

# UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO MAKANAN RINGAN MELALUI PEMBERDAYAAN UMKM

## ***EFFORTS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF MICRO-SNACKS BUSINESS THROUGH THE EMPOWERMENT OF MSMES***

Julia Ningsih,<sup>1</sup>, Fajar Apriani<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

E-mail: [fajar.apriani@fisip.unmul.ac.id](mailto:fajar.apriani@fisip.unmul.ac.id)

**Abstrak:** Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi pilar penting perekonomian Indonesia dengan kontribusi 61 persen terhadap PDB nasional dan penyerapan 97 persen tenaga kerja pada tahun 2023. Di Kota Samarinda, peningkatan daya saing usaha mikro, khususnya sektor makanan ringan, perlu didorong melalui program pemberdayaan agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar. Penelitian ini bertujuan menganalisis upaya peningkatan daya saing usaha mikro makanan ringan serta mengidentifikasi faktor penghambatnya. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan fokus pada pemberdayaan yang dilakukan Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda, meliputi pelatihan, fasilitasi perizinan, pendampingan usaha, penguatan permodalan, pemasaran, dan fasilitasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pemberdayaan tersebut memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha mikro makanan ringan melalui peningkatan kapasitas pelaku usaha, perluasan akses pasar, dan penguatan legalitas. Namun demikian, peningkatan daya saing masih terhambat oleh faktor internal seperti keterbatasan informasi program dan minimnya inovasi pelatihan, serta faktor eksternal berupa rendahnya partisipasi pelaku usaha, keterbatasan bahan baku, dan modal.

**Kata Kunci:** *Daya saing; usaha mikro; pemberdayaan UMKM; pemasaran digital, kredit bertuah.*

**Abstract:** *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are a vital pillar of Indonesia's economy, contributing 61 percent to the national GDP and absorbing 97 percent of the workforce in 2023. In Samarinda City, the competitiveness of micro-enterprises, particularly in the snack food sector, needs to be strengthened through empowerment programs to adapt to evolving market challenges. This study aims to analyze efforts to enhance the competitiveness of micro snack food enterprises and to identify the factors that hinder their development. A qualitative descriptive method was employed, focusing on the empowerment initiatives carried out by the Samarinda Office of Cooperatives, MSMEs, and Industry, including training programs, business licensing support, mentoring, capital strengthening, marketing facilitation, and assistance in obtaining Intellectual Property Rights (IPR). The findings show that these empowerment programs have had a positive impact on business development by improving entrepreneur capacity, expanding market access, and reinforcing business legality. However, competitiveness enhancement is still constrained by internal factors such as limited information dissemination and a lack of training innovation, as well as external factors including low participation among business owners, raw material limitations, and financial constraints.*

**Keywords:** *Competitiveness; micro enterprises; MSME empowerment; digital marketing; auspicious credit.*

## PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik (dalam <https://www.bps.go.id>) mencatat pertumbuhan ekonomi Indonesia kuat yang tercermin dari angka 5,01 persen pada Triwulan IV 2022 meski sempat terjadi penurunan pada saat Covid-19 melanda Indonesia di tahun 2020. Namun demikian, penyediaan lapangan pekerjaan masih terbatas sehingga pendapatan masyarakat pun masih relatif kurang. Maka pemerintah berupaya melakukan penanganan kemiskinan dan pemeliharaan kestabilan ekonomi melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat per tahun dan mendominasi struktur perekonomian. Tercatat oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI bahwa pada tahun 2023 sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61 persen atau senilai dengan Rp.9.580 triliun. Bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97 persen dari total tenaga kerja yang ada. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99 persen dari keseluruhan unit usaha (dalam <https://www.ekon.go.id>).

Kota Samarinda yang merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Timur, memiliki salah satu misi jangka menengah yaitu "Mewujudkan perekonomian kota yang maju, mandiri, berkerakyatan dan berkeadilan". Maka meningkatnya perekonomian lokal menjadi salah satu hal penting yang perlu diwujudkan.

Sebagai tanggungjawab pemerintah dalam bidang perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Kota Samarinda melalui Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda perlu memahami dinamika persaingan dan strateginya pada sektor publik, yang

diterapkan pada lingkungan persaingan (Apriani dan Hariati, 2025).

Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda melakukan program pemberdayaan UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian dan daya saing pelaku UMKM agar mampu menghadapi pasar yang terus berkembang dan tetap dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap perekonomian lokal. Tercatat jumlah UMKM pada tahun 2022 di Kalimantan Timur mencapai angka 344.581, dimana terdapat serapan UMKM sebanyak 18,6 persen dari jumlah penduduk produktif. Secara keseluruhan sebanyak 97 persen dari jumlah UMKM tersebut merupakan pelaku usaha berskala mikro (dalam <https://kaltim.antaranews.com>). Maka dari itu, usaha mikro menjadi perhatian khusus pemerintah untuk ditingkatkan daya saingnya.

Di Kota Samarinda, jumlah usaha mikro selalu mengalami peningkatan (lihat tabel 1). Jenis usaha mikro tersebut beragam, antara lain usaha kuliner, mode, pendidikan, agrobisnis, otomotif, internet. Namun, pada setiap kecamatan diketahui bahwa dari berbagai jenis usaha mikro tersebut, jenis usaha yang paling banyak jumlahnya adalah usaha kuliner, khususnya makanan ringan.

**Tabel 1.** Perkembangan Jumlah Usaha Mikro di Kota Samarinda

No	Tahun	Jumlah
1	2020	18.761
2	2021	32.726
3	2022	33.848
4	2023	34.573
5	2024	35.211

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda (2025).

Usaha mikro makanan ringan menjadi pilihan utama bagi masyarakat Kota Samarinda karena mudah dijalankan, fleksibel dan memiliki pasar yang luas



akibat sering dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Meskipun demikian, usaha mikro merupakan usaha dengan skala paling kecil dalam kategori usaha, dimana pendapatan yang dihasilkan maupun penyediaan lapangan pekerjaannya tidak lebih besar daripada usaha tingkat lainnya. Khusus untuk usaha mikro jenis kuliner makanan ringan, dapat dipandang memiliki potensi yang cukup besar sebagai penggerak ekonomi masyarakat. Namun pada kondisi nyata, pelaku usaha makanan ringan masih kerap kali mengalami kegagalan dalam berbisnis. Penyebabnya antara lain kurangnya inovasi produk, manajemen usaha yang lemah, keterbatasan modal, dan sebagainya.

