

## UPAYA MERAJUT KEBANGSAAN DI WILAYAH PERBATASAN MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)

Caska<sup>1</sup>, Henny Indrawati<sup>2</sup>, Gimin<sup>3</sup>, dan Jismulatif<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Guru Besar Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

<sup>2</sup>Guru Besar Ekonomi Pembangunan Industri Kecil FKIP Universitas Riau

<sup>3</sup>Dosen Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

<sup>4</sup>Dosen Pendidikan Bahasa Inggris FKIP Universitas Riau

Korespondensi : [caska@lecturer.unri.ac.id](mailto:caska@lecturer.unri.ac.id)

Submitted

: 10 Agustus 2024

Published

: 13 Agustus 2024

### Pendahuluan

Pada hakekatnya masyarakat miskin adalah sumberdaya yang memiliki potensi yang dapat didayagunakan dalam berbagai bidang pembangunan nasional. Populasi penduduk miskin di wilayah perbatasan cenderung bertambah. Hal ini merupakan masalah kependudukan yang terus merambah menjadi masalah pembangunan. Sisi lain, justru populasi penduduk miskin sebagai suatu aset pembangunan yang perlu perhatian. Dalam konteks ini, mengelola berbagai potensi aset yang melekat pada masyarakat miskin itu menjadi modal atau kekuatan pendorong pembangunan nasional (Raihan, 2024).

Dalam rangka pencarian solusi terhadap fenomena kemiskinan, telah diupayakan suatu aturan dasar dan perundang-undangan yang pada intinya ingin mengangkat sosok masyarakat miskin. Misalnya, sila kedua dari Pancasila yang tertuang dalam UUD 1945 dirumuskan bahwa: "Kemanusiaan yang adil dan beradab". Kemudian, dalam Pembukaan UUD 1945 antara lain dikemukakan: "Bahwa sesungguhnya kemerdekaan itu ialah hak segala bangsa dan oleh sebab itu, maka penjajahan di atas dunia harus dihapuskan karena tidak sesuai dengan peri kemanusiaan dan peri keadilan."

Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki angka kemiskinan tahun 2021 sebesar 25,68%, tahun 2022 sebesar 23,84% dan tahun 2023 sebesar 22,94%. Daerah ini merupakan salah satu daerah termiskin di Provinsi Riau (BPS, Survey Sosial Ekonomi Nasional, 2024). Tingginya tingkat kemiskinan karena berbagai faktor penyebab yang melatarbelakanginya. Faktor yang bersifat eksternal yaitu: sosial-budaya, kebijakan pemerintah, perundang-undangan/peraturan pelaksanaannya yang berlaku, faktor geografis, dan kecenderungan global seperti politik, ekonomi, dan teknologi komunikasi. Faktor yang bersifat internal yaitu persepsi dan konsep diri masyarakat miskin, motivasi, stres kerja, aspirasi pekerjaan, dan karakteristik individu lainnya (Cuenca, Navarro and Moran, 2019; Asrol and Ahmad, 2018).

Dunia usaha di Kabupaten Kepulauan Meranti saat ini didominasi oleh usaha yang tergolong dalam UMKM. Persentase UMKM mencapai 98,66 persen dari total jumlah unit usaha. Jumlah UMKM yang sangat besar tentunya berperan menyerap tenaga kerja sekaligus mengurangi tingkat kemiskinan bila dikelola dengan efektif. Perkebunan sagu merupakan sumber penghasilan utama hampir 20 persen masyarakat Kepulauan Meranti. Sagu dari Kabupaten Kepulauan Meranti ini sudah banyak diolah untuk bahan pembuatan kuliner dan lainnya. Terdapat 300 lebih jenis makanan berbahan sagu dari Meranti yang sebagian besar diproduksi oleh UMKM (BPS Kabupaten Kepulauan Meranti, 2024). Produk olahan sagu ini juga menjadi satu di antara produk unggulan UMKM di daerah gerbang lintas batas negara/pintu gerbang internasional yang menghubungkan Riau daratan dengan negara tetangga melalui jalur laut.

