

PELATIHAN IMPLEMENTASI STRATEGI COMPARATIVE ADVANTAGE, DENGAN PENDEKATAN THE HOUSE MODEL PADA UMKM KOTA KUPANG

Efandri Agustian¹, Indah Mutiara², Rahmat Angga Dwi Putra³, Soraya Yuslani Eoh⁴

¹⁻² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana

³⁻⁴ Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana

*efandri.agustian@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian daerah, termasuk di Kota Kupang. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan kapasitas dan rendahnya daya saing akibat belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal yang dimiliki. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan strategi *Comparative Advantage* melalui pendekatan *The House Model* sebagai upaya meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Kota Kupang. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif dan bertahap, meliputi pemetaan kondisi awal UMKM (pondasi), penguatan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan (pilar), serta evaluasi capaian program (atap). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mitra memiliki keunggulan komparatif berbasis sumber daya lokal dan nilai budaya, namun sebelumnya belum terkelola secara strategis. Penerapan *The House Model* mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi usaha berbasis potensi lokal, memperbaiki praktik manajemen usaha, pengembangan produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Meskipun peningkatan pendapatan belum merata dalam jangka pendek, kegiatan ini berhasil membangun fondasi kemandirian dan keberlanjutan usaha UMKM. Dengan demikian, pendekatan *The House Model* terintegrasi dengan strategi *Comparative Advantage* terbukti efektif sebagai model pendampingan UMKM yang kontekstual dan berkelanjutan di Kota Kupang.

Kata kunci: UMKM, *comparative advantage*, *The House Model*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian daerah dan nasional karena berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta pengentasan kemiskinan. Di Indonesia, UMKM menyerap lebih dari 90% tenaga kerja dan berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Di Kota Kupang sebagai pusat pertumbuhan ekonomi Provinsi Nusa Tenggara Timur, UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat perkotaan maupun wilayah hinterland.

Namun demikian, UMKM di Kota Kupang masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar, antara lain keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, lemahnya manajemen usaha, rendahnya inovasi dan kualitas produk, serta terbatasnya akses terhadap teknologi, pembiayaan, dan pasar. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing UMKM relatif rendah dan cenderung hanya bertahan pada pasar lokal dengan skala

usaha yang stagnan. Padahal, Kota Kupang memiliki potensi ekonomi lokal yang khas, seperti produk olahan hasil pertanian, peternakan, perikanan, serta produk berbasis budaya dan kearifan lokal Nusa Tenggara Timur.

Potensi tersebut menunjukkan adanya *comparative advantage* yang dapat dimanfaatkan sebagai basis pengembangan UMKM. Konsep *comparative advantage* menekankan bahwa suatu wilayah atau pelaku ekonomi akan memperoleh manfaat optimal apabila memfokuskan kegiatan produksinya pada barang atau jasa yang dapat dihasilkan dengan biaya relatif lebih rendah atau memiliki keunggulan khas dibandingkan wilayah lain (Ricardo, 1817; Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2018). Dalam konteks UMKM, *comparative advantage* tidak hanya berkaitan dengan efisiensi biaya, tetapi juga mencakup diferensiasi produk berbasis sumber daya lokal, budaya, dan keunikan wilayah (Porter, 1998).

Meskipun demikian, implementasi strategi *comparative advantage* pada UMKM sering kali menghadapi kendala karena

rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap potensi unggulan yang dimiliki serta belum adanya kerangka strategis yang sederhana dan aplikatif (Agustian, 2025). Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan pendampingan yang mampu memetakan kondisi UMKM secara komprehensif sekaligus memberikan arah penguatan usaha secara bertahap dan berkelanjutan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini mengadopsi *The House Model* sebagai pendekatan konseptual dan implementatif dalam menerapkan strategi comparative advantage pada UMKM Kota Kupang. *The House Model* memandang pengembangan organisasi atau usaha sebagai sebuah bangunan yang terdiri dari elemen-elemen yang saling menopang (Rampersad, 2003). Dalam model ini, pondasi merepresentasikan nilai dasar dan modal utama UMKM, seperti pemahaman terhadap potensi lokal, etos kewirausahaan, dan komitmen pelaku usaha. Pilar-pilar rumah menggambarkan faktor penguat strategis, meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan manajemen dan kelembagaan usaha, pemanfaatan teknologi dan digitalisasi, serta perluasan jejaring dan akses pasar. Sementara itu, atap rumah mencerminkan tujuan akhir yang ingin dicapai, yaitu UMKM yang berdaya saing, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi pelaku usaha dan masyarakat.