Usaha-usaha mikro makanan ringan pun membutuhkan bantuan dari pemerintah untuk dapat mengembangkan usahanya, yang pada kemudian dapat mendorong perekonomian lokal di Kota Samarinda pula. Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda pun kemudian melaksanakan program pemberdayaan UMKM berdasarkan Peraturan Walikota Samarinda Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pemberdayaan Koperasi, UMKM.

Berdasarkan peraturan tersebut, pemberdayaan usaha mikro dilakukan dalam enam bentuk fasilitasi, antara lain fasilitasi pendidikan dan pelatihan, perizinan/kelembagaan, pendampingan pengelolaan usaha, penguatan permodalan, pemasaran, serta Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) (Bab IV Pasal 13 Peraturan Walikota Samarinda Nomor 22 Tahun 2015).

Dalam pelaksanaan pemberdayaan bagi usaha mikro. Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian masih terhambat oleh jumlah dana pembinaan yang kurang memadai, rendahnya daya saing usaha mikro, rendahnya motivasi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas usaha, serta minimnya kemampuan dan keterampilan pelaku usaha untuk mengembangkan usaha akibat faktor usia dan gagap teknologi.

Beberapa penelitian terdahulu bidang administrasi publik maupun manajemen yang memiliki obyek penelitian pada usaha mikro makanan ringan selama ini lebih banyak memfokuskan kajiannya pada peran dinas terkait (Nur dkk, 2017; Najib dan Mursyidah, 2023; Oktaviano, 2023; Nurani dkk, 2024; Safitri dkk, 2024; Rahmawati dan Samsudin, 2025) atau hanya berfokus pada strategi pemasaran (Muslimin, 2022; Anggraeni, 2022; Arum dkk, 2023; Asih dkk, 2023). Sedangkan penelitian ini berupaya mengkaji upaya-upaya yang lebih luas dari pemberdayaan UMKM yang dilakukan pemerintah, dengan tidak membatasi hanya pada aspek peran dinas atau pada aspek pemasaran usahanya saja, melainkan juga pada aspek produksi dan lainnya. Meskipun cukup banyak penelitian mengenai UMKM menemukan bahwa daya saing para pelaku usaha, termasuk usaha mikro makanan ringan, umumnya membutuhkan pendampingan pemerintah dalam hal strategi pemasaran yang berbasis digitalitasasi untuk membantu mereka mempertahankan usahanya di masa kini.

Temuan penelitian ini juga bertujuan memberikan informasi bagi Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda dalam merancang strategi dan kebijakan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro sentra makanan ringan di Kota Samarinda dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian lokal.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini dipilih dengan tujuan untuk mendeskripsikan secara rinci mengenai upaya pemerintah melakukan peningkatan daya saing usaha mikro makanan ringan di Kota Samarinda.

Fokus penelitian ini mencakup enam bentuk fasilitasi dari upaya pemberdayaan UMKM yang dilakukan Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda untuk meningkatkan data saing usaha mikro makanan ringan, yang meliputi fasilitasi pendidikan dan pelatihan, perizinan/



kelembagaan, pendampingan pengelolaan usaha, penguatan permodalan, pemasaran, serta Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI).

Data-data dikumpulkan melalui penggunaan teknik observasi, wawancara terbuka dan studi dokumen. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, Pembina Pengembang Kewirausahaan Bidang Usaha Mikro dan Staf Bidang Perindustrian pada Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda, serta pelaku usaha mikro makanan ringan di Kota Samarinda yang diwakili oleh empat usaha mikro berbagai makanan ringan. Dokumen dan arsip Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda serta kebijakan pemerintah yang relevan menjadi sumber data sekunder. Berbagai sumber data sekunder tersebut dianalisis dan dipadukan (sintesis) dengan data-data primer dengan menggunakan model interaktif (Miles dkk, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Visi Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda tercantum di dalam dokumen Rencana Strategis Tahun 2021-2026 yakni “Terwujudnya Pembangunan Sektor Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Industri Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat yang Berdaya Saing, Maju dan Mandiri”. Maka dari itu, program pemberdayaan UMKM menjadi salah satu program penting dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda untuk menciptakan perekonomian lokal sebagaimana yang diharapkan.

Deskripsi singkat untuk usaha-usaha mikro makanan ringan yang menjadi informan penelitian ini tersaji pada tabel 2.

**Tabel 2.** Profil Usaha Mikro Kota Samarinda sebagai Informan Penelitian

No	Nama & Tahun Berdiri	Alamat	Produk
1	Dapur Dewi Sari (1970)	Kel. Teluk Lerong Ulu, Kec. Sungai Kunjang	Kue elat sapi.
2	Usaha Kampung Amplang UD. Taufik Jaya Makmur (1992)	Kel. Sido-mulyo, Kec. Samarin da Ilir	Amplang, abon ikan bandeng, tuna, gabus dan kepiting, lempok durian.
3	Dapoer Ellen (2016)	Kec. Palaran	Rice box dan aneka snack box.
4	Usaha Naj Nud Snack Kriuk (2017)	Kel. Baqa, Kec. Samarin da Seberang	Keripik tempe, pisang, sukun, ubi kuning, ubi ungu, snack akar sampai dan kue kembang goyang.

Sumber: Hasil penelitian, 2025.

## Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Makanan Ringan di Kota Samarinda melalui Pemberdayaan UMKM oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda

Secara konseptual, daya saing mencakup tata cara suatu perusahaan mampu untuk bertahan di tengah-tengah persaingan dengan meningkatkan *skill* internal perusahaan dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal sehingga perusahaan tersebut dapat unggul dengan

tujuan agar tetap bisa bertahan dan bersaing. Menurut Porter (1993), keunggulan bersaing merupakan suatu langkah yang dilakukan untuk mencari posisi yang menguntungkan bagi pelaku usaha tersebut. Dalam hal ini pelaku usaha harus mampu untuk meningkatkan kualitas usahanya baik dari segi produk, *skill* pemasaran, hingga memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan yang dimiliki.

