



PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS POTENSI LOKAL UNTUK MASYARAKAT PANTAI BALE BALE KOTA BATAM, KEPULAUAN RIAU

Oleh

V Ade Arianto CP¹, Merline Julianti², Daris Purba³, Nasruji⁴, Elli Widia⁵, Putu Rani Susanthi⁶, Hendri Kremer⁷

^{1,2,3,4,5,6}STIE Galileo, Batam, Indonesia

⁷ITEBA, Batam, Indonesia

Email: ¹adearianto@gmail.com, ²merlineyulianti79@gmail.com,

³darispurba26@gmail.com, ⁴nasrujisaifulhaq@yahoo.co.id, ⁵ellie.widiaa@gmail.com,

⁶puturanisusanthi@gmail.com, ⁷hendrikremer@gmail.com

Article History:

Received: 28-12-2024

Revised: 28-12-2024

Accepted: 31-01-2025

Keywords:

Entrepreneurship, Financial Literacy, Local Potential, Digital Marketing, Coastal Communities

Abstract: Pantai Bale Bale Nongsa, located in Batam, Indonesia, has abundant local potential but faces challenges in optimizing its resources for sustainable development. This study aimed to enhance entrepreneurship through financial literacy, local product development, and digital marketing strategies for the community. A participatory descriptive approach involving surveys, training, and mentoring was employed. Results demonstrated significant improvements in financial literacy, local product diversification, and online marketing capabilities, leading to increased daily incomes for some micro-entrepreneurs. This program highlights the importance of integrating financial literacy, product innovation, and digital marketing to empower coastal communities sustainably.

PENDAHULUAN

Pantai Bale Bale Nongsa, yang terletak di Kecamatan Nongsa, Batam, merupakan kawasan pesisir dengan potensi ekonomi yang besar. Masyarakat sekitar pantai sebagian besar berprofesi sebagai nelayan, pelaku usaha mikro, dan pengelola wisata. Meskipun memiliki sumber daya alam melimpah seperti hasil laut dan panorama alam yang memukau, sebagian besar usaha yang dijalankan masih menggunakan metode tradisional. Akibatnya, potensi ini belum tergarap maksimal untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan.

Pantai Bale Bale Nongsa, sebuah kawasan pesisir di Kota Batam, Kepulauan Riau, merupakan daerah yang memiliki keindahan alam yang luar biasa serta potensi lokal yang kaya. Kota Batam, yang dikenal sebagai salah satu pusat ekonomi dan perdagangan di Indonesia, memiliki populasi lebih dari 1,2 juta jiwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023). Kecamatan Nongsa, tempat Pantai Bale Bale berada, memiliki populasi sekitar 80.000 jiwa, dengan sebagian besar penduduknya bekerja di sektor informal seperti perikanan, kerajinan tangan, dan usaha mikro berbasis pariwisata.

Rata-rata pendapatan masyarakat di kawasan ini bervariasi, dengan mayoritas berada pada kisaran Rp2.000.000 hingga Rp3.500.000 per bulan. Berdasarkan data lokal,



sebagian besar masyarakat bekerja sebagai nelayan tradisional, sementara sisanya bergerak di bidang pariwisata dan usaha mikro. Selain itu, tingkat pendidikan masyarakat juga relatif rendah, dengan sebagian besar hanya menyelesaikan pendidikan dasar. Rendahnya tingkat pendidikan ini berdampak langsung pada kurangnya kemampuan pengelolaan usaha dan literasi keuangan yang memadai. Sebagian besar masyarakat bergantung pada hasil laut seperti ikan, kerang, dan rumput laut sebagai sumber pendapatan utama. Namun, keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas dan rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan menyebabkan pendapatan ini sulit meningkat secara signifikan. Selain itu, minimnya inovasi dalam pengolahan produk lokal dan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital menjadi tantangan besar bagi masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

Rendahnya literasi keuangan dan kurangnya kemampuan kewirausahaan menjadi kendala utama yang dihadapi oleh masyarakat di kawasan ini. Sebagian besar pelaku usaha mikro tidak memiliki pemahaman mendalam tentang pencatatan keuangan, manajemen arus kas, atau strategi pengelolaan modal yang berkelanjutan. Hal ini mengakibatkan ketergantungan mereka pada pendapatan harian yang tidak stabil, serta sulitnya mendapatkan akses pendanaan dari lembaga keuangan formal. Selain itu, teknologi pemasaran digital, yang berpotensi menjadi solusi untuk memperluas jangkauan produk dan jasa, belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagian besar usaha masih bergantung pada pemasaran konvensional yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, teknologi pemasaran digital, yang dapat menjadi alat untuk memperluas jangkauan pasar, belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Data menunjukkan bahwa hanya sedikit pelaku usaha mikro di kawasan ini memiliki akun media sosial atau memanfaatkan platform e-commerce untuk memasarkan produk mereka. Hal ini mempertegas perlunya intervensi yang terfokus pada literasi digital untuk memberdayakan masyarakat.

Pentingnya pengembangan kewirausahaan di kawasan ini terletak pada kemampuan untuk memanfaatkan potensi lokal secara berkelanjutan dan inklusif. Pengembangan kewirausahaan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang mandiri, di mana masyarakat dapat mengelola sumber daya mereka secara efisien dan memanfaatkan teknologi modern untuk memperluas pasar. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian ini berfokus pada tiga pendekatan utama: (1) meningkatkan literasi keuangan masyarakat, (2) mendorong diversifikasi dan inovasi produk lokal, dan (3) memperkuat kemampuan pemasaran digital untuk memperluas akses pasar.