Pendekatan *The House Model* dinilai relevan untuk kegiatan PkM karena bersifat visual, sistematis, dan mudah dipahami oleh pelaku UMKM. Model ini memungkinkan mitra untuk mengidentifikasi posisi usahanya secara objektif, memahami keterkaitan antar aspek pengembangan, serta merancang strategi berbasis *comparative advantage* sesuai dengan kondisi dan potensi lokal Kota Kupang. Dengan demikian, kegiatan PkM ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada pembangunan kapasitas strategis UMKM secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada

Masyarakat tentang implementasi strategi comparative advantage dengan pendekatan *The House Model* pada UMKM Kota Kupang menjadi penting dan strategis sebagai upaya meningkatkan daya saing UMKM, mendorong kemandirian ekonomi lokal, serta mendukung pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.



Gambar 1. The House Model

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang secara partisipatif, bertahap, dan aplikatif dengan mengadopsi pendekatan *The House Model* sebagai kerangka implementasi strategi *Comparative Advantage* pada UMKM Kota Kupang. Pendekatan ini menekankan pada proses pendampingan yang tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada penguatan kapasitas dan perubahan praktik usaha mitra secara berkelanjutan.

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Mitra

Tahap awal difokuskan pada penentuan dan penguatan komitmen mitra UMKM di Kota Kupang. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

- koordinasi dengan pemerintah daerah, komunitas UMKM, dan/atau koperasi sebagai mitra pendukung;
- seleksi UMKM mitra berdasarkan kriteria jenis usaha, potensi lokal, dan kesiapan mengikuti program;
- penyusunan instrumen awal berupa kuesioner, pedoman wawancara, dan lembar observasi usaha.

Tahap ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian kebutuhan mitra dengan tujuan kegiatan PkM serta membangun komitmen kolaboratif antara tim pelaksana dan UMKM.

2. Tahap Diagnostik Usaha (Pemetaan Pondasi)

Pada tahap ini dilakukan pemetaan kondisi awal UMKM sebagai pondasi rumah dalam The House Model. Kegiatan meliputi:

- identifikasi potensi keunggulan lokal (*comparative advantage*) yang dimiliki UMKM, seperti bahan baku lokal, keterampilan khas, atau nilai budaya produk;
- analisis kondisi internal UMKM, mencakup sumber daya manusia, motivasi kewirausahaan, dan nilai-nilai usaha;
- analisis sederhana lingkungan usaha (pasar, pesaing, dan peluang).

Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*), dan observasi langsung. Hasil tahap ini berupa peta kondisi awal UMKM yang menjadi dasar perancangan strategi penguatan.

3. Tahap Perancangan Strategi (Pilar)

Berdasarkan hasil pemetaan pondasi, dilakukan perancangan strategi penguatan UMKM yang direpresentasikan sebagai pilar-pilar rumah. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

- pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia (*mindset* kewirausahaan, inovasi, dan orientasi pasar);
- pendampingan penguatan manajemen usaha (perencanaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, dan pengendalian biaya);
- pendampingan pengembangan produk berbasis *comparative advantage* (kualitas, diferensiasi, kemasan, dan *branding*);
- pengenalan dan pendampingan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan perluasan pasar.

Metode yang digunakan adalah pelatihan klasikal, lokakarya (*workshop*), dan pendampingan langsung (*coaching*).

4. Tahap Implementasi dan Pendampingan Usaha

Pada tahap ini, strategi yang telah dirancang diimplementasikan secara langsung oleh UMKM dengan pendampingan intensif dari tim PkM. Kegiatan meliputi:

- penerapan hasil pelatihan pada kegiatan produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha;
- pendampingan lapangan secara berkala untuk memonitor kemajuan dan mengatasi kendala;
- fasilitasi jejaring usaha dan akses pasar, baik secara offline maupun digital.

Tahap ini menekankan prinsip *learning by doing*, sehingga mitra memperoleh pengalaman langsung dalam mengimplementasikan strategi *comparative advantage*.