Usaha mikro makanan ringan Kampung Amplang Dapur Dewi Sari, UD. Taufik Jaya Makmur, Dapoer Ellen dan Naj Nud *Snack* Kriuk merupakan contoh beberapa usaha mikro yang diberdayakan oleh Pemerintah Kota Samarinda melalui Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian sesuai dengan Peraturan Walikota Samarinda Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dalam bentuk fasilitasi pendidikan dan pelatihan, fasilitasi perizinan / kelembagaan, fasilitasi pendampingan pengelolaan usaha, fasilitasi penguatan permodalan, fasilitasi pemasaran, fasilitasi HaKI.

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM diawali dengan dilakukannya sosialisasi Peraturan Walikota tersebut sebagai sumber informasi awal bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya.

## 1. Fasilitasi Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan pelatihan merupakan sebuah usaha sistematis yang diselenggarakan yang dirancang dan dibuat oleh masyarakat untuk menyampaikan pengetahuan, kemahiran, nilai, sikap kepada para ahlinya sesuai dengan bidangnya, selain itu juga didefinisikan sebagai suatu usaha dan upaya yang dilakukan dengan tujuan memberdayakan serta mengembangkan potensi individu dan perubahan yang berlaku di dalam diri manusia (Iswan, 2021).

Fasilitasi pendidikan dan pelatihan bertujuan untuk membantu para pelaku usaha mikro dalam melaksanakan pengembangan usaha. Upaya fasilitasi ini

dilakukan oleh Bidang Perindustrian Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda dengan mengajak para pelaku usaha mikro untuk ikut serta mengikuti kegiatan fasilitasi tersebut, yang terdiri atas peningkatan keterampilan, pengelolaan usaha dengan baik, serta meningkatkan kreativitas usaha agar dapat bersaing dengan usaha lainnya. Beberapa program yang telah dilaksanakan dan diterapkan kepada para pelaku usaha mikro diantaranya sertifikasi halal dan merek, pelatihan desain kemasan yang menarik, serta pelatihan terkait *digital marketing*.

Program fasilitasi pendidikan dan pelatihan tersebut telah dirancang memiliki frekuensi pelaksanaan yang berbeda-beda. Tidak hanya frekuensi pelaksanaan, tiga program fasilitasi tersebut juga memiliki teknis pelaksanaan yang berbeda. Program pendidikan dan pelatihan ini dilaksanakan setidaknya selama setahun dengan waktu pelaksanaan program yang berbeda-beda sesuai dengan *timeline* yang telah ditetapkan oleh Dinas.

Program yang *pertama* adalah sertifikasi halal dan merek. Program ini memiliki tujuan mendorong pelaku usaha untuk memastikan produknya memenuhi standar halal sesuai dengan regulasi. Selain itu, memberikan pemahaman terkait pentingnya memiliki merek dagang untuk melindungi identitas dari produk tersebut. Sehingga sosialisasi sertifikasi halal merupakan langkah awal yang bertujuan untuk mengedukasi pelaku usaha terkait pentingnya memiliki sertifikat halal sebelum menjual produk kepada konsumen, agar terdapat dasar hukum yang jelas apabila merek yang dimiliki disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

Sosialisasi terkait sertifikasi halal dan merek dilaksanakan sebanyak satu kali dalam satu tahun yang dilaksanakan dengan tujuan agar barang/produk pelaku UMKM memiliki sertifikat halal. Program ini dilaksanakan sebanyak dua hari dengan kuota lima puluh orang per harinya sehingga total peserta pada sosialisasi



sertifikasi halal ini sebanyak 100 orang. Pelaksanaan sosialisasi sertifikat halal diawali dengan sosialisasi ketentuan perundangan terkait halal serta *workshop* aplikasi siHalal dalam rangka fasilitasi sertifikasi halal bagi UMKM di Kota Samarinda. Tercatat pada tahun 2024 sosialisasi sertifikasi halal dan merek bagi pelaku UMKM di Kota Samarinda dilaksanakan pada 5-6 Maret 2024. Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda berperan memberikan edukasi serta pendampingan berupa layanan informasi.

Penerbitan sertifikasi halal dilakukan oleh Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Timur, Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) Kalimantan Timur apabila telah memenuhi persyaratan:

1. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP);
2. Fotocopy Nomor Induk Berusaha (NIB);
3. Fotocopy Sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT);
4. Fotocopy Sertifikat Laik Sehat.

Sedangkan untuk pendaftaran dan penerbitan merek dagang dilakukan di Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dengan persyaratan:

1. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP);
2. Fotocopy Nomor Induk Berusaha (NIB);
3. Contoh logo merek yang didaftarkan;
4. Surat keterangan/rekomendasi dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda;
5. Usulan nama/label merek belum pernah didaftarkan dan tidak meniru/memiliki persamaan dengan pihak lain.

Program yang *kedua* adalah pelatihan desain kemasan yang menarik. Penggunaan desain kemasan yang menarik pada sebuah produk memberikan peran yang sangat penting terutama dalam menarik perhatian konsumen serta membantu untuk membangun identitas merek. Desain kemasan tidak hanya mengandung citra dan nilai merek saja namun juga meningkatkan

daya beli konsumen terhadap produk tersebut.

Tercatat pada tahun 2024 Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda telah melaksanakan pelatihan desain kemasan pada 31 Juli dan 1 Agustus 2024 dengan jumlah peserta 60 orang. Pelatihan ini berfokus pada pemberian materi kepada para peserta terkait cara mendesain kemasan yang menarik, mulai dari perpaduan warna, penggunaan huruf dan lain-lain, untuk membantu meningkatkan daya tarik produk, meningkatkan pengemasan yang fungsional, menciptakan identitas merek, meningkatkan efisiensi biaya, mengikuti standar dan regulasi, serta meningkatkan pengalaman konsumen. Dalam pelatihan desain kemasan tersebut, para peserta dapat menggunakan beragam aplikasi yang digunakan untuk mendesain kemasan salah satunya dengan menggunakan aplikasi Canva.

Edukasi mengenai penggunaan kemasan yang menarik pada suatu produk akan membantu para pelaku usaha dalam menarik perhatian konsumen terhadap produk yang sedang dipasarkan, namun tidak hanya sebatas menarik perhatian konsumen akan tetapi dengan hadirnya pelatihan desain kemasan tersebut diharapkan dapat memenuhi target yang telah ditetapkan.

