

Menggali Potensi Mahasiswa Melalui Workshop Kepemimpinan dan Inovasi Bisnis di Wilayah Perbatasan

Shalahuddin¹, Mohamad Nur Utomo², Kaujan³, Tinik Sugiati⁴, Budi Hasyim⁵, Rahmi Nur Islami⁶, Nurjannatul Hasanah⁷, Meylin Rahmawati⁸, Ferawati Usman⁹, Aswan¹⁰, Sigit Firmansyah¹¹, Gusti Ayu Dwi Jessika¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12} Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

Received : 20 Maret 2026, Revised : 11 April 2026, Published : 2 April 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Shalahuddin

E-mail: shalahuddinayubi@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kepemimpinan dan inovasi bisnis mahasiswa di wilayah perbatasan melalui pendekatan experiential learning. Program dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan dengan metode pelatihan, pendampingan, dan simulasi praktik bisnis melalui marketplace kampus. Materi yang diberikan meliputi kepemimpinan transformatif, penyusunan Business Model Canvas, serta digital branding. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mahasiswa dalam komunikasi, kerja tim, serta penyusunan model bisnis. Selain itu, mahasiswa mampu mengembangkan identitas merek dan memanfaatkan media digital untuk promosi usaha. Program ini juga mendorong terbentuknya jejaring kolaboratif antara mahasiswa, pelaku UMKM, dan komunitas kewirausahaan. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi dunia usaha serta mendukung penguatan ekonomi berbasis potensi lokal di wilayah perbatasan.

Kata kunci - kepemimpinan, inovasi bisnis, mahasiswa, experiential learning, wilayah perbatasan

Abstract

This community service activity aims to improve the leadership and business innovation capacity of students in border areas through an experiential learning approach. The program was implemented for students of the Faculty of Economics, Borneo University, Tarakan, using training, mentoring, and business practice simulations through the campus marketplace. The materials provided included transformative leadership, Business Model Canvas development, and digital branding. The results of the activity demonstrated improved student communication, teamwork, and business model development. Furthermore, students were able to develop brand identities and utilize digital media for business promotion. The program also encouraged the formation of collaborative networks between students, MSMEs, and the entrepreneurial community. Thus, this activity contributed to improving student readiness for the business world and supporting the strengthening of the local potential-based economy in border areas.

Keywords - leadership, business innovation, students, experiential learning, border areas

How To Cite : Shalahuddin, S., Utomo, M. N., Kaujan, K., Sugiati, T., Hasyim, B., Islami, R. N., Hasanah, N., Rahmawati, M., Usman, F., Aswan, A., Firmansyah, S., Jessika, G. A. D., & Jessika, G. A. D. (2026). Menggali Potensi Mahasiswa Melalui Workshop Kepemimpinan dan Inovasi Bisnis di Wilayah Perbatasan . Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka, 4(4), 4675 - 4680. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1276>

Copyright ©2026 Shalahuddin Shalahudin, Mohamad Nur Utomo, Kaujan Kaujan, Tinik Sugiati, Budi Hasyim, Rahmi Nur Islami, Nurjannatul Hasanah, Meylin Rahmawati, Ferawati Usman, Aswan Aswan, Sigit Firmansyah, Gusti Ayu Dwi Jessika

PENDAHULUAN

Wilayah perbatasan Indonesia sering diidentikkan dengan keterbatasan akses terhadap pembangunan, ekonomi, dan kepemimpinan lokal. Padahal, wilayah ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan, terutama dalam konteks ekonomi berbasis sumber daya lokal. Pengembangan wilayah perbatasan tidak hanya menuntut ketersediaan infrastruktur fisik, tetapi juga memerlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya generasi muda yang memiliki peran penting dalam membangun kepemimpinan dan inovasi bisnis yang berkelanjutan (Siregar & Wibowo, 2021). Melalui pemberdayaan generasi muda, diharapkan akan lahir pemimpin-pemimpin lokal yang mampu mendorong transformasi sosial dan ekonomi di wilayah perbatasan.

Universitas Borneo Tarakan (UBT) sebagai perguruan tinggi negeri memiliki peran strategis dalam pengembangan sumber daya manusia di wilayah perbatasan. Mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki potensi besar dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis lokal, terutama melalui pendekatan pendidikan kewirausahaan yang efektif (Fayolle & Gailly, 2020). Berdasarkan data internal Fakultas Ekonomi UBT tahun 2024, sebagian besar mahasiswa berasal dari wilayah perbatasan, sehingga memiliki kedekatan dengan potensi ekonomi lokal yang dapat dikembangkan.