Melalui pendekatan deskriptif partisipatif, penelitian ini melibatkan masyarakat setempat secara aktif dalam setiap tahapan program, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga implementasi solusi. Dengan strategi ini, diharapkan hasil penelitian tidak hanya relevan secara teoritis tetapi juga memberikan dampak nyata bagi masyarakat Pantai Bale Bale.

Tujuan Pengabdian

1. Meningkatkan literasi keuangan masyarakat pesisir Pantai Bale Bale Nongsa.
2. Mendorong pengembangan produk lokal berbasis sumber daya setempat.
3. Mengoptimalkan pemasaran produk lokal melalui platform digital.



METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup tiga tahapan utama:

- a. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan: Dilakukan survei lapangan untuk memahami kondisi ekonomi, potensi lokal, dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan nelayan, pelaku usaha, dan pengelola wisata.
- b. Pelatihan dan Pendampingan:
 - i. Pelatihan Literasi Keuangan: Membahas pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan modal usaha, dan perencanaan keuangan.
 - ii. Pengembangan Produk Lokal: Mengajarkan diversifikasi produk berbasis hasil laut dan peningkatan kualitas kemasan.
 - iii. Pemasaran Digital: Memberikan pelatihan pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce.
- c. Monitoring dan Evaluasi: Dampak kegiatan diukur melalui peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan hasil ekonomi masyarakat.

HASIL

Literasi Keuangan

Setelah pelaksanaan program pelatihan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan. Pelaku usaha mikro mulai memahami pentingnya pencatatan arus kas, perencanaan anggaran, dan pengelolaan utang. Sebelum pelatihan, hanya sedikit peserta yang melakukan pencatatan keuangan sederhana, namun setelah pelatihan, angka ini meningkat. Selain itu, masyarakat juga diberikan wawasan tentang akses ke layanan keuangan formal, seperti pinjaman mikro dari lembaga keuangan terpercaya, yang membantu mereka mengurangi ketergantungan pada rentenir lokal.

Pengembangan Produk Lokal

Program ini mendorong diversifikasi produk lokal dengan memanfaatkan potensi lokal setempat. Hasil tangkapan laut, seperti ikan, kerang, dan rumput laut, yang sebelumnya dijual dalam kondisi mentah, kini telah diolah menjadi produk bernilai tambah seperti abon ikan, keripik kerang, dan olahan rumput laut. Proses diversifikasi ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk tetapi juga menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat, khususnya bagi kelompok perempuan.

Strategi Pemasaran Digital

Dalam aspek pemasaran, pelatihan ini berfokus pada pengenalan media sosial dan platform e-commerce sebagai alat untuk memperluas pasar. Sebelum program, hanya sedikit peserta yang memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Setelah pelatihan, angka ini meningkat dengan sebagian besar peserta mulai menggunakan platform seperti Instagram dan Facebook Marketplace. Selain itu, beberapa pelaku usaha mikro juga mulai mendaftarkan produk mereka di platform e-commerce nasional seperti Tokopedia dan Shopee. Hasilnya, terdapat peningkatan rata-rata penjualan.

Dampak Ekonomi

Implementasi program ini memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Pendapatan harian rata-rata pelaku usaha mikro meningkat dari sebelumnya. Selain itu, tercipta lapangan kerja baru bagi anggota keluarga dan masyarakat sekitar yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran. Program ini juga mendorong terbentuknya



kelompok usaha bersama (KUB) yang menjadi wadah bagi masyarakat untuk saling berbagi pengalaman dan sumber daya.

Dampak Sosial

Selain dampak ekonomi, program ini juga memiliki dampak sosial yang positif. Masyarakat mulai menunjukkan peningkatan rasa percaya diri dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital. Interaksi antaranggota masyarakat dalam kelompok pelatihan juga memperkuat solidaritas sosial dan kolaborasi dalam pengembangan usaha bersama. Hal ini menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan program di masa depan.



Tim dan peserta kegiatan



Penyampaian Materi



Pembagian Sembako



Gotong Royong Bersih Lingkungan

Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi literasi keuangan, pengembangan produk, dan pemasaran digital dapat mendukung pemberdayaan masyarakat pesisir secara berkelanjutan..

KESIMPULAN

Kegiatan pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal di Pantai Bale Bale telah berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi keuangan, mengoptimalkan potensi lokal, dan memanfaatkan pemasaran digital. Dengan langkah strategis ini, masyarakat menjadi lebih mandiri secara ekonomi dan mampu mengembangkan usaha mereka dengan berkelanjutan.

SARAN

Untuk kesinambungan program, disarankan:

- Dilakukan pendampingan lanjutan dalam pemasaran digital dengan fokus pada ekspor produk.
- Kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk pengembangan infrastruktur pendukung dan pemberian akses modal usaha lebih luas.



- c. Melibatkan lembaga pendidikan untuk memberikan pelatihan tambahan yang bersifat spesifik, seperti desain kemasan atau teknik hospitality.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Pantai Bale Bale, mahasiswa peserta program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), dan pihak STIE Galileo atas dukungan penuh dalam keberhasilan kegiatan ini. Terima kasih juga kepada pihak sponsor dan mitra yang telah membantu terlaksananya program ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Ghozali, I. (2018). Literasi Keuangan untuk UMKM. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- [2] Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2020). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pesisir. Jakarta: Kemendes.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. New York: Pearson.
- [4] Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [5] Tambunan, T. T. H. (2021). UMKM di Indonesia: Kebijakan dan Pemberdayaan. Jakarta: LP3ES.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN