

PERAN PROGRAM PENDAMPINGAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM OLEH DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH DAN PERDAGANGAN KOTA SURABAYA

Devita Frisdayana Purba¹, Dyah Widowati²

devitafrisdayana@gmail.com¹, dyahwidowati.adbis@upnjatim.ac.id²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

UMKM berperan penting dalam perekonomian, namun daya saingnya masih rendah akibat keterbatasan manajerial, teknologi, dan pemasaran. Penelitian ini menganalisis peran program pendampingan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan pendekatan kualitatif, hasil menunjukkan pendampingan berkontribusi pada peningkatan kemampuan manajerial, akses teknologi digital, dan branding produk. Kendala utama meliputi keterbatasan sumber daya pendamping dan rendahnya partisipasi UMKM. Program ini terbukti efektif, namun diperlukan penguatan cakupan dan evaluasi untuk hasil lebih optimal.

Kata kunci : UMKM, Pendampingan, Daya Saing, Surabaya.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in economic development but often face challenges such as limited managerial capacity, technological access, and marketing strategies, resulting in low competitiveness. This study examines the role of the mentoring program by the Surabaya City Office of Cooperatives, Small and Medium Enterprises, and Trade in enhancing MSME competitiveness. Using a qualitative approach, the findings reveal that the program significantly improves managerial skills, digital technology adoption, and product branding. Key challenges include limited mentoring resources and low MSME participation. The program proves effective, yet expanding its scope and strengthening evaluation mechanisms are essential for better outcomes.

Keywords: *Msmes, Mentoring, Competitiveness, Surabaya.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. Kehadiran UMKM menjadi kekuatan ekonomi yang selama ini menunjang perekonomian negara dan daerah melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan penggerak roda perekonomian lokal (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Di Kota Surabaya, UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat kemandirian masyarakat. Namun, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, manajemen bisnis yang kurang optimal, dan rendahnya kemampuan pemasaran, yang menghambat daya saing mereka di era globalisasi.

Dalam menghadapi tantangan ini, strategi pemasaran berbasis digital telah menjadi salah satu solusi yang potensial. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan internet dan teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan (Juliana et al., 2020). Dengan memanfaatkan digital marketing, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mengembangkan strategi bisnis berbasis data. Namun, adopsi digital marketing masih menjadi kendala bagi banyak UMKM akibat keterbatasan sumber daya dan pengetahuan.

Untuk mendorong penguatan UMKM, Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan menyelenggarakan program pendampingan. Program ini bertujuan meningkatkan kemampuan manajerial, akses terhadap teknologi digital, dan penguasaan strategi pemasaran berbasis digital. Melalui pendekatan pemberdayaan komunitas, program ini diharapkan dapat memberdayakan pelaku UMKM agar lebih kompetitif dalam menghadapi tantangan pasar dan menciptakan dampak ekonomi yang lebih besar di tingkat daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran program pendampingan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Surabaya, khususnya melalui implementasi digital marketing. Dengan mengidentifikasi dampak program, kendala yang dihadapi, serta peluang perbaikan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan efektivitas program pendampingan UMKM ke depannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif eksploratif untuk menganalisis peran program pendampingan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya dalam meningkatkan daya saing UMKM. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM yang menjadi peserta program, staf atau pejabat dinas terkait, serta pendamping program. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati langsung pelaksanaan pendampingan. Data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumen, seperti laporan pelaksanaan program, publikasi terkait, serta literatur tentang digital marketing dan pemberdayaan UMKM.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik yang meliputi reduksi data, pengelompokan berdasarkan tema utama seperti implementasi digital marketing, dampak program terhadap daya saing, serta kendala yang dihadapi. Hasil analisis disajikan dalam bentuk narasi dan visualisasi untuk memberikan gambaran yang komprehensif. Triangulasi metode dan sumber digunakan untuk memastikan validitas data, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai informan. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan insight yang mendalam mengenai efektivitas program pendampingan dalam mendorong daya saing UMKM melalui adopsi digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), dan Perdagangan Kota Surabaya memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan UMKM di Surabaya. Dinas ini bertanggung jawab untuk merumuskan, melaksanakan, serta memantau kebijakan yang berkaitan dengan koperasi dan UMKM, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui pendampingan dan pelatihan.

Dinas ini berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan meningkatkan daya saing UMKM melalui berbagai program pendampingan, yang meliputi aspek pemasaran, manajemen, serta legalitas usaha. Salah satu kegiatan utama yang dilaksanakan adalah pendampingan dalam hal perizinan usaha, seperti pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), yang memberikan UMKM legalitas usaha untuk meningkatkan kepercayaan pasar dan akses ke fasilitas pembiayaan. Selain itu, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya juga aktif

dalam memperkenalkan UMKM kepada dunia digital melalui pelatihan digital marketing, yang diharapkan dapat memperluas pangsa pasar UMKM dan meningkatkan daya saing mereka di era digital.

Dinas ini bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk lembaga keuangan, untuk memberikan pembiayaan yang mudah diakses oleh pelaku UMKM. Selain itu, mereka juga mengadakan berbagai pameran dan event untuk mempromosikan produk UMKM di pasar lokal dan internasional. Semua upaya ini bertujuan untuk meningkatkan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta mengurangi angka kemiskinan melalui pemberdayaan sektor UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi.

Dengan kebijakan yang proaktif, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya berperan sebagai jembatan antara pelaku usaha dengan berbagai sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mereka, serta memfasilitasi integrasi UMKM dalam pasar yang lebih luas.