Pada saat awal pandemi, semua level UMKM mengalami perubahan yang signifikan. Perilaku konsumen telah berubah dari transaksi secara manual, beralih transaksi secara digital (*online*). Kondisi ini menjadi tantangan dan sekaligus peluang bagi UMKM. Agar bisnis UMKM dapat

bertahan dan berkelanjutan, maka UMKM harus melakukan perbaikan secara menyeluruh baik dari aspek perilaku maupun model bisnisnya. Inovasi dan keterampilan harus ditingkatkan secepat mungkin untuk menghasilkan manfaat yang maksimal. Hal ini juga harus dilakukan oleh UMKM berbasis pengolahan sagu sebagai salah satu produk unggulan Provinsi Riau. Berdasarkan hasil survei awal, sejak terjadi pandemi hingga saat ini, pelaku usaha mengurangi produksinya dan hanya melakukan produksi berdasarkan pesanan saja, karena masih belum banyaknya permintaan, dan tempat-tempat keramaian masih banyak yang belum dibuka. Permasalahan lain yang dihadapi adalah pemasaran masih terbatas dengan menitipkan produk di gerai oleh-oleh dan penjualan langsung ke konsumen. Masih sedikit yang memasarkan produknya secara *online*, seperti melalui aplikasi *facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram*. Pelaku usaha belum ada yang membuka toko *online* pada platform *e-commerce*.

Oleh karena itu menganalisis fenomena kemiskinan di wilayah perbatasan sangat penting dilakukan untuk mencari solusi agar rasa kebangsaan di daerah perbatasan dapat ditingkatkan dan dirajut kembali. Makalah ini membahas tentang: *pertama*, bagaimana profil wilayah perbatasan Indonesia? *Kedua*, bagaimana transformasi digital UMKM? *Ketiga*, bagaimana keterkaitan transformasi digital UMKM dengan merajut kebangsaan di wilayah perbatasan Indonesia?

## **Pembahasan**

### **Profil Wilayah Perbatasan Indonesia**

Kabupaten Kepulauan Meranti adalah salah satu kabupaten di Provinsi Riau, Indonesia, dengan Ibu Kota Selatpanjang. Nama Meranti diambil dari nama gabungan "Pulau Merbau, Pulau Ransang dan Pulau Tebingtinggi". Pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti merupakan pemekaran dari Kabupaten Bengkalis dibentuk pada tanggal 19 Desember 2008. Dasar hukum berdirinya Kabupaten Kepulauan Meranti adalah Undang-undang nomor 12 tahun 2009, tanggal 16 Januari 2009.

Secara geografis Kabupaten Kepulauan Meranti berada pada koordinat antara sekitar 0° 42' 30" - 1° 28' 0" LU, dan 102° 12' 0" - 103° 10' 0" BT. Terletak pada bagian pesisir timur pulau Sumatera dan pesisir pantai yang berbatasan dengan sejumlah negara tetangga. Daerah ini masuk dalam daerah Segitiga Pertumbuhan Ekonomi (*Growth Triangle*) Indonesia-Malaysia-Singapore (IMS-GT). Secara tidak langsung sudah menjadi daerah *Hinterland* Kawasan *Free Trade Zone* (FTZ) Batam-Tanjung Balai Karimun. Dalam memanfaatkan peluang dan keuntungan posisi geografis dan mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah perbatasan dengan negara tetangga Malaysia dan Singapura, maka wilayah Kabupaten Kepulauan Meranti sangat potensial berfungsi sebagai Gerbang Lintas Batas Negara/Pintu Gerbang Internasional yang menghubungkan dengan Riau daratan dengan negara tetangga melalui jalur laut. Hal ini untuk melengkapi Kota Dumai yang terlebih dahulu ditetapkan dan berfungsi sebagai kota Pusat Kegiatan Strategis Negara yaitu yang berfungsi sebagai beranda depan negara, pintu gerbang internasional, niaga, dan industri.