Tabel 1. Karakteristik Peserta Kegiatan

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa semester 5–7	25	83%
2	Pernah ikut organisasi	6	20%
3	Memiliki ide bisnis	23	76%

Berdasarkan Tabel 1, jumlah total mahasiswa yang menjadi peserta sekaligus objek observasi dalam kegiatan ini adalah sebanyak 30 orang. Mayoritas peserta kegiatan merupakan mahasiswa pada semester 5–7 dengan jumlah 25 orang (83%). Hal ini menunjukkan bahwa peserta berada pada fase akademik menengah hingga akhir, sehingga relatif telah memiliki pemahaman dasar terkait manajemen dan kewirausahaan, serta kesiapan untuk mengikuti kegiatan pengembangan kapasitas secara lebih aplikatif.

Namun demikian, hanya sebagian kecil peserta yang memiliki pengalaman organisasi, yaitu sebanyak 6 orang (20%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa kemampuan kepemimpinan dan pengalaman kerja tim mahasiswa masih relatif terbatas, sehingga diperlukan intervensi melalui pelatihan kepemimpinan yang bersifat praktis dan berbasis pengalaman.

Di sisi lain, sebagian besar peserta, yaitu 23 orang (76%), telah memiliki ide bisnis awal. Hal ini menunjukkan adanya potensi kewirausahaan yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa, meskipun masih memerlukan pendampingan dalam aspek perencanaan, pengembangan model bisnis, serta implementasi di lapangan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menjadi relevan sebagai upaya untuk menjembatani kesenjangan antara potensi ide bisnis mahasiswa dengan kemampuan realisasi usaha secara nyata.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru dalam pengembangan usaha, khususnya melalui digital marketing dan pemanfaatan media sosial (Kotler et al., 2021). Namun demikian, masih banyak mahasiswa yang belum mampu mengoptimalkan teknologi tersebut untuk kepentingan produktif dan kewirausahaan (Pratono, 2020). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan kemampuan implementasi di lapangan.

Selain itu, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis praktik dapat meningkatkan minat dan kesiapan mahasiswa dalam berwirausaha (Hidayat & Wibowo, 2022, Shalahuddin et al, 2024, Suryaningsih et al, 2024). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pembelajaran yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga berbasis pengalaman langsung (experiential learning) agar mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan secara optimal (Kolb, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kepemimpinan dan inovasi bisnis mahasiswa melalui workshop berbasis experiential learning di wilayah perbatasan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan terstruktur guna menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu

mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang terdiri dari 30 orang mahasiswa dan 10 orang dosen yang terlibat, kegiatan dilaksanakan di Gedung *Science Techno Park* Universitas Borneo Tarakan pada tanggal 7 Nopember tahun 2025 . Pendekatan yang digunakan mengacu pada konsep experiential learning yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung (Kolb, 2020).

Tabel 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Output
Sosialisasi	Pemetaan masalah	Data kebutuhan peserta
Pelatihan	Leadership & BMC	Rencana bisnis
Praktik	Expo marketplace	Produk & promosi
Evaluasi	Pre-post test	Data peningkatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta penyusunan program keberlanjutan. Setiap tahapan disesuaikan dengan kebutuhan mitra dalam penguatan kapasitas kepemimpinan dan pengembangan inovasi bisnis berbasis potensi lokal.

Pada tahap pelatihan, materi yang diberikan mencakup kepemimpinan transformatif, penyusunan *Business Model Canvas*, serta digital marketing. Pemanfaatan digital marketing dalam kegiatan ini didasarkan pada pentingnya teknologi dalam meningkatkan daya saing usaha di era modern (Kotler et al., 2021; Al-Dmour et al., 2021). Evaluasi dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif, termasuk pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, serta observasi terhadap keterlibatan dan hasil karya mahasiswa (Creswell, 2019).

Tabel 3. Peran Tim Pengusul dan Mahasiswa

Nama	Kompetensi	Peran dan Tugas
Ketua Tim (Dosen Manajemen)	Manajemen strategis, pengabdian	Koordinator kegiatan
Anggota Tim (Dosen Akuntansi)	Akuntansi UKM, literasi keuangan	Pelatih bidang pencatatan keuangan sederhana, Evaluasi kegiatan, dokumentasi dan pelaporan, penyusun modul, pelatih utama BMC
Mahasiswa Mitra	Aktivis organisasi, calon entrepreneur	Peserta, fasilitator junior, penyusun ide usaha, pengelola media digital kegiatan

Berdasarkan Tabel 3, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini melibatkan kolaborasi antara tim dosen dan mahasiswa mitra dengan pembagian peran yang jelas dan saling melengkapi. Ketua tim yang berasal dari dosen manajemen berperan sebagai koordinator kegiatan yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian program secara keseluruhan. Kompetensi di bidang manajemen strategis menjadi landasan dalam memastikan kegiatan berjalan secara terstruktur dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, anggota tim yang berasal dari dosen akuntansi memiliki peran penting dalam memberikan pelatihan teknis, khususnya terkait pencatatan keuangan sederhana bagi usaha mahasiswa. Selain itu, anggota tim juga bertanggung jawab dalam proses evaluasi kegiatan, dokumentasi dan pelaporan, serta penyusunan modul pelatihan, termasuk sebagai fasilitator utama dalam penyampaian materi *Business Model Canvas (BMC)*. Peran ini menunjukkan adanya integrasi antara aspek manajerial dan keuangan dalam mendukung pengembangan kewirausahaan mahasiswa.

Sementara itu, mahasiswa mitra tidak hanya berperan sebagai peserta kegiatan, tetapi juga sebagai fasilitator junior yang terlibat aktif dalam seluruh rangkaian program. Mahasiswa berkontribusi dalam penyusunan ide usaha, pelaksanaan kegiatan, serta pengelolaan media digital sebagai sarana promosi. Keterlibatan aktif mahasiswa ini mencerminkan pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian, di mana mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek yang berperan dalam proses pembelajaran dan pemberdayaan.

Dengan pembagian peran yang terstruktur ini, kegiatan pengabdian dapat berjalan secara efektif dan kolaboratif, sehingga mampu meningkatkan kapasitas mahasiswa baik dalam aspek kepemimpinan maupun kewirausahaan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pengabdian yang dilaksanakan mampu meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam aspek kepemimpinan dan inovasi bisnis. Hal ini ditunjukkan melalui peningkatan kemampuan komunikasi, kerja tim, serta kemampuan dalam menyusun *Business Model Canvas* dan strategi digital branding.

Tabel 4. Hasil Pre-test dan Post-test

Indikator	Pre-test	Post-test	Peningkatan
Pemahaman kepemimpinan	60	80	+20%
Pemahaman BMC	55	78	+23%
Digital marketing	50	75	+25%

Berdasarkan Tabel 4, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator yang diukur setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian. Pada aspek pemahaman kepemimpinan, skor rata-rata peserta meningkat dari 60 pada pre-test menjadi 80 pada post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 20%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan kepemimpinan yang diberikan mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam memahami konsep dasar kepemimpinan, komunikasi, dan kerja tim.

Pada indikator pemahaman *Business Model Canvas (BMC)*, terjadi peningkatan dari skor rata-rata 55 menjadi 78, dengan kenaikan sebesar 23%. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa peserta mulai mampu memahami dan menyusun model bisnis secara lebih terstruktur, termasuk dalam mengidentifikasi segmen pasar, proposisi nilai, serta strategi operasional usaha. Sementara itu, pada aspek digital marketing, peningkatan yang paling tinggi terlihat dengan kenaikan sebesar 25%, dari skor 50 pada pre-test menjadi 75 pada post-test. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran usaha.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis experiential learning yang diterapkan dalam kegiatan ini efektif dalam meningkatkan kapasitas mahasiswa, baik dalam aspek kepemimpinan maupun kewirausahaan. Temuan ini juga memperkuat bahwa pembelajaran berbasis praktik memiliki dampak yang lebih signifikan dibandingkan pendekatan teoritis semata dalam pengembangan kompetensi mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ramli et al. (2023) yang menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan kewirausahaan berbasis praktik dapat meningkatkan entrepreneurial intention secara signifikan. Selain itu, Rahman dan Mulyadi (2022) juga menyatakan bahwa penguatan kepemimpinan mahasiswa berkontribusi terhadap kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan ekonomi di wilayah 3T. Pendekatan experiential learning yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa, karena memberikan pengalaman langsung dalam proses pembelajaran (Kolb, 2020). Hal ini juga didukung oleh penelitian Fayolle dan Gailly (2020) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis pengalaman memiliki dampak positif terhadap sikap dan perilaku kewirausahaan.

