

Ekosistem Kewirausahaan Sebagai Basis Kebijakan Penguatan UMKM di Kabupaten Majene: Sebuah Analisis Kesenjangan Struktural

^{*1}Hendrawan, ²Dewi Nuraliah, ³Achmad Fauzi Kusmin, ⁴Rahmatullah, ⁵Muhammad Syihabuddin Taufiq

^{1,2,3,4,5}Universitas Sulawesi Barat

*Corresponding Author e-mail: hendrawan@unsulbar.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan dan arah kebijakan penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Majene dalam perspektif Entrepreneurial Ecosystem Theory (Stam, 2015). Pendekatan teoritis ini menekankan bahwa keberhasilan kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh individu pelaku usaha, tetapi juga oleh interaksi sistemik antara modal, akses pasar, pengetahuan, talenta, jaringan sosial, budaya lokal, serta dukungan institusi dan infrastruktur. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, dokumentasi kebijakan daerah, laporan lembaga pendukung, serta triangulasi dari data media dan jurnal ilmiah terkini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekosistem kewirausahaan UMKM di Majene berada dalam tahap awal pembentukan, dengan berbagai intervensi pemerintah dan institusi seperti pelatihan digital, program Business Development Services, dan fasilitasi akses pasar ekspor melalui Rumah BUMN. Namun, masih ditemukan kesenjangan signifikan dalam aspek akses digital, keterbatasan modal dan talenta, serta lemahnya jejaring antar pelaku usaha. Dukungan kelembagaan dan infrastruktur fisik telah mulai terbangun, namun belum terintegrasi dalam kebijakan pengembangan UMKM yang holistik dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan formulasi kebijakan daerah yang berbasis data, partisipatif, dan terintegrasi antar sektor untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan lokal secara inklusif.

Kata kunci: UMKM; Ekosistem Kewirausahaan; Kebijakan Daerah Majene

Abstract: This study aims to analyze the gaps and policy directions for strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Majene Regency from the perspective of Entrepreneurial Ecosystem Theory (Stam, 2015). This theoretical approach emphasizes that entrepreneurial success is not only determined by individual entrepreneurs, but also by the systemic interaction between capital, market access, knowledge, talent, social networks, local culture, and institutional and infrastructure support. The study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through literature studies, regional policy documentation, reports from supporting institutions, and triangulation of media data and the latest scientific journals. The results of the study indicate that the MSME entrepreneurial ecosystem in Majene is in the early stages of formation, with various government and institutional interventions such as digital training, Business Development Services programs, and facilitation of export market access through Rumah BUMN. However, significant gaps are still found in aspects of digital access, limited capital and talent, and weak networks between entrepreneurs. Institutional support and physical infrastructure have begun to be built, but have not been integrated into holistic and sustainable MSME development policies. Therefore, a regional policy formulation that is data-based, participatory, and integrated between sectors is needed to strengthen the local entrepreneurial ecosystem in an inclusive manner.

Key words: UMKM; Entrepreneurship Ecosystem; Majene Regional Policy

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Namun, UMKM masih menghadapi berbagai hambatan struktural, termasuk keterbatasan akses pasar, teknologi, permodalan, dan kapasitas manajerial (Dzikrullah & Chasanah, 2024). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk mengoptimalkan pengembangan UMKM agar lebih berdaya saing, adaptif, dan berkelanjutan. Transformasi digital merupakan salah satu strategi utama yang telah terbukti memberikan dampak positif terhadap pengembangan UMKM. Digital marketing, khususnya melalui pemanfaatan media sosial dan e-commerce, terbukti efektif dalam memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk UMKM (Asrah et al., 2024; Prabantoro et al., 2023). Penerapan strategi



pemasaran digital yang terencana dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan volume penjualan (Maria et al., 2024). Bahkan, optimalisasi konten media sosial dan manajemen platform e-commerce telah menunjukkan hasil signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM (Asmike et al., 2024).