Kabupaten Kepulauan Meranti termasuk salah satu Kawasan Pengembangan Ketahanan Pangan Nasional karena menjadi penghasil sagu terbesar di Indonesia, selain Papua dan Maluku. Luas area tanaman sagu di Kepulauan Meranti sekitar 40,19 hektare (2023) dan 2,98% luas tanaman sagu nasional dengan produksi 247,01 ton (2023). Perkebunan sagu telah menjadi sumber penghasilan utama hampir 20 persen masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti. Sagu dari Kabupaten Kepulauan Meranti sudah banyak diolah untuk bahan pembuatan kuliner dan lainnya. Terdapat 300 lebih jenis makanan berbahan sagu dari Kabupaten Kepulauan Meranti yang sebagian besar diproduksi oleh UMKM (BPS Kabupaten Kepulauan Meranti, 2024). Produk olahan sagu ini juga menjadi satu di antara produk unggulan UMKM di daerah gerbang lintas batas negara/pintu gerbang internasional yang menghubungkan Riau daratan dengan negara tetangga melalui jalur laut. Sagu Meranti merupakan satu produk unggulan yang sudah dikenal dalam dunia perdagangan sagu baik dalam maupun luar negeri karena memiliki kualitas yang terbaik. Kabupaten Kepulauan Meranti merupakan kabupaten termuda di Provinsi Riau, terdapat 67 kilang sagu, dan sebanyak 99 UMKM mengolah sagu menjadi beberapa produk turunan (BPS Kabupaten Kepulauan Meranti, 2024).



Gambar 1. Model becak sepeda asli



Gambar 2. Model becak sepeda motor

Becak adalah salah satu peralatan transportasi yang masih eksis di Kota Selatpanjang. Sebagai wilayah terluar dari Provinsi Riau, kawasan ini adalah jalur lintas antarprovinsi bahkan antarnegara (Singapore dan Malaysia). Transportasi laut sangat penting di wilayah ini karena letaknya di kepulauan. Daerah ini khususnya di kota selatpanjang telah memiliki pelabuhan ferry yaitu Pelabuhan Tanjung Harapan yang melayani jalur akses domestik maupun Internasional. Akses yang dilayani yaitu dari Pekanbaru menuju Pulau Batam/Tanjung Pinang atau Tanjung Balai Karimun dan sebaliknya. Sejak tahun 2007 telah dibuka jalur khusus dari Selatpanjang langsung menuju Batu Pahat Malaysia. Daerah ini menjadi jalur transit ke berbagai daerah Riau seperti Bengkalis, Dumai, Siak Sri Indrapura, dan Duri.



Gambar 3. Transportasi laut antar daerah



Gambar 4. FGD transformasi digital

Di samping akses transportasi laut telah juga dibangun akses darat adalah pembangunan perlintasan dan pembangunan dermaga *rool on-rool off* (Roro) yang menghubungkan Pulau Sumatera dan Pulau Tebing Tinggi, yang menghubungkan Kampung Barak, Desa Tanjung Peranap Kecamatan Tebing Tinggi Barat dengan Desa Mengkapan, Kawasan Buton, Kabupaten Siak. Khusus untuk jalur udara Kabupaten Kepulauan Meranti masih belum memiliki.

### Transormasi Digital dalam UMKM

Transformasi digital merupakan suatu kegiatan yang melakukan perubahan dengan mengguankan teknologi sehingga dapat mempermudah tercapainya tujuan yang diinginkan. Dengan tranformasi digital para pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan promosi, penjualan dan

transaksi secara digital. Pelaku usaha juga dapat menjalin interaksi yang baik dengan kosumen sehingga dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi kosumen dalam memperoleh informasi. Transaksi produk yang ditawarkan tanpa harus datang langsung ke toko atau ritel yang menjual produk tersebut (Zhang and Chen, 2024).

Sebelum melakukan transformasi digital para pelaku UMKM harus mempersiapkan berbagai sistem sampai rencana bisnis secara online. Transformasi digital dalam usaha para UMKM sudah siap dan tidak akan mengalami kendala yang rumit dalam menjalankan sistem promosi, pemasaran dan penjualan secara online. Jika tidak memiliki kesiapan tentang wawasan dan pengetahuan serta keterampilan dalam melakukan bisnis secara online dapat mempengaruhi jalannya usaha yaitu akan mengalami penurunan dibandingkan usaha yang lainnya sehingga tidak mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya (Setiawan, *at al.*, 2023).

