



website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>

Article Info : Recived : 13 Feb 2026

Revised: 19 Feb 2026

Accepted : 20 Feb 2026

Enhancing Sustainable Competitiveness of MSMEs at Ayutthaya Floating Market through Capacity Building

Penguatan Daya Saing Berkelanjutan UMKM di Ayutthaya Floating Market Melalui Penguatan Kapasitas

Agustina Mogi^{1*}, Yayan Sudaryana², Hamsinah B³

¹⁻³Universitas Pamulang, E-mail : *dosen01557@unpam.ac.id, dosen0497@unpam.ac.id,
dosen00941@unpam.ac.id³

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) operating within tourism environments play an important role in strengthening the competitiveness of community-based tourism destinations and supporting local economic development. However, this role has not been fully optimized, as many MSMEs in tourism areas continue to face limitations in resource capacity, low levels of digital marketing and business record keeping literacy, as well as weak product and service innovation. Similar conditions are also observed among local MSMEs operating in the Ayutthaya Floating Market area, Thailand. Accordingly, this Community Service Program was implemented to enhance the sustainable competitiveness of MSMEs through capacity strengthening and the development of synergistic entrepreneurship. The program was designed by engaging MSME actors as active partners in the learning and business development process. The program involved MSMEs operating in the culinary, handicraft, and supporting service sectors within the floating market area. Program implementation was carried out through thematic training, business mentoring, participatory discussions, and the facilitation of collaborative business networks. The results indicate an improvement in MSMEs' understanding of business management, digital marketing, service quality, and the importance of collaboration in supporting the sustainable competitiveness of tourism destinations.

Keywords: Ayutthaya Floating Market; Capacity building; MSMEs; Sustainable competitiveness

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di lingkungan pariwisata memiliki peran penting dalam memperkuat daya saing destinasi wisata berbasis komunitas dan mendukung penguatan ekonomi lokal. Peran tersebut belum sepenuhnya optimal karena banyak UMKM di kawasan wisata yang masih menghadapi keterbatasan kapasitas sumber daya, rendahnya literasi pemasaran digital dan pencatatan usaha, serta lemahnya inovasi produk dan pelayanan. Kondisi serupa dijumpai juga pada UMKM lokal di kawasan Ayutthaya Floating Market, Thailand. Untuk itu maka Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan untuk

memperkuat daya saing berkelanjutan UMKM melalui penguatan kapasitas usaha dan pengembangan kewirausahaan sinergis. Kegiatan dirancang dengan melibatkan pelaku UMKM sebagai mitra aktif dalam proses pembelajaran dan pengembangan usaha. Subjek kegiatan meliputi UMKM di bidang kuliner, kerajinan, dan jasa pendukung yang beroperasi di kawasan pasar terapung. Pelaksanaan kegiatan diwujudkan melalui pelatihan tematik, pendampingan usaha, diskusi partisipatif, dan fasilitasi jejaring kolaboratif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman UMKM terhadap pengelolaan usaha, pemasaran digital, kualitas pelayanan, serta pentingnya kolaborasi untuk mendukung keberlanjutan daya saing kawasan wisata.

Kata Kunci: Ayutthaya Floating Market; Daya saing berkelanjutan; Penguatan kapasitas; UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kekuatan utama dalam pembangunan ekonomi lokal khususnya pada sektor pariwisata berbasis komunitas. UMKM berperan dalam penciptaan lapangan kerja, pelestarian budaya lokal, serta peningkatan nilai tambah ekonomi destinasi wisata. Keterlibatan UMKM secara aktif mampu memperkuat daya saing destinasi pariwisata sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (UNWTO, 2021; Hall et al., 2020). UMKM dalam konteks pariwisata berbasis kawasan tidak hanya berfungsi sebagai pelaku ekonomi pendukung tetapi juga menjadi bagian integral dari rantai nilai pariwisata (*tourism value chain*) yang secara langsung membentuk pengalaman dan persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi.

UMKM pariwisata di berbagai negara memiliki peran strategis namun masih menghadapi keterbatasan kapasitas internal yang menghambat kinerja dan keberlanjutan usaha. UMKM umumnya beroperasi dalam skala kecil dengan struktur pengelolaan yang sederhana dan ketergantungan tinggi pada pengalaman individu pemilik usaha sehingga UMKM menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan dinamika pasar dan perubahan perilaku wisatawan (Kawulur et al., 2024). Permasalahan yang sering dijumpai meliputi rendahnya literasi dan praktik pencatatan keuangan, keterbatasan pemanfaatan pemasaran digital, lemahnya inovasi produk dan desain kemasan, serta

rendahnya kapasitas pelayanan dan kemampuan menyampaikan keunggulan produk (Abubakar et al., 2022; Tajvidi & Karami, 2021; Santoro et al., 2020; Richards, 2021).

Tantangan struktural dalam bentuk lemahnya kolaborasi antarpelaku UMKM juga muncul selain permasalahan teknis. Banyak UMKM pariwisata masih beroperasi secara individual tanpa koordinasi yang terstruktur sehingga mengalami kesulitan untuk membangun kekuatan kolektif dalam pemasaran, pengembangan produk maupun penguatan merek kawasan padahal modal sosial dan jejaring usaha terbukti memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM pariwisata dan mendorong penerapan kewirausahaan sinergis serta *co-branding* berbasis kawasan (Crick & Crick, 2020; Kawulur et al., 2024).

Kondisi ini juga ditemukan pada UMKM pariwisata di kawasan Ayutthaya Floating Market di Thailand. Ayutthaya merupakan destinasi wisata budaya utama yang mengintegrasikan warisan sejarah, aktivitas wisata sungai, dan pasar wisata berbasis komunitas. Ayutthaya Floating Market memiliki luas $\pm 9,6$ hektare dengan ± 200 toko dan 50 perahu yang hadir sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan diperkirakan pada tahun 2024 telah berkontribusi sekitar 146–150 miliar Baht atau sekitar 63,5 – 65,3 triliun rupiah untuk pemasukan wilayah dan negara. (WTTC, 2023; UNWTO, 2022).

UMKM di kawasan ini berperan sebagai pelaku sentral yang tidak hanya



menyediakan produk dan jasa wisata tetapi juga membentuk narasi budaya dan identitas destinasi namun besarnya potensi kawasan belum sepenuhnya diimbangi dengan kapasitas internal UMKM yang memadai. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara tradisional dengan sistem pengelolaan usaha yang belum terstruktur, keterbatasan inovasi, dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital.

UMKM pariwisata di Ayutthaya Floating Market juga menghadapi tantangan fluktuasi dan musim kunjungan wisatawan yang berdampak langsung pada stabilitas pendapatan dan keberlanjutan usaha. Ketergantungan terhadap pola wisata musiman menyebabkan pelaku UMKM cenderung bersikap reaktif dan berorientasi jangka pendek sehingga kurang berinvestasi pada pengembangan kapasitas jangka panjang. Kondisi ini memperkuat urgensi intervensi yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga strategis dan berbasis kawasan.

Pendekatan *capacity building* melalui pelatihan, pendampingan, dan pembelajaran partisipatif merupakan strategi efektif untuk meningkatkan kapasitas UMKM secara berkelanjutan terutama ketika diintegrasikan dalam konteks lokal dan kebutuhan riil pelaku usaha (UNDP, 2020). Untuk itu maka berbagai kegiatan dengan tujuan untuk membangun kapasitas internal pelaku UMKM sudah dilakukan namun inisiatif penguatan UMKM pariwisata yang telah dilakukan itu sebagian besar masih berfokus dan berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis secara parsial dan belum sepenuhnya mempertimbangkan keterkaitan antarpelaku usaha dalam satu ekosistem kawasan wisata sehingga dampak penguatan kapasitas sering kali bersifat individual dan bersifat jangka pendek tanpa diikuti oleh penguatan kesadaran kolektif dan strategi kawasan yang berkelanjutan.

Kondisi ini menunjukkan perlunya pendekatan Pengabdian kepada Masyarakat yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kompetensi pelaku UMKM tetapi juga pada pembentukan pemahaman

bersama mengenai peran UMKM dalam membangun daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata berbasis komunitas.

Berdasarkan kondisi tersebut maka program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan untuk bisa menjembatani kesenjangan antara besarnya potensi kawasan wisata Ayutthaya dengan keterbatasan kapasitas internal UMKM pariwisata. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat daya saing berkelanjutan UMKM di kawasan Ayutthaya Floating Market melalui pendekatan *capacity building* berbasis partisipatif dan kawasan dengan penekanan pada penguatan kapasitas usaha, peningkatan kualitas layanan, pengembangan inovasi, dan penguatan kolaborasi serta kewirausahaan sinergis sebagai fondasi keberlanjutan destinasi wisata berbasis komunitas.

Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di kawasan Ayutthaya Floating Market ini adalah:

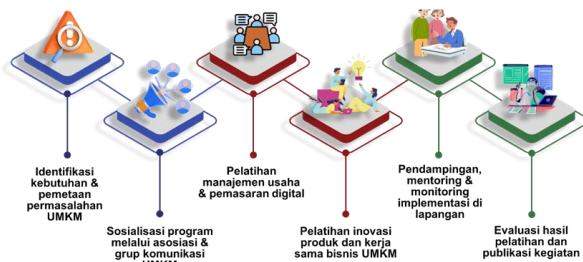
1. Memperkuat kapasitas pelaku UMKM pariwisata di kawasan Ayutthaya Floating Market melalui pendekatan *capacity building* yang partisipatif dan kontekstual khususnya dalam aspek kualitas layanan, pengelolaan usaha, dan orientasi daya saing berbasis kawasan wisata.
2. Mendorong terbentuknya pemahaman dan praktik kewirausahaan berbasis ekosistem kawasan melalui penguatan kesadaran kolaborasi dan kewirausahaan sinergis antarpelaku UMKM sebagai fondasi keberlanjutan destinasi wisata berbasis komunitas.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan bekerjasama dengan Asosiasi UMKM di Ayutthaya Floating Market dan diselenggarakan dengan memberikan beberapa materi pelatihan berkaitan dengan penguatan keterampilan modern SDM UMKM, pelatihan dan pendampingan pengelolaan usaha, penguatan kolaborasi dan kewirausahaan sinergis serta penguatan keberlanjutan



usaha dan regenerasi pelaku UMKM. Alur pelaksanaan kegiatan disusun secara sistematis sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan melalui beberapa tahapan terstruktur yang diawali dengan identifikasi kebutuhan dan pemetaan permasalahan UMKM. Tahap ini dilakukan melalui pengamatan awal terhadap kondisi usaha, karakteristik pelaku UMKM, dan kendala dalam pengelolaan serta pengembangan usaha sehingga program disusun sesuai kebutuhan nyata di lapangan. Selanjutnya dilakukan sosialisasi program melalui asosiasi dan grup komunikasi UMKM untuk menyampaikan tujuan, manfaat, dan rangkaian kegiatan PKM, sekaligus mendorong kesiapan dan partisipasi aktif peserta.

Tahap berikutnya adalah pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital yang dilaksanakan secara interaktif melalui penyampaian materi, diskusi, tanya jawab, dan studi kasus guna meningkatkan kompetensi kewirausahaan, pengelolaan usaha, dan adaptasi UMKM terhadap perkembangan bisnis.

Tahapan selanjutnya meliputi pelatihan inovasi produk dan penguatan kerja sama bisnis UMKM yang bertujuan mendorong pengembangan inovasi usaha serta kolaborasi antarpelaku UMKM melalui diskusi kelompok dan pertukaran pengalaman. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pendampingan, mentoring, dan monitoring implementasi di lapangan secara kontekstual agar peserta mampu

menerapkan hasil pelatihan dalam praktik usaha sehari-hari.

Tahap akhir adalah evaluasi hasil kegiatan melalui diskusi dan refleksi bersama untuk menilai manfaat, pemahaman peserta, dan potensi tindak lanjut yang sekaligus menjadi dasar penyusunan laporan dan publikasi kegiatan PKM sebagai bentuk pertanggungjawaban dan diseminasi akademik.

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan *capacity building* berbasis partisipatif dengan menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama kegiatan. Pendekatan partisipatif dipilih untuk memastikan bahwa kegiatan PKM tidak hanya bersifat penyampaian materi satu arah tetapi mendorong keterlibatan aktif peserta dalam seluruh proses pembelajaran dan penguatan kapasitas usaha.

HASIL DAN DISKUSI

Ayutthaya Floating Market merupakan kawasan wisata berbasis komunitas yang mengintegrasikan aktivitas perdagangan UMKM dengan daya tarik wisata budaya dan lingkungan perairan. Kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi tetapi juga sebagai ruang sosial dan budaya



Gambar 2. Kawasan Ayutthaya Floating Market

Gambar 2 ini menunjukkan kondisi kawasan Ayutthaya Floating Market. Kawasan ini terintegrasi dengan lingkungan perairan dan aktivitas wisata sehingga

membentuk ruang usaha kolektif yang melibatkan berbagai jenis UMKM, khususnya pada sektor kuliner, kerajinan, dan jasa pendukung pariwisata. Kondisi kawasan ini menjadi konteks utama dalam pelaksanaan kegiatan PKM.

Karakter utama kawasan Ayutthaya Floating Market adalah keberadaan pelaku UMKM yang beroperasi secara berdampingan dalam satu area usaha yang terorganisasi. Pola usaha ini menciptakan lingkungan kolektif di mana aktivitas satu pelaku usaha memiliki keterkaitan tidak langsung dengan pelaku usaha lainnya.



Gambar 3. Gerbang Kawasan Ayutthaya Floating Market

Gambar 3 menampilkan gerbang kawasan Ayutthaya Floating Market sebagai pusat aktivitas UMKM pariwisata berbasis komunitas. Identitas kawasan ini memperkuat peran lokasi sebagai ruang interaksi ekonomi dan sosial bagi pelaku UMKM.

Dinamika aktivitas UMKM memperlihatkan bahwa meskipun setiap usaha dikelola secara mandiri tetapi kualitas layanan dan kenyamanan kawasan sangat dipengaruhi oleh praktik kolektif antarpelaku usaha. Pola interaksi ini menempatkan pelaku UMKM tidak hanya sebagai aktor ekonomi individual tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman wisata kawasan yang dibangun secara bersama.

Pendekatan observatif dan reflektif yang digunakan dalam kegiatan PKM ini memunculkan respons awal dari pelaku UMKM terutama dalam bentuk meningkatnya keterbukaan untuk berdiskusi

dan merefleksikan praktik usaha yang selama ini dijalankan. Respons tersebut mencerminkan tumbuhnya kesadaran awal mengenai pentingnya pengelolaan usaha dan kualitas layanan dalam konteks kawasan wisata meskipun terlihat bahwa perubahan tersebut masih berada pada ranah pemahaman dan sikap.

Kegiatan ini juga mengungkap adanya keterbatasan yang berkaitan dengan variasi karakter pelaku usaha serta dinamika kawasan yang terus berubah. Keterbatasan ini menjadi catatan penting dalam memahami kompleksitas pengembangan UMKM pariwisata berbasis kawasan dan kebutuhan akan pendekatan pendampingan yang lebih berkelanjutan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa PKM berfungsi tidak semata sebagai sarana penyampaian materi atau intervensi teknis, melainkan sebagai ruang pembelajaran sosial yang memfasilitasi proses refleksi, pertukaran pengalaman, dan pembentukan kesadaran kolektif pelaku UMKM. Hasil ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas UMKM pariwisata berbasis kawasan perlu dipahami sebagai proses bertahap yang berangkat dari perubahan cara pandang dan pemahaman pelaku usaha terhadap peran mereka dalam ekosistem pariwisata.