Selain aspek digital, penguatan kelembagaan melalui peran koperasi menjadi faktor penting dalam mendukung keberlangsungan UMKM. Koperasi berperan dalam memfasilitasi akses modal, pelatihan teknologi, dan pengembangan jaringan distribusi produk (Dzikrullah & Chasanah, 2024). Sinergi antara koperasi dan UMKM dapat memperkuat struktur ekonomi lokal yang inklusif dan mandiri. Di tingkat lokal, berbagai program inovatif telah dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Misalnya, Program JOGED di Kabupaten Jember digunakan sebagai sarana promosi berbasis budaya lokal untuk memperkenalkan produk UMKM kepada masyarakat luas (Hanuranda & Setiawan, 2024). Demikian pula, penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan desain kemasan (Najib et al., 2022) dan penyusunan laporan keuangan yang efektif (Rayyani et al., 2020) terbukti meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal.

Selain itu, pendekatan berbasis pengabdian masyarakat juga berkontribusi terhadap pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan, seperti yang dilakukan melalui program peningkatan daya saing di Cileungsi (El Hasan et al., 2023). Konsep smart economy juga mulai diadopsi untuk mendukung digitalisasi UMKM di perkotaan seperti Bandung (Umam & Mafruhah, 2022), yang menekankan pada integrasi teknologi, efisiensi operasional, dan keberlanjutan bisnis. Berdasarkan berbagai studi tersebut, tampak jelas bahwa pengembangan UMKM memerlukan pendekatan yang terintegrasi, mencakup aspek digital, kelembagaan, inovasi produk, dan kolaborasi multi-pihak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam strategi optimal dalam pengembangan UMKM berbasis bukti ilmiah, dengan menekankan pada sinergi antara digitalisasi, pemberdayaan lembaga pendukung, serta konteks lokal yang dinamis.

Salah satu tantangan utama UMKM di Kabupaten Majene adalah rendahnya kapasitas dalam pemanfaatan teknologi digital dan sistem pencatatan keuangan yang akuntabel. Asnidar, Akbar, dan Ilyas (2024) menemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Majene belum menerapkan sistem akuntansi digital, yang menyebabkan lemahnya pengelolaan keuangan dan daya tahan usaha. Selain itu, penelitian Hamdan, Yusran, dan Rufaida (2024) menunjukkan bahwa penerapan prinsip akuntansi syariah di kalangan UMKM masih minim, padahal pendekatan ini sangat relevan dalam konteks masyarakat Majene yang mayoritas Muslim. Permasalahan lain yang turut menjadi perhatian adalah lemahnya pengelolaan anggaran dan bahan baku oleh pelaku UMKM. Penelitian Anwar et al. (2024) menunjukkan bahwa keterbatasan pengetahuan tentang strategi pengadaan bahan baku dan perencanaan anggaran menyebabkan inefisiensi dan tingginya biaya operasional. Selain itu, keterlibatan pemerintah daerah dalam mendukung UMKM juga belum optimal. Rahmat, Busaeri, dan Salim (2023) mengungkapkan bahwa peran pemerintah sebagai fasilitator dan katalisator dalam pengembangan UMKM kuliner masih tergolong sedang, baik dalam aspek produksi, pemasaran, maupun teknologi.

Isu keberlanjutan juga menjadi tantangan penting dalam pengembangan UMKM. Lismawati, Nuringasih, dan Agussalim (2024) meneliti implementasi ekonomi hijau dalam produksi minyak goreng oleh UMKM di Dusun Karondongan, Majene, dan menemukan adanya kendala dalam integrasi prinsip syariah dan kelestarian lingkungan dalam praktik produksi. Untuk menganalisis kondisi UMKM di kabupaten Majene penulis menggunakan teori Erik Stam (2015) *Akses pasar, Modal, Talenta, Pengetahuan, Jaringan kewirausahaan, Budaya, Dukungan institusi dan infrastruktur*. Penulis yakin bahwa pendekatan ini cocok digunakan pada isu kali ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam berbagai strategi optimalisasi pengembangan UMKM, khususnya dalam aspek digitalisasi, kelembagaan, dan inovasi lokal. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena sosial secara kontekstual dan menyeluruh melalui pengalaman, persepsi, dan interaksi para pelaku UMKM serta stakeholder terkait.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat, yang memiliki potensi UMKM yang beragam dan sedang dalam proses penguatan melalui berbagai program pemberdayaan. Subjek penelitian terdiri atas: Pelaku UMKM dari berbagai sektor (kuliner, kerajinan, jasa, dsb.) Pengelola koperasi yang terlibat dalam mendampingi UMKM Aparat pemerintah daerah (Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindag) Pendamping atau fasilitator program pengembangan UMKM Akademisi dan praktisi lokal yang berperan sebagai narasumber ahli

Teknik Pengumpulan Data. Wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pengurus koperasi, dan pejabat terkait untuk memahami strategi yang diterapkan, hambatan yang dihadapi, serta dukungan yang tersedia di Majene. Observasi langsung terhadap aktivitas usaha, praktik pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, dan kolaborasi dengan koperasi atau pemerintah desa. Studi dokumentasi, termasuk analisis terhadap dokumen program pelatihan, laporan kegiatan UMKM, dan konten digital yang diproduksi oleh pelaku usaha.

Teknik Analisis Data. Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yang melibatkan identifikasi tema-tema utama seperti strategi digital marketing, peran koperasi, dan dukungan lokal terhadap UMKM. Langkah-langkah analisis meliputi: Reduksi data dari hasil wawancara dan observasi Kategorisasi dan pengkodean data tematik, Penarikan kesimpulan secara naratif berdasarkan pola dan relasi antartema

Hasil Penelitian

a. Akses Pasar

Akses pasar merupakan salah satu aspek krusial dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di wilayah Kabupaten Majene. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2025) mengenai praktik jual beli daring di Pasar Sentral Majene, ditemukan bahwa sebagian pelaku UMKM telah mulai memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp dan Facebook untuk memasarkan produk mereka secara langsung kepada konsumen. Inisiatif ini muncul terutama sebagai respons terhadap pembatasan sosial pada masa pandemi COVID-19, yang mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan pola transaksi baru. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi ini belum sepenuhnya optimal. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan akses terhadap jaringan internet yang stabil, rendahnya literasi digital, serta kekhawatiran konsumen terhadap keamanan transaksi daring dan permintaan layanan tambahan seperti gratis ongkir.

Selain itu, hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dari Universitas Negeri Makassar (UNM) di Kecamatan Sendana dan wilayah Bua menunjukkan bahwa salah satu tantangan utama dalam memperluas akses pasar UMKM di Majene adalah kurangnya pemahaman terkait strategi digital marketing dan karakter kewirausahaan. Melalui pendekatan edukatif yang meliputi ceramah, diskusi, serta pelatihan teknis penggunaan media sosial dan pembuatan konten promosi, kegiatan tersebut berhasil meningkatkan pemahaman dasar pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan

pasar mereka. Namun, efektivitas jangka panjang dari pelatihan ini masih bergantung pada keberlanjutan pendampingan serta penguatan infrastruktur digital yang mendukung.

Secara umum, dapat disimpulkan bahwa UMKM di Majene telah menunjukkan inisiatif untuk memanfaatkan peluang digital sebagai upaya peningkatan akses pasar. Akan tetapi, upaya ini masih terkendala oleh minimnya dukungan kelembagaan, terbatasnya kapasitas literasi digital, serta belum optimalnya penerapan strategi pemasaran berbasis konten dan branding. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi lebih lanjut yang bersifat kolaboratif, terutama dalam bentuk pendampingan berkelanjutan yang melibatkan perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas lokal untuk memastikan transformasi digital UMKM dapat berlangsung secara efektif dan inklusif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa akses pasar menjadi lebih luas lewat penggunaan media sosial walaupun masih terbatas perlu kesiapan SDM digital dan infrastruktur. Setelah pandemi, pedagang Pasar Sentral Majene mulai memakai WhatsApp dan Facebook untuk memasarkan produk mengunggah gambar dagangan dan menerima order langsung. Kelemahan metode online perlu koneksi internet stabil, rajin membuka aplikasi, konsumen masih ragu, serta permintaan gratis ongkir. Keuntungan pedagang bisa berjualan dari rumah, lebih hemat biaya transportasi dan kebersihan pasar, serta tetap dapat mengatur pekerjaan rumah. Berikut kami gambarkan bagaimana kondisi akses pasar :

Tabel 1 : Gambaran kondisi akses pasar

No	Aspek	Temuan
1	Saluran pemasaran	WhatsApp & Facebook paling umum digunakan
2	kendala utama	Kebutuhan kuota, kepercayaan konsumen, biaya logistik
3	Sarana pengembangan	Pelatihan digital marketing (web, branding) telah dilakukan
4	Kesempatan optimalisasi	Implementasi strategi berbasis branding dan konten kreatif bisa lebih ditingkatkan

Sumber: Olahan penulis 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aspek saluran pemasaran, pelaku UMKM di Kabupaten Majene secara umum memanfaatkan media sosial, khususnya WhatsApp dan Facebook, sebagai sarana utama untuk mempromosikan dan menjual produk. Kedua platform ini dipilih karena sifatnya yang mudah diakses dan telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat, baik dari sisi pelaku usaha maupun konsumen. Namun demikian, efektivitas penggunaan media sosial tersebut masih menghadapi sejumlah kendala utama, antara lain terbatasnya kuota internet yang berdampak pada intensitas promosi daring, rendahnya kepercayaan konsumen terhadap transaksi online, serta tingginya biaya logistik terutama untuk pengiriman produk ke luar daerah. Untuk mengatasi persoalan tersebut, telah dilakukan berbagai sarana pengembangan, seperti pelatihan digital marketing yang mencakup pembuatan website sederhana, pengelolaan media sosial, hingga strategi branding produk. Pelatihan ini terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengakses pasar digital. Kendati demikian, terdapat kesempatan optimalisasi yang masih terbuka luas, khususnya dalam hal penerapan strategi branding yang lebih sistematis serta produksi konten kreatif yang mampu menarik perhatian pasar yang lebih luas. Penerapan strategi pemasaran berbasis konten visual, storytelling produk, dan penguatan identitas merek lokal menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus

meningkatkan daya saing UMKM Majene di tengah persaingan pasar digital yang semakin kompetitif.

b. Modal, Talenta dan Pengetahuan

Keterbatasan modal menjadi hambatan substansial bagi UMKM. Misalnya, pengelola gerai es kelapa muda di tepi jalan poros Mamuju–Majene menyatakan keterbatasan dana mengakibatkan pengelolaan usaha secara sederhana, walaupun potensi pasar sangat menjanjikan. Sebagai respons, Pemerintah Kabupaten Majene melalui Dinas Koperasi dan UKM menyalurkan stimulus modal usaha senilai Rp 1 juta kepada 454 pelaku UMKM pada dua kecamatan terdampak pandemi. Namun demikian, bantuan ini hanya menjangkau sebagian kecil dari total ± 7.000 pelaku usaha di daerah tersebut. Walaupun stimulus membantu mengurangi beban finansial, masih terdapat kesenjangan akses modal dan belum ada solusi berkelanjutan untuk pengembangan modal kerja jangka panjang.

Kapabilitas SDM di kalangan UMKM Majene secara signifikan ditingkatkan lewat pelatihan. Contohnya, Digital Entrepreneurship Academy dan cybersecurity training yang melibatkan BPSDMP Manado dan Kominfo, mendorong peningkatan kompetensi talenta digital pelaku usaha (<https://mandarnews.com/>). Selanjutnya, pelatihan digital marketing oleh UNM melibatkan 62 peserta, termasuk pemuda dan pelaku usaha, dengan fokus pada karakter kewirausahaan dan kemampuan pemasaran digital.

Penelitian kuantitatif oleh Ika Jusniar (2023) mengonfirmasi bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi oleh pelaku UMKM di Majene. Variabel ini terbukti memiliki nilai $p < 0,05$ dan statistik uji lebih besar dari standar kritis, menunjukkan korelasi kuat antara pengetahuan dan praktik pencatatan keuangan. Pelatihan akuntansi dasar dan pengenalan informasi keuangan sangat berperan dalam meningkatkan profesionalisme UMKM dalam menjalankan usaha berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa akses modal menjadi titik awal dalam rantai pengembangan UMKM Majene, meskipun masih terbatas cakupannya. Investasi dalam peningkatan talenta melalui pelatihan digital terbukti menguatkan kemampuan teknis dan semangat kewirausahaan. Pengetahuan tentang akuntansi juga memainkan peran krusial dalam mendorong praktik usaha yang profesional dan sustainable. Terakhir, jaringan kewirausahaan, meski telah mulai terbentuk melalui kolaborasi sektoral, masih memerlukan penguatan sistemik melalui institusionalisasi dan ekspansi cakupan. Dengan strategi yang terintegrasi, UMKM Majene berpotensi untuk tumbuh lebih inklusif dan berdaya saing tinggi di era digital.

c. Jaringan Kewirausahaan dan Budaya

Pembentukan jaringan kewirausahaan di Kabupaten Majene telah berlangsung melalui inisiatif BDS oleh KPP, pelatihan digital entrepreneurship oleh BPSDMP Manado dan Kominfo, serta program pengabdian yang melibatkan UMKM, pemuda, dan akademisi. Meskipun lintas sektor telah terkoneksi, jaringan ini bersifat episodik dan belum membentuk struktur kelembagaan formal, seperti asosiasi atau forum kewirausahaan. Hal tersebut tergambarkan dalam kegiatan Business Development Services (BDS) oleh KPP Majene melibatkan 69 pelaku UMKM dari sektor kelautan, perikanan, dan BUMN. Acara ini memberikan dialog antara UMKM dengan narasumber dari Himpunan Pengusaha Muda dan lembaga wirausaha nasional, serta membuka ruang diskusi strategi pengembangan usaha dalam era digital (pajak.go.id).

Studi di Sulawesi Barat menunjukkan bahwa karakter kewirausahaan dan digital marketing dapat ditingkatkan lewat pelatihan khusus. Bukti dari wilayah Toraja Utara dan lainnya menunjukkan bahwa nilai budaya lokal yang mendukung (misalnya gotong royong,

kepercayaan komunitas) dapat memperkuat perilaku wirausaha dan hasil usaha . Dengan kemiripan budaya di Sulawesi, unsur budaya seperti dukungan komunitas dan nilai lokal potensial meningkatkan penetrasi dan kepercayaan produk Majene.

Sementara itu, budaya lokal seperti kepercayaan komunitas, solidaritas, dan nilai agama menjadi modal sosial yang berpotensi mendukung perilaku kewirausahaan. Walaupun kajian langsung tentang budaya kewirausahaan di Majene masih minim, temuan dari studi di wilayah Sulawesi menegaskan bahwa nilai budaya tersebut secara signifikan memperkuat motivasi, kepercayaan diri, dan keunggulan kinerja UMKM. Oleh karena itu, penguatan budaya kewirausahaan perlu dijadikan bagian dari strategi intervensi, yang dapat diintegrasikan lewat forum komunitas resmi, pelatihan kontekstual, serta branding produk berbasis budaya lokal.

d. Dukungan Institusi dan Infrastruktur

Ada beberapa program yang di laksanakan oleh pemerintah Kabupaten Majene melalui instansi terkait seperti :

Rumah BUMN & KPP Pratama Majene. Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Majene bekerja sama dengan Rumah BUMN menyediakan layanan edukasi perpajakan untuk lebih dari 700 UMKM binaan. Program ini menciptakan jejaring dengan pihak pajak dan memupuk kesadaran UMKM tentang hak dan kewajiban perpajakan, sebagai persiapan untuk peningkatan kelas usaha. Serta KPP Pratama Majene menyelenggarakan BDS yang melibatkan 69 pelaku UMKM dari sektor perikanan, kelautan, dan industri lokal. Program ini menghadirkan narasumber kompeten dan mewacanakan strategi usaha, sekaligus memperluas jaringan UMKM dengan institusi seperti BRI dan HIPMI Informasi ini diperoleh dari (stats.pajak.go.id) Direktorat Inovasi & KI Universitas Hasanuddin bersama Bappeda Majene menyelenggarakan FGD dan sosialisasi HKI (Hak Kekayaan Intelektual) pada Juni 2024. Tujuannya adalah memperkuat pemahaman UMKM dan pemda dalam melindungi produk inovatif dan meningkatkan nilai jual produk local (inovasi.unhas.ac.id) serta Dinas Koperindag Sulawesi Barat mengadakan Bimtek olahan ikan selama dua hari bagi 30 peserta dari masyarakat miskin ekstrim di Majene. Program ini menyediakan dukungan teknis dan membuka peluang kewirausahaan baru melalui pemrosesan nilai tambah produk perikanan local. (dagperinkopukm.sulbarprov.go.id)

Sinergi antarlembaga dalam penguatan kapasitas UMKM di Kabupaten Majene menunjukkan pendekatan kolaboratif yang semakin terstruktur. Rumah BUMN bersama Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Majene tidak hanya menyediakan layanan edukasi perpajakan bagi lebih dari 700 UMKM binaan, tetapi juga berperan dalam membangun literasi fiskal sebagai fondasi penting bagi keberlanjutan dan legalitas usaha. Melalui program ini, pelaku UMKM diperkenalkan pada hak dan kewajiban perpajakan, sekaligus difasilitasi untuk membangun jejaring strategis dengan otoritas pajak sebagai bagian dari proses peningkatan kelas usaha. Selain itu, KPP Pratama Majene juga menyelenggarakan kegiatan Business Development Services (BDS) yang melibatkan 69 pelaku UMKM dari sektor perikanan, kelautan, dan industri lokal. Kegiatan ini menghadirkan narasumber yang kompeten untuk membahas strategi pengembangan usaha, manajemen bisnis, dan akses pembiayaan, serta membuka ruang kolaborasi dengan institusi pendukung seperti BRI dan HIPMI, sehingga memperkuat ekosistem kewirausahaan lokal (stats.pajak.go.id). Di sisi lain, penguatan aspek inovasi dan perlindungan produk lokal juga menjadi perhatian penting. Direktorat Inovasi dan Kekayaan Intelektual Universitas Hasanuddin bersama Bappeda Kabupaten Majene menyelenggarakan Focus Group Discussion (FGD) dan sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pada Juni 2024. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman UMKM dan

pemerintah daerah mengenai pentingnya perlindungan hukum terhadap produk inovatif, merek, dan desain, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan daya saing dan nilai tambah produk lokal. Selanjutnya, intervensi berbasis pemberdayaan masyarakat juga dilakukan melalui Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Barat dengan menyelenggarakan bimbingan teknis (Bimtek) pengolahan hasil perikanan selama dua hari bagi 30 peserta dari kelompok masyarakat miskin ekstrem di Kabupaten Majene. Program ini tidak hanya memberikan dukungan teknis terkait pengolahan dan diversifikasi produk ikan, tetapi juga membuka peluang kewirausahaan baru berbasis sumber daya lokal. Dengan demikian, program ini berpotensi mendorong peningkatan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat rantai nilai industri perikanan lokal secara inklusif.

Dukungan institusi di Kabupaten Majene mencakup berbagai skema edukasi pajak, bimbingan teknis, pelatihan digital, serta fasilitasi akses fasilitas internet dan fasilitas lokasi usaha. Meskipun memberikan pondasi yang kuat untuk pengembangan UMKM, implementasi yang berkelanjutan dan sistematis masih belum optimal. Untuk memperkuat infrastruktur kelembagaan, diperlukan mekanisme monitoring, akses pembiayaan formal, serta integrasi kolaboratif yang terstruktur, sehingga dukungan ini dapat menjawab tantangan modal, pemasaran, dan penerbitan produk yang berkualitas kompetitif.

Kesimpulan

Berdasarkan pendekatan Entrepreneurial Ecosystem Theory yang dikembangkan oleh Erik Stam (2015), keberhasilan pengembangan UMKM tidak hanya ditentukan oleh individu wirausaha semata, tetapi juga oleh sinergi berbagai elemen sistemik, seperti akses pasar, modal, talenta, pengetahuan, jaringan kewirausahaan, budaya, serta dukungan institusi dan infrastruktur. Dalam konteks Kabupaten Majene, temuan penelitian menunjukkan bahwa ekosistem kewirausahaan telah mulai terbentuk melalui beberapa inisiatif strategis, meskipun belum terstruktur secara optimal. Dari sisi akses pasar, pelaku UMKM di Majene umumnya mengandalkan platform sederhana seperti WhatsApp dan Facebook untuk pemasaran, dengan kendala utama berupa keterbatasan kuota, kepercayaan konsumen, dan biaya logistik. Ini menandakan pentingnya perluasan akses digital dan logistik berbasis wilayah. Dalam aspek modal, talenta, dan pengetahuan, sebagian besar pelaku UMKM masih berada dalam kategori usaha mikro dengan keterbatasan permodalan, serta rendahnya penguasaan keterampilan manajerial dan literasi digital. Meski demikian, berbagai pelatihan digital dan pendampingan yang difasilitasi oleh pemerintah daerah dan perguruan tinggi telah membuka ruang peningkatan kapasitas SDM UMKM secara bertahap.

Jaringan kewirausahaan di Majene mulai terbentuk melalui program seperti Business Development Services (BDS), kolaborasi kampus-pemerintah, dan pelatihan digital, namun masih bersifat sektoral dan belum terkonsolidasi dalam bentuk asosiasi atau forum kolaboratif yang berkelanjutan. Sementara itu, budaya kewirausahaan lokal menunjukkan potensi besar dalam mendorong etos kerja, solidaritas, dan kepercayaan komunitas, yang dapat dijadikan modal sosial dalam memperkuat keberlanjutan usaha. Dukungan dari institusi dan infrastruktur telah hadir dalam bentuk pelatihan perpajakan, fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual, akses pasar ekspor, serta penyediaan infrastruktur digital dan lokasi usaha. Namun, dukungan ini masih memerlukan tata kelola yang lebih sistematis serta monitoring dan evaluasi berkala agar tepat sasaran dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, ekosistem kewirausahaan UMKM di Kabupaten Majene berada dalam tahap transisi dari pembentukan ke penguatan struktur. Upaya integratif antar-aktor seperti

pemerintah, akademisi, komunitas, dan pelaku usaha perlu diperkuat melalui kebijakan berbasis kolaborasi dan data, agar ekosistem kewirausahaan lokal mampu tumbuh secara inklusif, inovatif, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Anwar, A., Sahabuddin, R., Nurman, N., Musa, C. I., & Abadi, R. R. (2024). Pelatihan penganggaran material: Studi kasus pelaku UMKM di Kabupaten Majene. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(2), 270–276. <https://doi.org/10.54066/jkb.v2i2.1984>
- Asmike, M., Triatmojo, P., & Alfauyan, B. (2024). Optimalisasi Pembuatan Konten Sosial Media dan E-commerce pada UMKM Keripik Tahu Walik" BAROKAH". *Jurnal Pengabdian Masyarakat" Wiryakarya"*, 3(01).<https://doi.org/10.25273/wjpm.v3i01.19108>
- Asnidar, A., Akbar, A., & Ilyas, H. (2024). Penerapan digital accounting sebagai strategi UMKM dalam menciptakan sustainable business di Kabupaten Majene. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 5(3), 664–674. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.10350>
- Asrah, B., Lubis, H. S., Tarisa, C., & Nurwani, N. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215-224. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>
- Dzikrullah, A. A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi Peran Koperasi dalam Mendukung UMKM: Meningkatkan Akses Modal, Penguasaan Teknologi, dan Ekspansi Pasar. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648-668. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.205>
- El Hasan, S. S., Al Farisi, M. S., & Ferdinand, N. (2023). Optimalisasi Potensi dan Peningkatan Daya Saing UMKM Cileungsi Melalui Program Pengabdian Masyarakat. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8-13.<https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i1.49>
- Hamdan, H., Yusran, M., & Rufaida, E. R. (2024). Penerapan prinsip akuntansi syariah pada UMKM di Kelurahan Labuang Kabupaten Majene. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 45–55. <https://doi.org/10.70742/suffah.v1i2.38>
- Hanuranda, M., & Setiawan, D. E. (2024). OPTIMALISASI PROGAM JOGED DALAM MENGENALKAN PRODUK UMKM DI KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, 3(3), 202-210. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v3i3.6745>
- IKA JUSNIAR, I. J. (2023). PENGARUH PERSEPSI PELAKU UMKM TENTANG PENGETAHUAN AKUNTANSI DAN SKALA USAHA TERHADAP PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI (Studi Kasus UMKM Di Kabupaten Majene) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SULAWESI BARAT). <https://repository.unsulbar.ac.id/id/eprint/986>
- Lismawati, L., Nuringsih, N., & Agussalim, A. (2024). The green economy implementation to UMKM cooking oils production at Majene (Syariah economic perspective). *Jurnal Ar-Ribh*, 5(2), 30–40. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/ar-ribh/article/view/10631>
- Maria, V., Aziz, A. F., & Rahmawati, D. (2024). Meningkatkan daya saing UMKM lokal melalui strategi pemasaran digital di era digital. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 208-220.<https://doi.org/10.55606/optimal.v4i2.3471>
- Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi desain kemasan (packaging) sebagai faktor peningkatan daya saing produk umkm di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56-64. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>

- Prabantoro, G., Mais, R. G., Megayani, M., Mustika, M., Ardheta, P. A., & Hendryadi, H. (2023). Optimalisasi digital marketing untuk meningkatkan pasar UMKM JakPreneur wilayah Jakarta Timur. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 71-78.<https://doi.org/10.36407/berdaya.v5i1.890>
- Rahmat, R., Busaeri, S. R., & Salim, M. (2023). Kajian peran pemerintah terhadap pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 5(1), 12–20.
<https://jurnal.agribisnis.umi.ac.id/index.php/wiratani/article/view/65>
- Rayyani, W. O., Abdi, M. N., Winarsi, E., & Warda, W. (2020). Peningkatan daya saing umkm melalui optimalisasi penyusunan laporan keuangan.<https://doi.org/10.31850/jdm.v3i2.537>
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759–1769.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Umam, H. S., & Mafruhah, A. Y. (2022). Strategi Optimalisasi Smart Economy Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kota Bandung. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 7(2), 355-368.<https://doi.org/10.47200/jnajpm.v7i2.1317>
https://inovasi.unhas.ac.id/direktorat-inovasi-dan-ki-universitas-hasanuddin-mengadakan-sosialisasi-hki-dan-fgd-potensi-kerja-sama-dalam-pengembangan-produk-inovasi-umkm-dan-pemda-majene/?utm_source=chatgpt.com
https://www.pajak.go.id/id/berita/rangkul-umkm-kpp-majene-gelar-bds?utm_source=chatgpt.com
https://stats.pajak.go.id/id/berita/koordinasi-edukasi-umkm-pajak-majene-bersinergi-dengan-rumah-bumn?utm_source=chatgpt.com
https://dagperinkopukm.sulbarprov.go.id/berita/detail/koperindag-sulbar-tekan-kemiskinan-ekstrim-di-majene-dengan-wub-olahan-ikan-?utm_source=chatgpt.com