Faktor-faktor yang dapat menentukan pelaksanaan transformasi digital, yaitu: (1) Tingkat regulasi yang berubah; (2) Persaingan antarpelaku usaha; (3) Perkembangan teknologi dari usaha yang konvensional diharuskan menjadi digital; (4) Tingkat daya tarik dan daya beli konsumen (Leso, Cortimiglia, and Ghezzi, 2023). Pendapat lain, faktor yang dapat menentukan transformasi digital, sebagai berikut: (1) Sumber daya manusia (*Human Resource*). Dalam melakukan transformasi digital wawasan serta pengalaman pelaku usaha dalam menggunakan teknologi sangat berpengaruh agar dapat menghasilkan sebuah transformasi usaha digital yang mampu menarik konsumen serta inovatif dan kreatif; (2) Teknologi (*Technology*). Tanpa adanya perkembangan teknologi internet transformasi usaha digital tidak akan berjalan, karena hanya dengan teknologi internet para pelaku usaha dapat melakukan promosi serta transaksi secara online; (3) *IT and Strategy Business*. Untuk melakukan transformasi usaha secara digital perlu keselarasan antar teknologi yang digunakan (IT) dengan strategi bisnis yang ingin dicapai oleh pelaku usaha; (4) *Digital Leadership*. Sebuah usaha akan berjalan dengan efektif apabila memiliki pimpinan yang menguasai ilmu tentang bisnis serta mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi sehingga ia mampu mengarahkan para karyawannya untuk melakukan usaha secara digital dengan ilmu dan pengalaman yang dimiliki (Ferdiansyah & Tricahyono, 2023).

### **Pentingnya Transformasi Digital bagi UMKM**

Transformasi digital memiliki peran dalam melakukan usaha, yaitu: (1) Dapat meningkatkan mobilitas pelaku usaha. Dengan menggunakan teknologi internet dalam usaha dapat membuat pelaku usaha lebih mudah dalam melakukan mobilitas dengan menggunakan smartphone, komputer atau laptop serta alat elektronik yang lainnya; (2) Dapat meningkatkan daya saing dalam usaha. Dengan adanya promosi secara online dapat meningkatkan daya saing yang sehat antara para pelaku usaha yang akan berlomba-lomba untuk membuat sebuah promosi yang menarik perhatian konsumen dengan bantuan teknologi yang ada; (3) Dapat meningkatkan produktivitas suatu usaha. Dengan sistem digital dapat meningkat dengan berbagai teknologi sehingga mempermudah meningkatkan produksinya dikarenakan tingkat penjualan yang juga meningkat dengan adanya promosi secara online (Ferdiansyah & Tricahyono, 2023). Menurut Kamsker & Slepcevic-zach (2021), peran transformasi digital dalam suatu usaha dapat membantu dalam proses produksi maupun pemasaran sehingga dapat mempermudah kerja karyawan dengan kecanggihan teknologi yang digunakan sehingga efisien dalam segi waktu dan tenaga.

Kelebihan dari adanya bisnis secara digital yang dilakukan oleh UMKM, yaitu: (1) Dapat memperlus target pasar yang dituju, karena dengan melakukan promosi secara digital dapat membuat konsumen dari berbagai daerah dapat mengetahui informasi mengenai produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan penjualan para pelaku UMKM. Tentunya promosi secara digital ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan berbagai aplikasi seperti media sosial (Instagram, WhatsApps, Tiktok), *marketplace* (Shopee, Lazada, Bukalapak), serta dapat menggunakan *website* atau situs seperti blog usaha yang dapat digunakan sebagai informasi mengenai usaha yang dijalankan; (2) Dengan bisnis digital dapat mempermudah pelaku usaha untuk membuat inovasi terhadap produk yang dibuat sehingga dapat menarik daya beli masyarakat. Tidak hanya itu, dengan bisnis digital pelaku usaha dapat mengetahui keinginan (tren) serta kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan kondisi saat ini yang sedang diperlukan masyarakat, sehingga dapat membuat suatu produk yang banyak digemari oleh masyarakat sehingga penjualan akan meningkat pula. Selain itu, pelaku usaha juga dapat menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen sehingga dapat menciptakan nama (*brand*) yang baik di kalangan Masyarakat (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