5. Tahap Evaluasi dan Penguatan Atas (Outcome)

Evaluasi dilakukan untuk mengukur capaian kegiatan yang direpresentasikan sebagai atap rumah dalam The House Model. Evaluasi meliputi:

- pengukuran peningkatan kapasitas UMKM (pengetahuan, keterampilan, dan perubahan perilaku usaha);
- pengukuran peningkatan kinerja usaha secara sederhana, seperti kualitas produk, variasi produk, dan jangkauan pasar;
- refleksi bersama mitra terhadap keberlanjutan program.

Metode evaluasi dilakukan melalui perbandingan kondisi sebelum dan sesudah program (*pre-test* dan *post-test*), wawancara evaluatif, serta dokumentasi hasil kegiatan.

6. Tahap Diseminasi dan Keberlanjutan Program

Sebagai tahap akhir, dilakukan:

- diseminasi hasil kegiatan kepada pemangku kepentingan (pemerintah daerah, komunitas UMKM, dan akademisi);
- penyusunan modul sederhana implementasi strategi *comparative advantage* berbasis The House Model;
- perumusan rencana keberlanjutan program melalui penguatan jejaring dan pendampingan lanjutan.

Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa dampak kegiatan PkM dapat berkelanjutan dan direplikasi pada UMKM lain di Kota Kupang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pemetaan Kondisi Awal UMKM (Pondasi)

Hasil kegiatan diagnostik pada tahap awal menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM mitra di Kota Kupang memiliki potensi keunggulan komparatif yang kuat, terutama pada aspek ketersediaan bahan baku lokal, keterampilan produksi berbasis pengalaman turun-temurun, serta nilai budaya yang melekat pada produk. Produk olahan pangan lokal, kerajinan tangan, dan usaha jasa berbasis budaya merupakan contoh jenis usaha yang memiliki karakteristik unik dan sulit ditiru oleh pelaku usaha dari luar daerah.

Namun demikian, pemetaan pondasi juga mengungkapkan sejumlah kelemahan mendasar. UMKM mitra umumnya belum mampu mengidentifikasi dan merumuskan keunggulan komparatifnya secara eksplisit sebagai strategi usaha. Selain itu, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara tradisional, dengan perencanaan yang minim, pencatatan keuangan yang belum tertata, serta orientasi pasar yang masih terbatas pada konsumen lokal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Porter (1998) yang menyatakan bahwa keunggulan komparatif tidak akan memberikan nilai tambah apabila tidak dikelola melalui strategi yang tepat.

2. Hasil Penguatan Kapasitas UMKM (Pilar)

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pada tahap pilar menunjukkan peningkatan signifikan pada kapasitas pelaku UMKM. Setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha, UMKM mitra mulai mampu:

- memahami konsep *comparative advantage* dan mengaitkannya dengan karakteristik usaha masing-masing;
- melakukan perbaikan kualitas produk, kemasan, dan identitas merek;
- menyusun pencatatan keuangan sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan usaha;
- memanfaatkan media digital untuk promosi dan pemasaran produk.

Pendekatan *The House Model* terbukti membantu UMKM dalam memahami

keterkaitan antar aspek pengembangan usaha. Pilar sumber daya manusia, manajemen, teknologi, dan akses pasar tidak dipahami secara terpisah, melainkan sebagai satu kesatuan yang saling menopang. Hal ini memperkuat temuan Rampersad (2003) yang menyatakan bahwa pembangunan kapasitas organisasi yang berkelanjutan memerlukan pendekatan sistemik dan terintegrasi.

3. Hasil Implementasi Strategi Comparative Advantage

Hasil implementasi strategi *comparative advantage* menunjukkan adanya perubahan nyata dalam praktik usaha UMKM mitra. Beberapa UMKM mulai memfokuskan usahanya pada produk unggulan tertentu yang memiliki nilai tambah lebih tinggi, seperti pengolahan bahan baku lokal menjadi produk siap jual dengan diferensiasi yang jelas. Selain itu, pelaku UMKM mulai mengurangi praktik usaha yang tidak efisien dan mengarahkan sumber dayanya pada aktivitas yang paling memberikan keuntungan relatif.

Secara kualitatif, UMKM mitra menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk dan menjalin jejaring usaha. Secara kuantitatif sederhana, terjadi peningkatan variasi produk, jangkauan pasar, serta konsistensi produksi. Temuan ini mendukung teori *comparative advantage* yang dikemukakan oleh Ricardo (1817) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Krugman et al. (2018), bahwa spesialisasi berbasis keunggulan relatif dapat meningkatkan kinerja ekonomi, termasuk pada skala usaha kecil.