Program yang *ketiga* adalah pelatihan *digital marketing*. *Digital Marketing* merupakan bentuk pemasaran yang memanfaatkan *platform* digital serta teknologi internet untuk mempromosikan produk maupun layanan dengan tujuan utama untuk menjangkau audiens target dengan efektif, membangun kesadaran merek, meningkatkan jumlah kunjungan pada aplikasi, meningkatkan penjualan serta menciptakan keterlibatan pengguna dalam pemakaian media sosial (Arum dkk, 2023). Dengan pelatihan ini diharapkan para pelaku usaha mikro di Kota Samarinda dapat memanfaatkan media *online* secara maksimal untuk pemasaran

produk demi pengembangan usahanya. Sebab pada era digital sekarang ini, hampir semua orang mencari informasi produk bahkan belanja melalui media sosial baik dari *google*, media sosial hingga *e-commerce*. Menuntut pelaku usaha agar dapat lebih mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi salah satunya dengan penguasaan *digital marketing*.

Tercatat pada tahun 2024 Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda melaksanakan pelatihan *digital marketing* pada 21-22 Agustus 2025 dengan peserta dari pelaku usaha sebanyak 30 orang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa para peserta pelatihan ini otomatis kemudian terdaftar menjadi binaan Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda. Mereka memperoleh pengetahuan tentang pemasaran digital, juga mengasah *soft skill* dalam penggunaan media digital sebagai alat promosi produk.

## 2. Fasilitasi Perizinan/Kelembagaan

Dalam konteks berusaha, izin usaha merupakan komponen yang sangat penting untuk dimiliki oleh sebuah usaha. Dalam konteks UMKM, izin usaha yang dimaksud dalam hal ini ialah Nomor Induk Berusaha atau yang dikenal dengan NIB. NIB merupakan identitas resmi yang wajib untuk dimiliki oleh setiap pelaku usaha di Indonesia yang berfungsi sebagai syarat utama untuk mendapatkan berbagai izin usaha dan fasilitas penting lainnya melalui proses *online* dengan melalui *Online Single Submission (OSS)* yang dikelola langsung dan diterbitkan oleh Kementerian Investasi/ Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).

Fasilitasi perizinan/kelembagaan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda dilakukan oleh Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, dengan memberikan pendampingan, pelayanan informasi baik melalui sosialisasi, maupun pemberian informasi secara langsung kepada pemilik usaha. Salah satu informasi yang kerap disampaikan terkait NIB adalah berkas-berkas yang harus disiapkan ketika akan mendaftarkan usahanya agar

mendapatkan NIB pada *platform OSS*, antara lain KTP, NPWP, alamat email aktif, nomor *handphone* aktif serta data diri usaha sesuai dengan jenis usaha. NIB menjadi bukti konkret suatu usaha telah memenuhi ketentuan perizinan yang berlaku.

Setelah mengikuti program fasilitasi perizinan dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda, para pelaku usaha mikro mengaku menjadi lebih paham akan pentingnya legalitas usaha agar usaha bisa berjalan dengan nyaman dan memiliki peluang berkembang lebih luas.

Target dari fasilitasi perizinan/kelembagaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda tercapai dengan maksimal. Berdasarkan data diketahui bahwa terdapat 155.119 usaha mikro di Kota Samarinda sejak tahun 2020-2024 dan usaha kuliner sebanyak 75.189 usaha yang berada di bawah naungan binaan Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Kota Samarinda telah memiliki NIB. Dengan demikian, program pemberdayaan UMKM berupa fasilitasi perizinan/kelembagaan di Kota Samarinda telah tepat sasaran,

## 3. Fasilitasi Pendampingan Pengelolaan Usaha

Fasilitasi pendampingan pengelolaan usaha merupakan proses bimbingan, konsultasi serta advokasi yang dilakukan oleh pendamping kepada pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha, pendampingan ini dilakukan dengan tujuan agar dapat membantu pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dan dapat meningkatkan keuntungan. Secara garis besar pendampingan pengelolaan usaha ini dilakukan sebagai bentuk upaya pemberdayaan kepada pelaku usaha.

Melihat kondisi persaingan dalam dunia usaha diperlukan adanya pendampingan pengelolaan usaha secara langsung baik dari pihak pemerintah maupun swasta terhadap pelaku usaha agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Aktivitas pendampingan dari pemerintah



akan mendukung peningkatan daya saing usaha mikro agar dapat bersaing dengan lebih baik.

Dengan hadirnya fasilitasi pendampingan pengelolaan usaha, akan memudahkan Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda, khususnya Bidang Usaha Mikro, untuk melakukan kontrol terhadap tiap-tiap usaha yang ada di Kota Samarinda dengan harapan usaha tersebut akan selalu berkembang dan dapat terus berjalan, pendampingan tidak hanya dilakukan dengan pemantauan arah gerak usaha saja, namun pendampingan ini juga dilakukan dengan membantu pelaku usaha untuk memeriksa kualitas produk baik dari segi rasa maupun bahan dengan tujuan untuk menjaga eksistensi produk di pasar.

#### 4. Fasilitasi Penguatan Permodalan

Fasilitasi penguatan permodalan dalam hal ini merupakan upaya untuk meningkatkan daya saing dan kemampuan usaha mikro. Penguatan dalam hal ini berupa Program Kredit Bertuah, yang merupakan inisiatif Pemerintah Kota Samarinda bekerja sama dengan Bankaltimtara untuk mendukung pelaku UMKM Kota Samarinda dengan melalui pinjaman tanpa bunga. Fasilitasi penguatan permodalan ini bertujuan untuk membantu meningkatkan perputaran modal usaha, sehingga bagi usaha yang tidak memiliki modal yang cukup untuk membeli bahan baku, maupun modal untuk menjalankan operasional harian tidak perlu lagi meminjam ke rentenir.

Program Kredit Bertuah tidak hanya ditujukan bagi wirausaha baru, namun juga ditujukan bagi usaha mikro yang telah lama beroperasi tetapi membutuhkan dana dapat mengajukan kredit. Wirausaha baru dapat meminjam kredit sejumlah Rp.10.000.000 (sepuluh juta rupiah) dengan jangka waktu pelunasan selama 12 bulan, sedangkan untuk usaha mikro dapat meminjam kredit sejumlah Rp.25.000.000 (dua puluh lima juta rupiah) dengan jangka waktu pelunasan selama 24 bulan. Adapun admin keduanya

dikenakan sejumlah 5 persen dari pinjaman kredit.

Fasilitasi ini tentu ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai, mulai dari proses bimbingan dan pendampingan kepada wirausaha baru maupun usaha mikro dalam proses pengambilan kredit hingga pada wirausaha tersebut lepas dari kredit bertuah.

Hadirnya Program Kredit Bertuah memberikan akses permodalan tanpa bunga kepada UMKM di Kota Samarinda. Hadirnya program ini juga bertujuan untuk mendukung pertumbuhan wirausaha baru, dimana program ini dirancang untuk mendorong lahirnya wirausaha baru terkhusus bagi mereka yang memiliki ide usaha namun terkendala oleh modal.

Terdata bahwa Program Kredit Bertuah telah disalurkan kepada pelaku UMKM sebanyak 80 persen dari total anggaran sebesar 15 Miliar Rupiah kepada 570 pelaku UMKM di Kota Samarinda. Terdapat sebanyak 167 debitur yang telah melunasi pinjaman dan sebanyak 19 debitur yang mengalami tunggakan. Tunggakan disebabkan terdapat usaha yang mengalami penurunan omset sehingga tidak dapat melunasi kredit. Permasalahan lain juga timbul dimana terdapat usaha yang ingin mengambil Kredit Bertuah namun terhalang pemenuhan syarat dalam proses administrasi.

Dengan demikian, dampak jangka panjang dari Program Kredit Bertuah adalah membantu menciptakan lapangan kerja baru yang selanjutnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Samarinda secara merata, serta membangun ekosistem UMKM yang berkelanjutan.

#### 5. Fasilitasi Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan pelaku usaha yang bertujuan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup usaha. Pemasaran merupakan konsep kompleks yang



digunakan untuk menyusun rencana yang memuat tindakan komprehensif untuk menciptakan kesadaran mengenai bisnis, meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun produk dan membangun merk. Kotler (2023) menegaskan bahwa pencapaian sasaran perusahaan perlu dilakukan dengan mengantisipasi kebutuhan pelanggan serta mengarahkan aliran barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari suatu Perusahaan.

Untuk mendukung tujuan tersebut, Dinas Koperasi, UKM & Perindustrian Kota Samarinda melalui Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro mengadakan program fasilitasi pemasaran yang dibagi ke dalam beberapa langkah, mulai dari mengajak usaha mikro untuk ikut bergabung di *event* berupa bazar maupun pameran produk lokal yang ada di dalam daerah maupun luar daerah, membantu memasarkan ke ritel yang ada di Kalimantan Timur, hingga membantu ekspansi produk ke luar daerah seperti ke Mall Sarinah Jakarta dan juga Taman Mini Indonesia. Khusus untuk proses ekspansi produk lokal ke luar daerah, harus melalui proses kurasi yakni dengan menilai sebuah produk untuk memastikan kualitas, legalitas serta kesesuaian standar ekspor dan juga standar pasar.

Tercatat beberapa *event* yang diselenggarakan Pemerintah Kota Samarinda yang menjadi bentuk fasilitasi pemasaran bagi usaha UMKM di tahun 2024 antara lain Festival Ramadhan PSP pada bulan Maret, Gebyar UKM Samarinda pada bulan Juli, Bazar MTQN Nasional XXXX *Expo* pada bulan September, Festival Mahakam pada bulan November. Event yang terkini adalah Pesta Rakyat Kalimantan Timur pada bulan Januari 2025.

Proses pemasaran melalui event dalam daerah terkonfirmasi oleh para pelaku UMKM memberikan dampak positif terhadap penjualan produk. Produk-produk usaha mikro dapat mengalami promosi gratis pada saat ada media yang meliput maupun konsumen memposting produk

UMKM di media sosial. Para pelaku usaha juga terbuka peluang kemitraan dan distribusi usahanya menjadi lebih luas. Kondisi yang berbeda dihadapi pelaku usaha dalam hal ekspansi produk ke luar daerah, sebab terdapat proses kurasi yang cukup panjang dan ketat pasca pandemi Covid-19 yang dapat dilalui sebagai mekanisme uji kelayakan produk.

Selain fasilitasi pemasaran tersebut, terdapat pula bentuk pemasaran digital, yang intinya memanfaatkan media sosial untuk membantu pelaku usaha memasarkan produk untuk meraih jangkauan konsumen yang lebih luas. Sebab, sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, para pelaku usaha dituntut untuk dapat beradaptasi terkhususnya dengan memanfaatkan media sosial serta berbagai *platform* yang tersedia. Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda memberikan pelatihan *digital marketing* untuk fasilitasi pemasaran jenis ini.

Hasil dari pelatihan pemasaran digital yaitu para pelaku usaha mikro di Kota Samarinda memiliki media sosial khusus untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya. Melalui media sosial tersebut, berbagai produk yang dihasilkan dapat diunggah dengan menguraikan deskripsi, komposisi, asal usul, proses produksi hingga promosi produk yang bahkan dapat merincikan petunjuk pembelian atau pemesanan produk (gambar 1).



### **Gambar 1.** Bentuk Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Digital

Dengan pemanfaatan media sosial untuk melakukan pemasaran digital, para pelaku usaha lebih leluasa untuk mempromosikan produknya kepada konsumen tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan hanya bermodal kuota internet, pemasaran dapat menjangkau konsumen secara lebih luas sehingga meningkatkan penjualan produk. Para pelaku usaha mikro juga memperoleh peluang untuk berkolaborasi dengan sesama pelaku usaha maupun pembeli grosir dengan mudah untuk keberlanjutan usahanya dalam jangka waktu panjang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda melalui *event*, perluasan pasar, dan *digital marketing* memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan dan daya saing usaha mikro. Pemasaran berbasis media sosial menjadi pendekatan yang relevan dan efektif, terlebih ketika didukung oleh pelatihan yang adaptif terhadap kebutuhan dan perkembangan zaman.

### **6. Fasilitasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI)**

HaKI merupakan hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (Rachmadi dalam Chazawi, 2019). HaKI merupakan hak yang timbul dikarenakan teradapat pola pikir yang menghasilkan suatu produk/proses yang berguna bagi manusia (Firmansyah, 2008). Adapun titik tolak yang dilindungi oleh HaKI ialah proses berpikir penciptanya, sehingga hak yang dimaksud di sini ialah hak untuk berupaya mempertahankan karya karangan sebagai miliknya.

Beberapa bentuk karya yang dapat dilindungi oleh HaKI antara lain paten, merek, desain industri, hak cipta, indikasi

geografis, tata letak (topografi) sirkuit terpadu, perlindungan informasi rahasia, serta kontrol terhadap praktik persaingan usaha tidak sehat dalam perjanjian lisensi (Lindsey dalam Chawazi, 2019). Berkaitan dengan usaha mikro ataupun UMKM, fasilitasi HaKI yang diberikan Pemerintah Kota Samarinda adalah merek dagang yang digunakan untuk melindungi nama dari sebuah usaha, yang diwujudkan melalui penerbitan Sertifikat Merek Dagang.

Melihat banyaknya kasus plagiasi merek yang kian marak terjadi, Pemerintah Kota Samarinda, khususnya Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda berkomitmen untuk memperkuat sektor perdagangan dan UMKM dengan memberikan pendampingan secara langsung termasuk dalam urusan pendaftaran merek dagang. Adapun merek dagang tidak langsung diberikan oleh dinas. Dinas hanya menjembatani pelaku usaha yang ingin mengurus sertifikat merek dagang tersebut dan diarahkan untuk datang ke instansi terkait yakni Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang berada di bawah Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, dengan melengkapi persyaratan sebagaimana pada sosialisasi merek pada fasilitasi pendidikan dan pelatihan.

Fasilitasi HaKI berupa merek dagang merupakan program lanjutan dari fasilitas pendidikan dan pelatihan berupa sosialisasi sertifikasi merek yang mencakup pemahaman mengenai urgensi kepemilikan merek dagang tidak hanya sebagai bentuk perlindungan hukum saja namun juga sebagai strategi dalam meningkatkan *branding* usaha dan daya saing produk di pasar.

Pemerintah Kota Samarinda dalam hal ini juga mendorong aktif adanya kemudahan dalam pengurusan HaKI bagi pelaku usaha, salah satunya dengan bermitra dengan sepuluh Kecamatan yang ada di Kota Samarinda. Apabila terdapat pelaku usaha yang ingin mendaftarkan merek dagangnya maka dapat datang



langsung ke kecamatan sesuai dengan domisili tanpa harus datang kembali ke dinas untuk berkonsultasi terkait proses pendaftaran serta bantuan teknis dan informasi mengenai persyaratan yang diperlukan, adapun persyaratan sebagaimana pada poin sosialisasi sertifikasi halal dan merek.

Meskipun demikian, tidak semua pelaku usaha yang ada di Kota Samarinda telah mendaftarkan merek dagangnya. Hal ini dikarenakan penggunaan nama produk tidak diperbolehkan tercantum pada merek yang akan didaftarkan.

Upaya fasilitasi HaKI oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda memberikan pengaruh terhadap peningkatan daya saing usaha mikro makanan ringan di Kota Samarinda. Hadirnya kesadaran akan pentingnya memiliki sertifikat merek dagang sebagai dokumen yang akan melindungi usaha tersebut dari plagiasi merek oleh usaha lain.

#### **Faktor Penghambat dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Makanan Ringan di Kota Samarinda melalui Pemberdayaan UMKM**

Dalam pelaksanaan upaya peningkatan daya saing usaha mikro makanan ringan oleh Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Kota Samarinda teridentifikasi berbagai faktor penghambat sebagai berikut:

No	Hambatan Internal	Hambatan Eksternal
1	Pelayanan informasi yang kurang maksimal sehingga masih banyak usaha binaan yang kerap tertinggal dan tidak bisa mengikuti program dari dinas.	Kurangnya kesadaran pelaku usaha mikro untuk mengikuti kegiatan pemberdayaan dari Dinas sehingga tidak menjadi usaha binaan Dinas.
2	Inovasi tema pelatihan yang masih minim sehingga pelatihan yang dilaksanakan menjadi tidak menarik bagi pelaku usaha.	Terbatasnya ketersediaan bahan baku produk yang mengakibatkan keterbatasan jumlah produksi.
3		Terbatasnya modal usaha yang dimiliki pelaku usaha mikro, meski telah tersedia Program Kredit Bertuah akibat sistem pemasaran yang bersifat konsinyasi.

Sumber: Hasil Penelitian, 2025).

Analisis mengenai hambatan internal terkait faktor masih kurang maksimalnya pelayanan informasi tentang program pemberdayaan UMKM oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda ditemukan adanya pemahaman dari pihak Dinas bahwa seluruh pelaku usaha mikro binaan telah memahami dan mengetahui informasi yang disampaikan. Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan data di lapangan bahwa ditemukan masih terdapat keterbatasan akses dan



**Tabel 2.** Identifikasi Faktor Penghambat Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Makanan Ringan di Kota Samarinda

pemahaman informasi dikalangan pelaku usaha mikro makanan ringan. Terdapat beberapa pelaku usaha yang mengaku kurang mengetahui adanya program pelatihan yang sedang berlangsung, hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat celah dalam mekanisme penyebaran informasi yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan agar pemberdayaan dapat berjalan secara efektif dan merata.

Kondisi tersebut menandakan bahwa perlu adanya optimalisasi pelayanan informasi agar keputusan-keputusan strategis yang diambil pemerintah benar-benar dapat diterima, dipahami dan dimanfaatkan pelaku usaha mikro makanan ringan secara merata.

Kemudian atas hambatan internal berupa minimnya inovasi tema pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda bagi pelaku usaha mikro menyebabkan kegiatan pelatihan menjadi kurang menarik dan terkesan monoton dari tahun ke tahun. Ketidakhadiran variasi materi yang relevan dengan perkembangan tren pasar dan kebutuhan aktual pelaku usaha menjadikan pelatihan tidak mampu menjawab tantangan yang dihadapi usaha mikro secara dinamis.

Kondisi ini berpotensi menurunkan minat keikutsertaan pelaku usaha dalam kegiatan pelatihan, serta mengurangi efektivitas program pemberdayaan yang seharusnya menjadi ruang peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM secara berkelanjutan. Padahal pelatihan yang inovatif akan mendorong peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha secara relevan, membangkitkan motivasi untuk belajar, serta memfasilitasi lahirnya strategi bisnis yang lebih adaptif dan kompetitif. Tanpa inovasi, pelatihan akan kehilangan daya tarik dan manfaat praktisnya, sehingga pelaku usaha tidak memperoleh nilai tambah yang signifikan bagi pengembangan usahanya.