## Proses Transformasi Digital UMKMs

Proses yang dilakukan UMKM dalam melakukan transformasi digital, yaitu: *Pertama*, Analisis situasi (*Situation Analysis*). Sebelum melakukan bisnis secara digital para pelaku UMKM harus melakukan analisis terhadap peluang, keuntungan, kelemahan serta ancaman (SWOT) yang mungkin muncul apabila melakukan promosi atau penjualan secara online. Selanjutnya pelaku usaha juga perlu melihat faktor yang dapat menunjang dalam melakukan promosi atau penjualan secara online. Selain itu faktor penting untuk diperhatikan yaitu proses transaksi yang akan dilakukan, karena di era digital banyak konsumen yang ingin melakukan pembayaran secara online. Hal ini berarti pelaku usaha harus menyediakan pembayaran secara online bagi konsumen melalui berbagai aplikasi seperti mobile banking, Qris, Dana, Link Aja dan lain sebagainya (Anatan and Nur, 2023).

*Kedua*, mempersiapkan strategi pemasaran digital dalam melakukan transformasi digital UMKM (*E-Marketing Strategic Planning*). Sebelum melakukan promosi secara online, para pelaku usaha harus melakukan analisis mengenai kebutuhan serta keinginan konsumen sehingga sesuai dengan target pasar yang diharapkan yang disesuaikan dengan modal atau budget yang dimiliki. Banyak aplikasi atau teknologi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha dalam memasarkan serta mempromosikan produknya melalui internet seperti media sosial (WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok dan masih banyak yang lainnya). Selain itu, promosi secara online juga dapat dilakukan dengan cara membuat website resmi usaha yang dapat diakses oleh seluruh konsumen. Menggunakan aplikasi akan mempermudah mengetahui untuk mengetahui berbagai informasi terkait produk yang ditawarkan sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya beli masyarakat (Setyawati *et al*, 2023).

*Ketiga*, *Objectives*. Dengan melakukan bisnis secara digital diharapkan dapat meningkatkan kuantitas serta pendapatan yang diperoleh para pelaku usaha. Tidak hanya itu, diharapkan dengan bisnis secara digital ini mampu menekan biaya promosi, biaya produksi serta efisien dalam penggunaan waktu. Bisnis online ini juga dapat menimbulkan hubungan yang baik antara penjual dan konsumen yang disebut dengan CRM (*Customer Relationship Management*) yang juga dapat membantu pelaku usaha dalam membangun nama (*image*) yang baik di kalangan konsumen sehingga usahanya dapat terus berkembang dan bertahan dari persaingan yang ketat. Apabila tidak adanya komunikasi yang baik dengan konsumen akan membuat citra usaha yang dibangun akan rusak sehingga dapat mempengaruhi daya beli masyarakat yang lainnya (Wirtz, B.W. and Wirtz, 2021).

*Keempat*, strategi pemasaran online/elektronik (*E-Marketing Strategy*). Usaha harus memiliki strategi dalam menjalankan usaha secara digital tidak terkecuali dengan bagaimana melakukan pemasaran secara online. Tahapan ini pelaku usaha harus menyediakan produk pada berbagai aplikasi *marketplace* agar lebih mudah untuk menjangkau target pasar secara global. Untuk itu pelaku usaha harus mempersiapkan berbagai langkah sebelum memasarkan produknya secara online melalui aplikasi elektronik seperti aplikasi Shopee, Lazada, Tokopedia dan masih banyak yang lainnya. Tentunya, untuk pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner juga penting melakukan penjualan online melalui aplikasi seperti Gojek, Grab, dan masih banyak yang lainnya. Dengan melakukan pemasaran secara digital dapat mempermudah kegiatan usaha serta menambah daya tarik masyarakat sehingga ingin membeli produk yang ditawarkan (Saarikko, Westergren, and Blomquist, 2020).

*Kelima*, implementasi rencana (*implementation plan*). Pelaku usaha harus memastikan bahwa pemasaran dan penjualan online yang dilakukan sesuai dengan target atau tujuan yang diharapkan. Penjualan dan promosi secara digital yang telah dilakukan sesuai dengan rencana atau struktur yang telah ditetapkan. Apabila penjualan dan promosi yang dilakukan tidak sesuai dengan sistem atau rencana yang telah disusun, maka dapat berdampak pada turunya penjualan serta daya tarik masyarakat sehingga dapat membuat usaha menjadi menurun. Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu memantau serta menganalisis secara bertahap bagaimana pemasaran atau penjualan secara digital yang telah dilakukan (Chaffey and Smith, 2022).

*Keenam*, *Budget*. Untuk melakukan usaha secara digital pelaku UMKM harus menyesuakannya dengan modal (*budget*) yang dimiliki agar tidak menghambat pemasaran dan penjualan online yang akan dilakukan. Untuk melakukan promosi secara digital menghemat biaya tetapi perlu pengamatan dan analisis untuk menyesuaikan dana yang dimiliki dengan sistem



pemasaran dan penjualan yang dilakukan. Dengan menggunakan teknologi internet tentunya akan membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara efektif dan efisien. Hal ini disebabkan dapat menjangkau pangsa pasar dan konsumen yang diinginkan lebih banyak tetapi dengan biaya yang murah (Chaffey and Smith, 2022).

Ketujuh, Evaluasi rencana (*Evaluation Plan*). Setelah melakukan pemasaran dan penjualan secara digital pelaku usaha juga harus melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pemasaran dan penjualan secara digital. Target pasar yang ditetapkan telah sesuai dengan realisasi? Sistem yang dibuat juga penting untuk dievaluasi Apakah terdapat kendala dalam melakukan pemasaran dan penjualan secara digital? Hasil dari evaluasi dapat dilakukan perbaikan agar tidak menimbulkan kerugian dan kesalahan yang dapat merusak perkembangan usaha yang telah dibangun (Chaffey and Smith, 2022).

### **Kaitan transformasi digital UMKM dan merajut kebangsaan di wilayah perbatasan**

Kedudukan UMKM memiliki potensi yang sangat besar dalam perekonomian nasional. Pemerintah memanfaatkan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, mengurangi pengangguran dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Khusus di Kabupaten Kepulauan Meranti ini keberadaan UMKM sangat diperlukan dikarenakan kondisi riil Kabupaten Kepulauan Meranti yang memiliki angka kemiskinan sekitar 22,98 persen tahun 2023. Selain itu angka pertumbuhan ekonomi juga relatif masih rendah sekitar 1,15 persen dan tingkat pengangguran terbuka masih cukup tinggi dan di atas rata-rata Provinsi Riau yaitu di angka 7,94 persen (BPS Kabupaten Kepulauan Meranti, 2024). Permasalahan berikutnya adalah berkaitan dengan konektivitas infrastruktur (terutama berkaitan dengan jalan dan alat transportasi itu sendiri) yang masih memprihatinkan serta rendahnya kualitas SDM.

Pemerintah daerah Kepulauan Meranti ini telah memberikan bantuan untuk kemajuan pengembangan UMKM, namun bantuan yang diterima belum dilakukan secara merata. Hal ini sejalan dengan hasil FGD tahun 2024 menemukan bahwa pelaksanaan program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti belum diterapkan secara maksimal. Masih kurangnya sarana dan prasarana dalam proses pengolahan sagu mengakibatkan terhambatnya pelaksanaan pengolahan sagu di beberapa UMKM. Hanya saja Sektor UMKM di Kabupaten Kepulauan Meranti dinilai belum berdaya dalam pengembangan jenis pangan berbahan baku sagu, perkembangan UMKM pengolahan sagu ini dari tahun ke tahun cenderung stagnan.