Implementasi program pendampingan

Implementasi pendampingan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya menunjukkan efektivitas dalam meningkatkan daya saing UMKM. Adapun proses pendampingan yang dilakukan yaitu mulai dari bulan September 2024 sampai dengan Desember 2024. Pendampingan ini meliputi dua aspek utama: digital marketing dan legalitas usaha. Dalam hal digital marketing, pelaku UMKM diberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial dan platform digital untuk memperluas pasar mereka, yang berdampak langsung pada peningkatan penjualan. Selain itu, pendampingan juga mencakup pembuatan legalitas usaha, seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), yang memfasilitasi pelaku UMKM dalam mendapatkan akses pembiayaan, perlindungan hukum, dan peluang kerja sama yang lebih luas. Implementasi ini berhasil meningkatkan kualitas produk dan pemasaran UMKM, meskipun ada tantangan dalam keterbatasan sumber daya dan pengetahuan yang dimiliki oleh beberapa pelaku usaha. Program ini menunjukkan pentingnya pemberdayaan berkelanjutan agar UMKM dapat terus berkembang dan bersaing di pasar global (Juliana et al., 2020; Aysa, 2022).

Peningkatan Keterampilan Digital Marketing

Dari hasil wawancara dengan 10 pelaku UMKM yang mengikuti program ini, sekitar 70% peserta melaporkan adanya peningkatan kemampuan dalam hal pemasaran digital. Pelatihan mengenai penggunaan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, serta penggunaan platform marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, terbukti efektif untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Para pelaku usaha kini lebih paham dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis konten, iklan berbayar, serta teknik interaksi langsung dengan pelanggan melalui chat atau live streaming.

Peningkatan Penjualan dan Akses ke Pasar Baru

Sebanyak 70% peserta melaporkan peningkatan volume penjualan setelah menerapkan teknik digital marketing yang mereka pelajari dalam program pendampingan. Peningkatan ini tidak hanya tercatat dalam penjualan online, tetapi juga dalam peningkatan loyalitas pelanggan, yang memberikan dampak positif terhadap bisnis jangka panjang.

Legalitas Usaha sebagai Penguat Daya Saing

Pentingnya legalitas usaha dalam meningkatkan daya saing UMKM menjadi faktor signifikan dalam program ini. Sebanyak 60% pelaku UMKM yang mengikuti program pendampingan dan mengurus legalitas usaha mereka, seperti pembuatan Nomor Induk

Berusaha (NIB), mencatatkan peningkatan dalam akses ke pembiayaan dan peluang kerjasama dengan mitra bisnis. NIB memberikan perlindungan hukum yang sangat diperlukan untuk UMKM agar bisa bersaing secara legal dan mendapatkan kepercayaan pasar yang lebih tinggi.

Kendala yang Dihadapi

Namun, terdapat beberapa kendala dalam implementasi program ini. Beberapa pelaku UMKM mengungkapkan bahwa keterbatasan waktu dan sumber daya menjadi hambatan dalam mengelola pemasaran digital secara berkelanjutan. Selain itu, terdapat ketidaktahuan tentang proses legalitas usaha, terutama terkait pengurusan NIB, yang masih menghambat beberapa UMKM untuk memaksimalkan manfaat dari program pendampingan ini. Beberapa pelaku usaha juga mengeluhkan kesulitan dalam membuat konten yang menarik dan efektif di media sosial.

Pendampingan yang diberikan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya dalam konteks ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman tentang digital marketing sangat penting bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Hal ini sesuai dengan pendapat Juliana et al. (2020) yang menyatakan bahwa digital marketing memiliki peran strategis dalam memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi pemasaran, dan memperkuat interaksi dengan pelanggan.

Selain itu, pentingnya legalitas usaha dalam meningkatkan daya saing UMKM tidak dapat dipandang sebelah mata. Legalitas usaha, seperti pendaftaran NIB, memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan mempermudah mereka untuk mengakses berbagai fasilitas, termasuk pembiayaan dan kerjasama dengan pihak lain. Aysa (2022) dan Budiarto et al. (2022) menjelaskan bahwa legalitas usaha juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis, yang menjadi faktor kunci dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM.

Kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam mengelola digital marketing dan proses pembuatan legalitas usaha mencerminkan kebutuhan untuk memberikan pelatihan lebih lanjut dan dukungan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih adaptif dalam pendampingan, yang mencakup pemberian alat teknologi yang lebih mudah digunakan dan fleksibilitas waktu dalam pelatihan. Pemberdayaan melalui pendampingan yang mencakup peningkatan keterampilan digital dan legalitas usaha ini merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan global.

KESIMPULAN

Program pendampingan yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya telah berhasil meningkatkan daya saing UMKM melalui dua pilar utama: digital marketing dan legalitas usaha. Pelatihan digital marketing yang difokuskan pada penggunaan media sosial dan platform digital terbukti efektif dalam memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan UMKM. Selain itu, pendampingan dalam pembuatan legalitas usaha, seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), memberikan manfaat signifikan dalam mengakses pembiayaan, membangun kepercayaan pasar, dan memperluas jaringan mitra bisnis. Meskipun ada kendala terkait keterbatasan sumber daya dan pengetahuan, hasil penelitian menunjukkan bahwa program ini memiliki dampak yang positif terhadap pengembangan UMKM. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk melanjutkan

dan meningkatkan program pendampingan dengan pendekatan yang lebih adaptif dan berkelanjutan, guna memastikan UMKM dapat bersaing di pasar yang semakin terdigitalisasi dan global.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, F. N. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan. *KARYA UNGGUL : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Juliana, A. D. (2020). *MARKETING STRATEGY IN DIGITAL ERA*. NEM.
- Mohamad Trio Febriyanto, D. A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*.
- Salsabila, F. D. (2024). Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Produk UMKM di Desa Cipicung Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Sutantri, I. R. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Branding Produk dalam Upaya Pengembangan UMKM di Dusun Sukomoro Desa Puncu Kec. Puncu Kediri. *NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.