Manajemen Usaha yang Lebih Efisien:** Dengan edukasi pengelolaan keuangan usaha, pelaku UMKM mulai membuat pencatatan transaksi secara tertib, memisahkan keuangan usaha dan pribadi, serta membuat rencana anggaran usaha secara sederhana. **Penguatan Jejaring Usaha:** Kegiatan ini turut mempertemukan berbagai pelaku UMKM dari sektor yang berbeda, sehingga tercipta kolaborasi antarusaha dalam bentuk bundling produk, promosi bersama, dan saling berbagi informasi pasar. **Motivasi Usaha yang Meningkatkan:** Secara psikologis, kegiatan ini juga memotivasi pelaku UMKM untuk lebih percaya diri dalam mengembangkan usahanya. Banyak peserta menyampaikan bahwa mereka merasa lebih siap menghadapi persaingan pasar setelah mengikuti program ini.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan inovasi dan adaptasi membuktikan bahwa intervensi berbasis edukatif dan partisipatif mampu membawa perubahan yang konkret dalam pengembangan usaha kecil. Diperlukan kesinambungan program serupa agar hasil yang telah dicapai dapat dijaga dan ditingkatkan dalam jangka panjang.



Gambar 1. Observasi pelaku UMKM dan diskusi dengan pejabat daerah pasar

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di wilayah Pasar Porsea, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi inovasi dan adaptasi merupakan kunci utama dalam memperkuat daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah arus persaingan pasar yang semakin kompleks dan kompetitif. UMKM yang mampu bertransformasi melalui pengembangan produk yang kreatif, peningkatan kualitas layanan, serta penerapan teknologi digital seperti media sosial, platform e-commerce, dan sistem manajemen usaha berbasis aplikasi, menunjukkan perubahan signifikan dalam pengelolaan usaha mereka. Inovasi tidak hanya tercermin dalam bentuk fisik produk, tetapi juga dalam pola pikir kewirausahaan yang lebih progresif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar modern. Melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, dan edukasi yang dilakukan secara terstruktur dan partisipatif, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan praktis serta keterampilan aplikatif yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Penerapan pencatatan keuangan sederhana, strategi pemasaran digital, serta penguatan jejaring usaha menjadi langkah awal yang menjanjikan dalam proses transformasi bisnis skala kecil menuju usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Meskipun demikian, berbagai tantangan struktural masih menjadi penghambat dalam proses pengembangan UMKM secara maksimal, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta kurangnya dukungan kelembagaan yang sistematis. Oleh karena itu, diperlukan sinergi dan kolaborasi yang lebih kuat antara seluruh pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, lembaga keuangan, komunitas UMKM, sektor swasta, serta institusi pendidikan tinggi. Kolaborasi multipihak ini akan menjadi

fondasi dalam menciptakan ekosistem usaha lokal yang lebih inklusif, responsif, dan resilien terhadap perubahan zaman. Diperlukan program pelatihan lanjutan secara berkelanjutan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis usaha, tetapi juga mencakup penguatan karakter wirausaha, manajemen risiko, dan kemampuan adaptif terhadap perubahan pasar.

Selain itu, fasilitasi akses permodalan yang ramah terhadap pelaku UMKM perlu terus dikembangkan, baik melalui skema kredit mikro, bantuan hibah produktif, maupun inkubasi usaha yang dapat menjembatani pelaku UMKM untuk tumbuh secara signifikan. Pengembangan kelembagaan UMKM lokal juga menjadi aspek penting yang perlu diperkuat, agar pelaku usaha dapat secara kolektif menyusun strategi pemasaran, saling berbagi informasi dan inovasi, serta membangun jejaring promosi yang lebih luas dan terstruktur. Di era transformasi digital yang terus berkembang, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi juga harus menjadi prioritas, dengan mendorong UMKM untuk lebih aktif dalam memanfaatkan platform digital lokal dan nasional sebagai sarana perluasan pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan daya saing. Dengan adanya dukungan yang konsisten, terintegrasi, dan berorientasi pada pemberdayaan jangka panjang, UMKM di Pasar Porsea tidak hanya akan mampu bertahan dalam arus persaingan pasar, tetapi juga menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi daerah yang tangguh, mandiri, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W., & Cahyani, A. D. (2022). Inovasi produk sebagai strategi pengembangan UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(1), 43–51
- Diandra, Didip. (2019). Program pengembangan kewirausahaan untuk menciptakan pelaku usaha sosial yang kompetitif. *Jurnal Administrasi*

- Publik, 10(1), 1340–1347.
<https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1424>.
- Fauzi, A., & Yuliani, S. (2021). Digital marketing bagi UMKM dalam menghadapi revolusi industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 3(2), 155–162
- Fitriani, R., & Yuliana, D. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha mikro. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 88–96.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). Laporan perkembangan data UMKM tahun 2021.
<https://www.kemenkopukm.go.id>
- Lewis, K. M. Schaper, T. Volery, & P. Weber. (2011). *Entrepreneurship and small business*. John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Noviani, L., & Wahida, A. (2022). Pembelajaran kewirausahaan di SMA selama pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*
- Noviani, L., & Wahida, A. (2022). Pembelajaran kewirausahaan di SMA selama pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(2), 75–82.
- Ojasalo, J. (2008). Management of innovation networks: A case study of different approaches. *European Journal of Innovation Management*, 11(1), 51–86.
<https://doi.org/10.1108/14601060810845252>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu, perkembangan, dan kebijakan*. LP3ES.
- Putra, M. A., & Hidayat, W. (2020). Inovasi UMKM sebagai strategi bersaing di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18(1), 12–20.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/uy3kz>
- .Sari, D. A., & Santosa, H. (2020). Peran teknologi informasi dalam pengembangan UMKM pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informasi*, 7(1), 45–54.
- Ramadhani, D., & Kurniawan, A. (2021). Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 25–32.
- Setiawan, J., & Hardi, S. (2020). Pengembangan UMKM berbasis komunitas dalam meningkatkan daya saing lokal. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 130–141.