Potensi Sagu yang melimpah ruah di Kepulauan Meranti belum termanfaatkan secara optimal, khususnya untuk produksi aneka makanan dan minuman. Selain itu produksi makanan sagu yang dihasilkan masih belum beragam dan dikemas secara menarik dan higienis. Padahal jika Sagu ini diramu sedemikian rupa, akan menjadi makanan dan minuman yang sangat nikmat, serta memiliki nilai ekonomi tinggi. Namun demikian tidak semua UMKM mengalami masalah, salah satu UMKM dari daerah ini terpilih dari puluhan ribu produk UMKM di Indonesia yaitu UMKM Mi Sagu Boedjang terpilih sebagai salah produk yang ikut lomba pada Festival Tong Tong di Belanda (2023). UMKM ini selain produk mie sagu kemasan merk 'boedjang', juga menghasilkan produk turunan sagu lainnya. Seperti brownis sagu, stick sagu keju dan dessert sagu mutiara yang semuanya sudah dikemas dengan menarik dan telah dilengkapi dengan izin edar.

Untuk merajut kebangsaan di wilayah perbatasan yaitu dengan mengurangi tingkat kesenjangan antarwilayah di Indonesia. Tingkat kesenjangan di wilayah perbatasan yang sangat menonjol yaitu tingginya tingkat kemiskinan dan rendahnya kualitas sumberdaya manusia. Kedua masalah krusial di wilayah perbatasan termasuk Kabupaten Kepulauan Meranti. Upaya yang bisa dilakukan yaitu dengan meningkatkan UMKM melalui transformasi digital UMKM. Harapannya UMKM bisa meningkatkan kualitas produk turunan dari sagu dan bisa meningkatkan volumen penjualan. Bila hal ini terjadi maka wilayah perbatasan Indonesia bisa dirajut menjadi wilayah Indonesia yang utuh dan merdeka.

### **Penutup**

Profil wilayah perbatasan khususnya Kabupaten Kepulauan Meranti Provinsi Riau merupakan penghasil sagu terbesar di Provinsi Riau. Sagu ini sudah banyak diolah untuk bahan pembuatan kuliner dan lainnya. Makanan berbahan sagu yang sebahagian besar diproduksi oleh UMKM. Produk olahan sagu menjadi satu produk unggulan UMKM di daerah gerbang lintas batas negara/pintu gerbang internasional. Sagu Meranti merupakan satu produk unggulan yang sudah

dikenal dalam dunia perdagangan sagu baik dalam negeri maupun luar negeri karena dia memiliki kualitas yang terbaik. Di sisi lain, Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki angka kemiskinan tinggi termasuk daerah termiskin di Provinsi Riau. Selain itu angka pertumbuhan ekonomi juga relatif rendah dan tingkat pengangguran terbuka masih tinggi di atas rata-rata Provinsi Riau. Permasalahan berikutnya adalah berkaitan dengan konektivitas infrastruktur (terutama berkaitan dengan jalan dan alat transportasi itu sendiri) yang masih memprihatinkan serta rendahnya kualitas Sumber daya manusia.

Transformasi digital merupakan suatu kegiatan yang melakukan perubahan dengan mengguankan teknologi sehingga dapat mempermudah tercapainya tujuan yang diinginkan. Dengan tranformasi digital para pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan promosi, penjualan serta transaksi secara digital. Pelaku usaha dapat berinteraksi dengan kosumen untuk memdapat infromasi tentang produk yang ditawarkan tanpa harus datang lanngsung ke toko atau ritel yang menjual produk tersebut.

Dalam melakukan tranformasi digital para pelaku UMKM harus mempersiapkan berbagai sistem hingga rencana yang akan dilakukan. Kesiapan ini penting agar tidak akan mengalami kendala dalam menjalankan sistem promosi, pemasaran dan penjualan secara online. Jika tidak memiliki kesiapan tentang wawasan, pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan bisnis secara online dapat mempengaruhi jalannya usaha yaitu akan mengalami penurunan dibandingkan usaha yang lainnya. Dengan menggunakan teknologi pemasaran online dapat meningkatkan daya saing dengan kompetitor yang lain.