Sedangkan apabila mencermati hambatan eksternal, diketahui bahwa partisipasi pelaku usaha dalam program

pembinaan Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Samarinda masih minim. Hal tersebut disebabkan oleh terbatasnya pelayanan informasi dari pihak dinas, tetapi juga dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran dari pelaku usaha itu sendiri. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Rif'at dan Apriani (2024).

Banyak pelaku usaha mikro yang belum memahami pentingnya menjadi bagian dari binaan Dinas, sehingga tidak mendaftarkan usahanya secara resmi. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap manfaat jangka panjang dari pembinaan, seperti akses terhadap pelatihan, pemasaran, legalitas usaha, dan pendampingan. Akibatnya, pelaku usaha kehilangan peluang strategis untuk mengembangkan kapasitas usahanya secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan adanya kesadaran dari pemilik usaha bahwa apabila usahanya masih belum mencapai kemandirian atau daya saing yang optimal, maka sebaiknya mendaftarkan usahanya ke dalam program pembinaan Dinas. Melalui program tersebut, pelaku usaha dapat memperoleh berbagai bentuk pemberdayaan, baik berupa pengembangan *soft skill* seperti pelatihan manajerial, pemasaran, dan digitalisasi usaha, maupun bantuan dalam bentuk akses permodalan atau fasilitas penunjang lainnya yang dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Kemudian harga bahan baku produk yang cenderung mahal, dapat dianalisis dengan teori rantai pasok (*supply chain management*), bahwa ketersediaan bahan baku merupakan salah satu elemen krusial dalam menjaga kelancaran produksi dan kesinambungan usaha. Rantai pasok yang efektif harus mampu menyeimbangkan antara permintaan pasar dengan ketersediaan pasokan bahan baku, agar produksi dapat berjalan stabil dan efisien. Usaha mikro makanan ringan di Kota Samarinda yang menghadapi hambatan ini adalah usaha yang



menggunakan ikan sebagai bahan baku utama produknya.

Dari perspektif keberlanjutan usaha (*business sustainability*), keberlangsungan produksi sangat dipengaruhi oleh stabilitas rantai pasok. Jika bahan baku utama sulit diakses secara konsisten, maka diperlukan strategi adaptif, seperti diversifikasi bahan baku, kerja sama dengan penyedia bahan baku lokal, atau menjalin kemitraan jangka panjang dengan nelayan atau koperasi perikanan.

Berikutnya, analisis terhadap hambatan eksternal mengenai Program Kredit Bertuah menunjukkan bahwa masih terdapat pelaku usaha mikro makanan ringan yang tidak memanfaatkan Program Kredit Bertuah, disebabkan oleh pertimbangan tidak ingin terlibat dalam skema pembiayaan berbasis utang. Maka kemudian, alternatif yang dijalani oleh pelaku usaha tersebut yakni dengan berupaya mencari investor yang bersedia menanamkan modal. Hal ini sejalan dengan strategi pemasaran yang selama ini dijalankan yakni dengan menggunakan sistem konsinyasi yang dinilai memerlukan modal tambahan untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Ketergantungan pada sistem konsinyasi sebagai alternatif pembiayaan juga membawa dampak, dimana arus kas menjadi tidak menentu dan bergantung pada hasil penjualan pihak ketiga, yang memperlambat rotasi modal dan mengurangi efisiensi operasional. Lebih jauh lagi, tanpa adanya tambahan modal, ekspansi pasar, baik secara geografis maupun kanal pemasaran, menjadi terhambat, sehingga pertumbuhan usaha menjadi stagnan dan sulit untuk berkembang secara optimal.

Maka penelitian ini menemukan bahwa meskipun Program Kredit Bertuah secara teori merupakan salah satu bentuk intervensi pemerintah dalam mendukung akses pembiayaan bagi pelaku UMKM sebagaimana dijelaskan dalam teori intervensi kebijakan publik dan pemberdayaan ekonomi, namun dalam

implementasinya masih terdapat sejumlah hambatan. Beberapa kendala tersebut antara lain terbatasnya informasi yang diterima pelaku usaha, kekhawatiran terhadap risiko berutang, serta preferensi terhadap sumber pendanaan non-kredit seperti investor atau modal pribadi.

Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa efektivitas Program Kredit Bertuah tidak hanya ditentukan oleh ketersediaannya, tetapi juga oleh kesiapan, persepsi, dan preferensi para pelaku usaha. Agar program ini dapat dioptimalkan, perlu adanya pendekatan yang lebih partisipatif dan adaptif terhadap kebutuhan nyata pelaku usaha, serta peningkatan layanan informasi agar manfaat program dapat tersampaikan secara merata dan tepat sasaran.

## SIMPULAN

Terdapat sinergi antara pemerintah dengan pelaku usaha dalam meningkatkan angka perekonomian di Kota Samarinda dimana pemerintah hadir dengan memberikan dukungan agar pelaku usaha dapat semakin meningkatkan skala usahanya dan dapat bersaing dengan pelaku usaha yang sudah lebih maju melalui pelaksanaan program pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda.

Upaya peningkatan daya saing usaha mikro makanan ringan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda telah dilakukan dalam beberapa bentuk upaya pemberdayaan. Berdasarkan pada pelaksanaan upaya tersebut, Dinas telah menjalankan peran sebagai penyelenggara pemberdayaan, perlindungan, fasilitasi pengembangan serta monitoring dan evaluasi dalam upaya membantu meningkatkan daya saing usaha mikro makanan ringan di Kota Samarinda. Hanya saja dalam pelaksanaannya diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengatasi kendala-kendala yang menghambat upaya peningkatan daya saing secara maksimal.



Untuk mengatasi keterbatasan akses dan pemahaman informasi di kalangan pelaku usaha mikro makanan ringan, Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda perlu melakukan optimalisasi dalam pelayanan informasi. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membentuk sistem informasi yang lebih terstruktur dan inklusif, seperti penggunaan *platform* digital resmi (*website*, media sosial, dan grup *WhatsApp* atau *Telegram*) yang diperbarui secara berkala dan mudah diakses oleh pelaku usaha. Selain itu, penting juga dilakukan pendekatan proaktif, seperti penyuluhan langsung ke lapangan, penyampaian informasi melalui komunitas UMKM, atau kolaborasi dengan kelurahan dan RT untuk menjangkau pelaku usaha yang belum tergabung dalam pembinaan.