Pelaksanaan simulasi marketplace kampus memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam mengelola usaha, mulai dari produksi hingga pemasaran. Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi juga menunjukkan peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha mereka (Pratono, 2020).



Gambar 1. Spanduk kegiatan



Gambar 2. Foto Kegiatan PkM

Selain itu, kegiatan ini juga berhasil memperkuat jejaring kolaborasi antara mahasiswa, pelaku UMKM, dan komunitas kewirausahaan lokal. Kolaborasi ini merupakan faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha dan pengembangan ekosistem kewirausahaan (OECD, 2021).



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan PkM

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan PKM “Workshop Kepemimpinan dan Inovasi Bisnis di Wilayah Perbatasan” berhasil memberikan dampak positif bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan. Seluruh rangkaian kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan kepemimpinan, workshop inovasi bisnis dan digital branding, penerapan teknologi, hingga simulasi pasar kampus dapat berjalan dengan baik dan mencapai target yang telah direncanakan. Mahasiswa menunjukkan peningkatan kemampuan yang signifikan dalam aspek kepemimpinan, komunikasi, kerja tim, penyusunan *Business Model Canvas*, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha. Selain itu, kegiatan ini mendorong lahirnya ide-ide bisnis berbasis potensi lokal wilayah perbatasan serta memperkuat jejaring kolaborasi antara mahasiswa, pelaku UMKM, dan komunitas kewirausahaan lokal. Secara keseluruhan, program PKM ini berkontribusi penting dalam membentuk karakter dan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, sekaligus mendukung penguatan ekosistem ekonomi kreatif di wilayah perbatasan Indonesia–Malaysia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Borneo Tarakan atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh mahasiswa peserta dan pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam menyukseskan program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Al-Dmour, R., Al-Dmour, H., & Rababeh, N. (2021). The impact of digital marketing on business performance. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 335–344.
- Budiarto, R., et al. (2020). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. *Gadjah Mada University Press*.
- Cahyono, A. D. (2021). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial*, 17(1), 12–21.
- Creswell, J. W. (2019). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Dwivedi, Y. K., et al. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2020). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 3–23.
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Agile business model innovation in digital entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 110, 519–537.
- Hidayat, R., & Wibowo, A. (2022). Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 101–110.
- Kolb, D. A. (2020). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kusuma, H., & Santoso, B. (2021). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 87–96.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2020). Entrepreneurial orientation and performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(3), 465–487.
- Mulyadi, M. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(1), 127–138.
- OECD. (2021). *Entrepreneurship at a glance 2021*. OECD Publishing.
- Pratono, A. H. (2020). Digital transformation and innovation in SMEs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1–12.
- Ramli, R., et al. (2023). Peran mahasiswa dalam pemberdayaan ekonomi berbasis lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 45–56.
- Rahman, A., & Mulyadi, D. (2022). Kepemimpinan mahasiswa dan pembangunan ekonomi daerah. *Jurnal Manajemen Publik*, 6(1), 33–42.
- Siregar, R., & Wibowo, A. (2021). Potensi ekonomi wilayah perbatasan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Regional*, 13(2), 89–102.
- Shalahuddin, S., Utomo, M. N., Azis, M. I., Karunia, E., Gunawan, W. O., Pribadi, J., ... & Afuiata, D. (2025). Suara Pesisir: Pemberdayaan Soft Skills Public Speaking bagi Anak-anak Kampung Terang Philips, Juata Laut Kota Tarakan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 329–335.
- Suryaningsih, S., Apriadi, D., Nursia, N., Shalahuddin, S., & Paulina, I. (2024). Meningkatkan Pengetahuan Keuangan Masyarakat Desa Tanah Kuning untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonom. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 5(2), 311–320.
- Yusuf, M., & Arifin, Z. (2022). Pengembangan kewirausahaan mahasiswa berbasis digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(1), 55–67.