Untuk merajut kebangsaan di wilayah perbatasan yaitu dengan mengurangi tingkat kesenjangan antarwilayah di Indonesia. Tingkat kesenjangan di wilayah perbatasan yang sangat menonjol yaitu tingginya tingkat kemiskinan dan rendahnya kualitas sumberdaya manusia. Kedua masalah krusial di wilayah perbatasan termasuk Kabupaten Kepulauan Meranti. Upaya yang bisa dilakukan yaitu dengan meningkatkan UMKM melalui transformasi digital UMKM. Harapannya UMKM bisa meningkatkan kualitas produk turunan dari sagu dan bisa meningkatkan volumen penjualan. Bila hal ini terjadi maka wilayah perbatasan Indonesia bisa dirajut menjadi wilayah Indonesia yang utuh dan merdeka. Dirgahayu Republik Indonesia. Selamat Ulang Tahun ke-79 Republik Indonesia semoga bisa merajut kebangsaan menjadi bangsa yang utuh dan merdeka. Medeka ! Medeka ! Medeka !

## Daftar Pustaka

- Anatan, L. and Nur, 2023. Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), p.156.
- Asrol, A. and Ahmad, H., 2018. Analysis of factors that affect poverty in Indonesia. *Revista Espacios*, 39(45).
- BPS Kabupaten Kepulauan Meranti, 2024. *Kabupaten Kepulauan Meranti dalam Angka Tahun 2024*.
- Chaffey, D. and Smith, P.R., 2022. Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing. *Routledge*.
- Cuenca García, E., Navarro Pabsdorf, M. and Moran Alvarez, J.C., 2019. Factors determining differences in the poverty degree among countries. *Resources*, 8(3), p.122.
- Fadhillah, P. & Yuniarti, A., 2023. Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), pp.291-298.
- Ferdiansyah, M.R. & Tricahyono, D., 2023. Identifikasi Faktor-Faktor Penghambat Implementasi Transformasi Digital Pada UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), pp.1583-1595.
- Kamsker, S. and Slepcevic-Zach, P., 2021. The Digital Change of Vocational Training and Business Education: What It Takes to Prepare Students for the Future Challenges of the Job Market. *International Journal for Business Education*, 161(1), p.6.
- Leso, B.H., Cortimiglia, M.N. and Ghezzi, A., 2023. The contribution of organizational culture, structure, and leadership factors in the digital transformation of SMEs: a mixed-methods approach. *Cognition, Technology & Work*, 25(1), pp.151-179.
- Raihan, A., 2024. The influences of economic progress, natural resources, and capitalization on financial development in the United States. *Innovation and Green Development*, 3(2), p.100146.

- Saarikko, T., Westergren, U.H. and Blomquist, T., 2020. Digital transformation: Five recommendations for the digitally conscious firm. *Business horizons*, 63(6), pp.825-839.
- Setiawan, A.B., Karman, Nugroho, A.C., Dunan, A. and Mudjiyanto, B., 2023. Digital strategies and policy approach for small medium micro business development in Indonesia. In *Open Innovation in Small Business: Creating Values for Sustainability* (pp. 71-86). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Setyawati, A., Sugangga, R., Maula, F.I. and Rahma, A., 2023. Digital Marketing Business Strategy to MSME Performance in the Industrial Revolution 4.0 Era. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 12(1), pp.19-26.
- Wirtz, B.W. and Wirtz, 2021. *Digital business and electronic commerce*. Cham: Springer International Publishing.
- Zhang, J. and Chen, Z., 2024. Exploring human resource management digital transformation in the digital age. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), pp.1482-1498.

### Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang mendanai penelitian melalui Skim Penelitian Fundamental Reguler tahun 2024 [Nomor kontrak: 083/E5/PG.02.00.PL/2024; 20593/UN19.5.1.3/AL.04/2024].

#### How to Cite

"UPAYA MERAJUT KEBANGSAAN DI WILAYAH PERBATASAN MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)", *JP Nasional*, vol. 1, no. 1, Aug. 2024, Accessed: Aug. 16, 2024. [Online]. Available: <https://jurnalpersatuannasional.id/index.php/jpnasional/article/view/2>

#### License

Copyright (c) 2024 Jurnal Persatuan Nasional



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).