Pelatihan mengenai literasi digital bagi pelaku usaha juga perlu ditingkatkan, agar mereka tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mampu mencari secara mandiri. Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda perlu melakukan evaluasi berkala terhadap tema pelatihan yang diberikan serta melibatkan pelaku usaha dalam penyusunan materi, agar pelatihan lebih adaptif terhadap perkembangan pasar dan kebutuhan riil di lapangan. Pengembangan pelatihan berbasis tren, studi kasus aktual, dan penggunaan teknologi digital juga penting untuk meningkatkan relevansi dan daya tarik program pemberdayaan UMKM.

Edukasi kepada pelaku usaha mikro makanan ringan Kota Samarinda juga perlu dilakukan mengenai manfaat jangka panjang dari program pemberdayaan UMKM, mengenai akses pelatihan, pemasaran, dan legalitas usaha demi perkembangan usaha mereka secara berkelanjutan. Keterbatasan bahan baku dapat diatasi melalui dorongan strategi diversifikasi bahan baku dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda serta menjalin kemitraan yang lebih erat dengan penyedia bahan baku lokal, baik nelayan maupun koperasi

perikanan. Dengan demikian, pelaku usaha dapat menjaga kelancaran produksi dan keberlanjutan usaha, meskipun menghadapi fluktuasi harga bahan baku.

Keterbatasan modal yang dihadapkan pada kondisi keinginan para pelaku usaha untuk tidak terlibat dalam skema pembiayaan berbasis utang dapat diatasi dengan diversifikasi sumber pendanaan, seperti pembiayaan berbasis *crowdfunding* atau kemitraan dengan investor lokal, yang dapat membantu usaha memperoleh tambahan modal tanpa tergantung sepenuhnya pada konsinyasi. Dengan demikian, kapasitas produksi dan kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dapat meningkat, serta membuka peluang untuk inovasi produk dan ekspansi pasar yang lebih efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Nining Yulia, Susi Melinasari dan Hasbi Ash Shiddieqy. (2022). “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Nyonya Sambel Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor dalam Perspektif Manajemen Syariah”. *Sahid Business Journal*, 2(1), 118-128. Diunduh dari <https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v2i01.84>

Apriani, Fajar dan Hariati. (2025). “Study of Competitive Setting in the Implementation of Cultural Advancement Policy in East Kalimantan Province”, *Jurnal PINISI Discretion View*, 8(2), 415-424. Diunduh dari <http://dx.doi.org/10.26858/pdr.v8i2.74995>

Arum dkk. (2023). “Pemberdayaan Usaha Mikro Melalui Identitas Merek dan Strategi Digital Marketing pada UMKM Nasi Bakar di Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 2(2), 13–26. Diunduh dari

<https://doi.org/10.55606/jpmi.v2i2.1759>

Asih, Sri, Chandra Satria dan Amir Salim. (2023). "Strategi Pemasaran UMKM dalam Meningkatkan Keunggulan Keripik Pisang Sahabat melalui Media Online (Studi Kasus Desa Rimba Ukir Kecamatan Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 3(1), 1-8. Diunduh dari: <https://doi.org/10.36908/jimesha.v3i1.171>

Chazawi, Adami. (2019). *Tindak Pidana Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI)*. Malang: Media Nusantara Creative.

Firmansyah, Muhammad. (2008). *Tata Cara Mengurus HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual), Hak Cipta, Paten, Merek, Desain Industri, Desai Tata Letak Sirkuit Terpadu Dan Rahasia Dagang*. Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka.

<https://www.bps.go.id>

<https://www.ekon.go.id>

<https://kaltim.antaranews.com/berita/17512/5/jumlah-umkm-kaltim-sudah-capai-344581>.

Iswan. (2021). *Manajemen Pendidikan dan Pelatihan*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Andi.

Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. Edisi Ketiga. Sage publication, Inc.

Muslimin, Zabir Zainuddin dan Muh. Kepin Saputra. (2022). "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda)". *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132-149. Diunduh dari <https://doi.org/10.54297/sjeb.Vol3.Iss2.338>

Najib, A., & Mursyidah, L. (2023). "Peran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam Pemberdayaan Usaha Mikro". *Societas : Jurnal Ilmu Administrasi Dan Sosial*, 12(1), 139–152. Diunduh dari <https://doi.org/10.35724/sjias.v12i1.5123>

Nur, Dwi Sepriono, Fajar Apriani dan Hariati. (2017). "Peran Dinas Koperasi dan UKM dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda", *Ejournal Administrasi Negara*, 5(2), 5844-5855. Diunduh dari [https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/05/JURNAL%20fix%20\(05-23-17-06-43-27\).pdf](https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/05/JURNAL%20fix%20(05-23-17-06-43-27).pdf)

Nurani, Juli, Susi Ratnawati, Fajar Apriani dan Kus Indarto. (2024). "Study of Strategic Fast-Growing Areas (KSCT) in Developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Gresik Regency", *INNOVATIVE: Journal of Social Sciences Research*, 4(4), 4147-4182. Diunduh dari <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/13567>

Oktaviano, Muhammad Erwin. (2023). Peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Baubau dalam Pengembangan UMKM di Kota Baubau. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin. Diunduh dari [https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/35010/2/E051201059\\_skripsi\\_04-04-2024%201-2.pdf](https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/35010/2/E051201059_skripsi_04-04-2024%201-2.pdf)

Peraturan Walikota Samarinda Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Porter, Michael E. (1993). *Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga.

Rahmawati, S.T. dan Samsudin. (2025). Peran Dinas Koperasi dan UKM dalam Pemberdayaan dan



Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Dompu. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1349–1362. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2473>

Rencana Strategis Dinas Koperasi, UKM & Perindustrian Kota Samarinda 2021-2026.

Rif'at, Andi dan Fajar Apriani. (2024). “Strategi Komunikasi Disperindagkop dan UKM Provinsi Kalimantan Timur kepada Pelaku UMKM dalam Pelaksanaan Pembayaran Digital”, *Co-Value*:

*Jurnal Ekonomi, Koperasi dan Kewirausahaan*, 14(11), 824-836. Diunduh dari <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i11.4328>

Safitri, Dahlia, Asrifai dan Rusmawaty Dte Rusdin. (2024). “Peran Pemerintah Kota Palu dalam Memberdayakan UMKM di Kota Palu”, *JSIP: Jurnal Studi Inovasi Pemerintahan*, 1(1), 137-153. Diunduh dari <https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/jsip/article/view/1549>