Penguatan Sumber Daya Manusia

Penguatan sumber daya manusia UMKM dalam kawasan wisata tidak hanya berkaitan dengan peningkatan keterampilan teknis tetapi juga mencakup sikap layanan, orientasi profesional, dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pariwisata. Hasil kegiatan PKM ini menguatkan pandangan bahwa kompetensi kewirausahaan, literasi usaha, dan kapasitas psikologis pelaku UMKM merupakan fondasi penting dalam membangun daya saing dan keberlanjutan usaha, khususnya pada sektor pariwisata yang sangat bergantung pada kualitas interaksi layanan (Hernita et al., 2021; Abubakar et al., 2022; Duangjan et al., 2025; Poolsawat & Rinthaisong, 2025; Amelia & Hadi, 2025).

Penguatan kapasitas SDM UMKM dalam konteks pengabdian kepada masyarakat juga menekankan pembentukan karakter usaha, orientasi profesional, dan pengelolaan talenta yang berkelanjutan. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa intervensi berbasis pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada penguatan karakter usaha dan manajemen SDM mampu mendorong perubahan sikap serta praktik usaha pelaku UMKM secara lebih berkelanjutan (Mogi et al., 2025).

Kualitas layanan dalam konteks pariwisata berbasis komunitas tidak dapat dipahami sebagai praktik individual semata melainkan sebagai elemen kolektif yang membentuk pengalaman wisata secara menyeluruh. Literatur tentang pariwisata menegaskan bahwa interaksi layanan UMKM memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi wisatawan, citra destinasi, dan keberlanjutan kawasan wisata (Hall, 2020; Richards, 2021; UNWTO, 2021; Nurhayati et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi kualitas layanan UMKM merupakan bagian dari strategi pembangunan pariwisata berbasis kawasan.

Keberadaan pelaku usaha dalam satu kawasan yang terintegrasi sebagaimana tergambar pada Gambar 4 menunjukkan adanya potensi kerja sama yang dapat dikembangkan sebagai strategi peningkatan daya saing kawasan wisata.



Gambar 4. Aktivitas di Kawasan Ayutthaya Floating Market

Pengelolaan usaha UMKM dalam lingkungan kolektif menuntut kesadaran terhadap keterkaitan antarpelaku usaha dan

dinamika kawasan. Hasil kegiatan PKM dalam konteks ini menunjukkan bahwa proses reflektif mendorong pelaku UMKM memandang pengelolaan usaha dalam perspektif kawasan sebagai satu sistem usaha yang saling terhubung, sejalan dengan pendekatan berbasis ekosistem dalam pengembangan UMKM (Das & Rangarajan, 2020; Hasayotin et al., 2024; Leigh, 2024).

Kolaborasi antarpelaku UMKM merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya saing kawasan wisata. Sejumlah penelitian menegaskan bahwa kerja sama usaha termasuk praktik kolaborasi informal dan pola kerja sama dalam kondisi persaingan berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM, inovasi, dan keberlanjutan destinasi pariwisata (Crick & Crick, 2020; Santoro et al., 2020; Kawulur et al., 2024; Sutrisno et al., 2025). Dalam konteks ini, kegiatan PKM berperan sebagai pemicu awal terbentuknya kesadaran kolektif dan praktik kewirausahaan sinergis.

Penguatan kapasitas UMKM dalam perspektif pengabdian kepada masyarakat juga memerlukan dukungan lingkungan usaha dan interaksi sosial antarpelaku usaha. Pendampingan yang mendorong kesadaran kolektif, pembelajaran bersama, dan kolaborasi antarpelaku UMKM terbukti memperkuat praktik usaha pelaku UMKM (Mogi et al., 2022).

Penguatan kapasitas UMKM pariwisata juga berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam merespons perkembangan teknologi dan transformasi digital. Beberapa literatur menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital, dukungan kebijakan publik, dan orientasi kewirausahaan digital berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM pariwisata (Tajvidi & Karami, 2021; Elia et al., 2023; Munavar, 2025; Hasyim & Bakri, 2025). Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas berbasis konteks kawasan dapat menjadi fondasi awal bagi proses transformasi UMKM di Ayutthaya Floating Market menjadi lebih baik.

Keberlanjutan UMKM pariwisata berbasis kawasan tidak terlepas dari dukungan ekosistem lokal dan keterlibatan komunitas. UMKM dalam kajian pariwisata berbasis komunitas diposisikan sebagai bagian integral dari pembangunan ekonomi lokal dan keberlanjutan destinasi wisata (Pholphirul et al., 2025; Nurhayati et al., 2025; UNDP, 2020). Oleh karena itu maka kegiatan PKM dipahami sebagai bagian dari proses jangka menengah hingga panjang dalam membangun ekosistem pariwisata yang berkelanjutan.

Kegiatan PKM ini juga mengungkap dinamika proses pembelajaran pelaku UMKM yang berlangsung secara informal dan berbasis pengalaman. Pendekatan reflektif yang dilakukan di ruang usaha memungkinkan pelaku UMKM mengaitkan pengalaman empiris dengan konsep pengelolaan usaha dan kualitas layanan. Proses pembelajaran semacam ini sejalan dengan pendekatan pembelajaran orang dewasa (*adult learning*) dimana pengalaman praktis menjadi sumber utama pembentukan pengetahuan dan perubahan perilaku usaha.

Kegiatan PKM juga mendorong pergeseran cara pandang pelaku UMKM dari orientasi usaha individual menuju pemahaman yang lebih luas tentang peran usaha dalam dinamika kawasan wisata termasuk pentingnya konsistensi layanan dan interaksi antarpelaku usaha. Pergeseran cara pandang ini merupakan indikator awal penguatan kapasitas kognitif dan afektif pelaku UMKM.

Pengelolaan pengetahuan usaha (*knowledge management*) dalam konteks penguatan kapasitas jangka menengah menjadi aspek yang masih perlu dikembangkan. Banyak praktik usaha UMKM hanya berbasis pengalaman dan belum terdokumentasi secara sistematis. Beberapa literatur pengembangan UMKM menunjukkan bahwa dokumentasi praktik usaha dan pembelajaran kolektif dapat meningkatkan konsistensi kualitas dan keberlanjutan usaha (Das & Rangarajan, 2020; Leigh, 2024). Kegiatan PKM ini

membuka ruang awal bagi proses refleksi dan dokumentasi tersebut.

Dukungan ekosistem lokal juga diperkuat melalui keterlibatan institusi pendidikan sebagai mitra pengembangan UMKM pariwisata. Selain kegiatan inti di kawasan Ayutthaya Floating Market, tim pengabdian melakukan diskusi akademik sebagai bagian dari penguatan jejaring dan refleksi konseptual. Gambar 5 memperlihatkan pertemuan tim dengan akademisi Krirk University yang mencerminkan peran perguruan tinggi sebagai penyedia kerangka analitis, pendamping reflektif, dan penghubung antara praktik lapangan dan pengembangan pengetahuan.



Gambar 5. Pertemuan dengan Akademisi Krirk University

Hal yang berbeda dari kegiatan PKM ini terletak pada pendekatan penguatan kapasitas UMKM yang berangkat dari konteks kawasan dan pengalaman langsung pelaku usaha di ruang kolektif. Pendekatan reflektif dan kontekstual ini melengkapi temuan sebelumnya terkait penguatan kapasitas, kolaborasi UMKM, dan pengembangan pariwisata berbasis komunitas, serta memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan model PKM berbasis ekosistem kawasan (Santoro et al., 2020; Hasayotin et al., 2024; Elia et al., 2023; UNWTO, 2021).

Penguatan sumber daya manusia UMKM dalam kawasan wisata mencakup pengembangan sikap layanan, orientasi profesional, dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pariwisata. Hasil kegiatan

ini menguatkan hasil kajian sebelumnya yang menekankan pentingnya kompetensi kewirausahaan dan kapasitas psikologis pelaku usaha sebagai fondasi peningkatan kinerja UMKM pariwisata (Hernita et al., 2021; Duangjan et al., 2025; Poolsawat & Rinthaisong, 2025).

Kualitas layanan dalam konteks pariwisata berbasis komunitas berperan sebagai elemen kolektif yang membentuk pengalaman wisata secara menyeluruh. Konsistensi praktik pelayanan UMKM menjadi investasi jangka panjang bagi citra destinasi dan keberlanjutan kawasan wisata (Hall, 2020; Richards, 2021; UNWTO, 2021).

Pengelolaan usaha UMKM dalam lingkungan kolektif menuntut kesadaran terhadap keterkaitan antarpelaku usaha dan kepentingan bersama. Kolaborasi dalam berbagai bentuk, termasuk kerja sama informal dan praktik *coopetition*, berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM pariwisata (Crick & Crick, 2020; Santoro et al., 2020; Kawulur et al., 2024).

Kolaborasi antarpelaku UMKM merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya saing kawasan wisata. Kerja sama dalam bentuk kolaborasi informal dan praktik *coopetition* berkontribusi positif terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM pariwisata (Crick & Crick, 2020; Santoro et al., 2020; Kawulur et al., 2024). Kegiatan PKM dalam konteks ini berperan sebagai pemicu awal yang mendorong terbentuknya kesadaran kolektif dan praktik kewirausahaan yang lebih sinergis.

PKM dipahami melalui perspektif ekosistem yang menekankan keterkaitan antara pelaku UMKM, kawasan wisata, dan dukungan kelembagaan. Pendekatan ini sejalan dengan kajian pariwisata berbasis komunitas yang menempatkan UMKM sebagai aktor penting dalam pembangunan ekonomi lokal dan keberlanjutan destinasi wisata (Nurhayati et al., 2025; Pholphirul et al., 2025).

Kegiatan PKM ini menunjukkan pendekatan penguatan kapasitas UMKM yang berangkat dari konteks kawasan dan

pengalaman langsung pelaku usaha di ruang kolektif. Pendekatan reflektif dan kontekstual ini melengkapi temuan sebelumnya terkait penguatan kapasitas, transformasi digital, dan dukungan kebijakan bagi UMKM pariwisata berbasis komunitas (Elia et al., 2023; Tajvidi & Karami, 2021; Munavar, 2025), sekaligus menegaskan peran PKM sebagai pemicu awal terbentuknya kesadaran tersebut.

Kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa proses pengabdian kepada masyarakat pada konteks UMKM pariwisata perlu dipahami sebagai ruang pembelajaran bersama yang berlangsung secara dinamis di dalam kawasan wisata. Interaksi, refleksi, dan pengalaman lapangan menjadi bagian penting dalam membentuk pemahaman pelaku usaha terhadap praktik usaha yang berkelanjutan dan berorientasi pada kepentingan bersama.

Dengan demikian maka kegiatan PKM ini dapat menegaskan bahwa penguatan kapasitas pelaku UMKM pariwisata berbasis kawasan tidak dapat dilepaskan dari pemahaman terhadap konteks sosial, pola interaksi, dan dinamika usaha yang berkembang di dalam kawasan wisata. Pendekatan pengabdian yang kontekstual dan partisipatif memberikan ruang bagi peningkatan kualitas layanan, pengelolaan usaha yang lebih adaptif, dan tumbuhnya kesadaran kolaborasi antarpelaku UMKM sebagai fondasi daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata berbasis komunitas.

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (di kawasan Ayutthaya Floating Market menunjukkan bahwa pendekatan *capacity building* berbasis partisipatif dan kontekstual efektif dalam memperkuat kesadaran pelaku UMKM pariwisata terhadap peran mereka dalam ekosistem kawasan wisata, dengan kebaruan berupa proses penguatan kapasitas yang dilakukan secara observatif dan reflektif



- di ruang usaha kolektif.
2. Kegiatan ini memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan PKM berbasis ekosistem kawasan dengan manfaat utama berupa tumbuhnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya konsistensi kualitas layanan dan kolaborasi sebagai aset kolektif dalam mendukung keberlanjutan UMKM pariwisata berbasis komunitas.

Saran

1. Pengabdian berikutnya dapat difokuskan pada penguatan praktik kolaborasi dan inovasi usaha antarpelaku UMKM dalam

- satu kawasan sehingga pemahaman mengenai keterkaitan usaha dan pengalaman wisata kawasan dapat diwujudkan secara lebih aplikatif.
2. Penguatan UMKM pariwisata berbasis kawasan perlu diarahkan pada konsistensi kualitas layanan dan profesionalisme pelaku usaha agar kesadaran peran kolektif yang telah terbentuk melalui kegiatan PKM dapat terus terjaga dalam praktik usaha sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., & Sahin, P. (2022). Financial literacy and SME performance: The moderating role of business environment. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(3), 368–385. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2021-0235>
- Amelia, R., & Hadi, S. (2025). Penguatan kompetensi sumber daya manusia UMKM melalui pelatihan berbasis kebutuhan lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 45–58.
- Crick, J. M., & Crick, D. (2020). Coopetition and internationalisation: The impact of cooperation on SME performance. *International Business Review*, 29(2), 101–105. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101615>
- Das, K., & Rangarajan, K. (2020). Synergy in policy frameworks for SME development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(5), 757–774. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2019-0091>
- Duangjan, S., Charoenrat, T., & Jermstittiparsert, K. (2025). Entrepreneurial competencies and SME performance in Thailand. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 17(1), 89–107.
- Elia, S., Margherita, A., & Passiante, G. (2023). Digital transformation and public support for SMEs: Evidence from Thailand. *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122271. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122271>
- Hall, C. M. (2020). Tourism and social marketing. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1321–1334. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1745218>



- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hasayotin, P., Kerdpitak, C., & Laohavichien, T. (2024). Local entrepreneurial ecosystem development in Thailand. *Asian Journal of Entrepreneurship and Sustainability*, 9(1), 33–48.
- Hasyim, M., & Bakri, M. (2025). Pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran bagi UMKM: Dampaknya terhadap kinerja usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 112–125.
- Hernita, N., Sari, D., & Putra, R. (2021). Human resource capacity building and SME productivity. *International Journal of Business and Society*, 22(3), 1456–1470.
- Kawulur, A. F., Wullur, M., & Rotinsulu, D. (2024). Social capital and SME competitiveness in tourism destinations. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 12(1), 45–58.
- Leigh, N. G. (2024). *Planning local economic development: Theory and practice* (6th ed.). SAGE Publications.
- Mogi, A., Sunarsi, D., Madonna, N. N., Noorilla, R., Nugraha, M. R. A., & Nugroho, K. S. (2025). Membangun karakter usaha yang kompetitif melalui manajemen talenta dan optimalisasi sumber daya manusia pada pelaku UMKM di Kecamatan Sindang Jaya, Kabupaten Tangerang. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 17–24. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v3i1.215>
- Mogi, A., Isdiarti, N., & Rahayu, K. P. (2022). Pelatihan menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan ibu PKK Perumahan Lembah Pinus Asri. *Idea Abdimas Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.70001/iaj.v1i2.047>
- Munavar, A. (2025). Entrepreneurial orientation and digital adoption among new SMEs. *Journal of Small Business Strategy*, 35(1), 21–36.
- Nurhayati, D., Rahman, A., & Setiawan, B. (2025). Community-based tourism and SME sustainability. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 4(1), 1–15.
- Pholphirul, P., Rinthaisong, I., & Poolsawat, N. (2025). Community-based tourism, local employment, and sustainability in Thailand. *Tourism Economics*, 31(2), 287–305. <https://doi.org/10.1177/1354816624123456>
- Poolsawat, N., & Rinthaisong, I. (2025). Psychological capital and SME performance: Evidence from Thailand. *Journal of Small Business Management*, 63(1), 55–73. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2345678>
- Richards, G. (2021). Creating synergies between cultural tourism and creative tourism. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 127–138. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2020-0048>

- Santoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2020). Collaborative innovation in tourism SMEs. *Tourism Management*, 77, 104–123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104104>
- Sutrisno, T., Wibowo, A., & Nugroho, S. (2025). Local wisdom-based entrepreneurship and sustainable competitiveness. *Journal of Entrepreneurship and Regional Development*, 12(2), 88–102.
- Tajvidi, M., & Karami, A. (2021). Digital transformation in SMEs: The role of digital marketing capabilities. *Journal of Business Research*, 124, 546–559. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.021>
- United Nations Development Programme. (2020). *Capacity development: A UNDP primer*. UNDP.
- World Tourism Organization. (2021). *Tourism and rural development*. UNWTO.