4. Evaluasi Capaian Tujuan Program (Atap)

Evaluasi akhir yang merepresentasikan atap rumah menunjukkan bahwa kegiatan PkM ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu peningkatan daya saing dan kapasitas UMKM Kota Kupang. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi usaha berbasis potensi lokal. Selain itu, terjadi perubahan perilaku usaha, terutama dalam hal perencanaan, pencatatan keuangan, dan orientasi pasar.

Peningkatan kapasitas tersebut berdampak pada penguatan kemandirian usaha dan membuka peluang keberlanjutan usaha UMKM mitra. Meskipun peningkatan pendapatan belum merata pada seluruh mitra dalam jangka pendek, hasil kegiatan menunjukkan tren positif menuju penguatan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pandangan Porter (1998) bahwa daya saing merupakan proses jangka panjang yang membutuhkan konsistensi strategi dan penguatan kapasitas.

5. Pembahasan: Efektivitas The House Model dalam Kegiatan PkM

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa *The House Model* merupakan pendekatan yang efektif dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, khususnya untuk UMKM. Model ini mempermudah pelaku usaha dalam memahami kondisi usahanya secara holistik, mulai dari pondasi hingga tujuan akhir. Integrasi *The House Model* dengan strategi comparative advantage memungkinkan proses pendampingan yang lebih terarah, kontekstual, dan berkelanjutan.

Dibandingkan dengan pendekatan pelatihan konvensional yang bersifat parsial, pendekatan ini mendorong UMKM untuk membangun usaha secara bertahap dan sistematis. Dengan demikian, kegiatan PkM ini tidak hanya menghasilkan luaran jangka pendek, tetapi juga membangun dasar yang kuat bagi keberlanjutan dan peningkatan daya saing UMKM Kota Kupang di masa mendatang.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat tentang implementasi strategi *Comparative Advantage* dengan pendekatan *The House Model* pada UMKM Kota Kupang telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas serta daya saing UMKM mitra. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM di Kota Kupang memiliki potensi keunggulan komparatif yang kuat berbasis sumber daya lokal, keterampilan, dan nilai budaya, namun belum dimanfaatkan secara optimal sebelum adanya pendampingan.

Pendekatan *The House Model* terbukti efektif sebagai kerangka implementasi karena mampu memetakan kondisi UMKM secara holistik melalui tahapan pondasi, pilar, dan atap. Model ini membantu pelaku UMKM memahami keterkaitan antara potensi lokal, penguatan kapasitas sumber daya manusia, manajemen usaha, pemanfaatan teknologi, dan akses pasar sebagai satu kesatuan yang saling mendukung. Integrasi pendekatan ini dengan strategi comparative advantage mendorong UMKM untuk lebih fokus pada produk unggulan yang memiliki nilai tambah dan keunikan dibandingkan produk sejenis dari daerah lain.

Secara empiris, kegiatan PkM ini menghasilkan peningkatan pemahaman dan perubahan perilaku usaha UMKM, khususnya dalam perencanaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, pengembangan produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Meskipun dampak peningkatan pendapatan belum sepenuhnya merata dalam jangka pendek, kegiatan ini telah membangun fondasi yang kuat bagi penguatan kemandirian dan keberlanjutan UMKM di Kota Kupang.

Dengan demikian, kegiatan PkM ini dapat disimpulkan berhasil mencapai tujuannya dan berpotensi untuk direplikasi pada UMKM lain di Kota Kupang maupun daerah lain dengan karakteristik serupa, sebagai model pendampingan UMKM berbasis keunggulan komparatif dan pembangunan kapasitas yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., Kurniawati, M., Nurfadhilah, L., Marisi., Sihombing, ME. (2025) Upaya Menumbuhkan Minat Wirausaha Kaum Muda Melalui Pelatihan Peningkatan Nilai Tambah Produk Olahan Ubi Kayu di OMK (Orang Muda Katolik). *Abdimas Mandalika* Vol 4, No 4 (2025): Agustus 288-294. DOI: 10.31764/am.v4i4.31745
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2018). *International Economics: Theory and Policy* (11th ed.). Boston: Pearson Education.

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan Data UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Rampersad, H. K. (2003). *Total Performance Scorecard: Redefining Management to Achieve Performance with Integrity*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray.