

Strategi Dinas Koperasi, UMKM, Dan Perdagangan Dalam Mengakselerasi Pengembangan Dan Pemasaran Digital Serta Customer Engagement Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru: Studi Kualitatif Berbasis Atlas.Ti

Sri Hardianti Lukman
Prodi Bisnis Digital ITBA Al gazali Barru
srihardianti@algazali.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan dalam mengakselerasi pengembangan dan pemasaran digital serta customer engagement guna meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan aparat Dinas Koperasi, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan terkait, yang didukung oleh observasi lapangan serta dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak ATLAS.ti melalui tahapan open coding, axial coding, dan selective coding untuk mengidentifikasi tema-tema utama penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Koperasi berperan sebagai fasilitator dalam peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan pemasaran digital, penguatan kualitas produk, fasilitasi legalitas usaha, serta promosi melalui pameran dan jejaring sosial masyarakat. Namun, implementasi pemasaran digital dan customer engagement belum berjalan secara optimal akibat keterbatasan literasi digital, permodalan, dan anggaran pemerintah daerah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis digital memerlukan penguatan sinergi lintas sektor, dukungan kebijakan yang berkelanjutan, serta peningkatan kapasitas pelaku UMKM agar daya saing UMKM dapat meningkat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Dinas Koperasi; UMKM; Pemasaran Digital; Customer Engagement.

A.PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu motor penggerak utama ekonomi lokal di Indonesia karena kontribusinya yang besar terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi daerah. UMKM juga berperan sebagai penyangga perekonomian nasional pada saat terjadi krisis ekonomi. Keberadaan UMKM sangat penting terutama di wilayah perdesaan karena mampu menggerakkan potensi ekonomi lokal. Oleh karena itu, penguatan UMKM menjadi agenda strategis dalam pembangunan ekonomi daerah. Namun, pengembangan UMKM memerlukan dukungan kebijakan dan pendampingan yang berkelanjutan dari pemerintah. Peran tersebut menjadikan pemerintah daerah sebagai aktor penting dalam pemberdayaan UMKM (Hadi & Choiriyah, 2025; Tambunan, 2020).

Pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Peran ini diwujudkan melalui penyusunan kebijakan, penyediaan fasilitas pendukung, serta pelaksanaan program pembinaan dan pendampingan usaha. Dinas Koperasi berfungsi tidak hanya sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator dan katalisator pengembangan UMKM. Bentuk dukungan pemerintah daerah mencakup pelatihan kewirausahaan, konsultasi manajemen usaha, serta fasilitasi akses pasar. Dengan peran tersebut, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya. Efektivitas peran pemerintah menjadi kunci keberhasilan pemberdayaan UMKM (Loso & Al-Amin, 2024).

Salah satu instrumen penting dalam pemberdayaan UMKM adalah pelatihan dan pembinaan usaha yang dilakukan secara berkelanjutan. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam pengelolaan usaha, inovasi produk, serta strategi pemasaran. Melalui program pengembangan kapasitas, pelaku UMKM didorong untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Inovasi kemasan dan peningkatan kualitas produk menjadi bagian penting dari strategi peningkatan nilai tambah UMKM. Selain itu, pembinaan yang konsisten dapat meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan diri pelaku usaha. Dengan demikian, pelatihan menjadi fondasi penting dalam penguatan kapasitas UMKM (Rahmayanti, 2024).

Selain dukungan teknis dari pemerintah, partisipasi masyarakat juga memegang peranan penting dalam pengembangan UMKM. Keterlibatan masyarakat melalui pameran produk, jejaring sosial, dan kerja sama dengan organisasi kemasyarakatan dapat memperluas akses pasar UMKM. Partisipasi ini memungkinkan pelaku UMKM memperoleh umpan balik langsung dari konsumen. Selain itu, dukungan sosial dari masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk lokal. Pendekatan partisipatif juga memperkuat hubungan sosial ekonomi di tingkat lokal. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah dan masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemberdayaan UMKM (Putra & Yasa, 2021).

Meskipun berbagai program pemberdayaan telah dilaksanakan, UMKM masih menghadapi kendala struktural yang menghambat pengembangan usaha. Keterbatasan modal usaha menjadi salah satu permasalahan utama yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Modal yang terbatas memengaruhi kemampuan UMKM dalam meningkatkan kapasitas produksi dan melakukan inovasi. Kondisi ini semakin berat bagi UMKM di daerah terpencil yang memiliki akses terbatas terhadap lembaga keuangan. Hambatan permodalan juga berdampak pada keterbatasan promosi dan pengembangan pasar. Oleh karena itu, dukungan permodalan menjadi isu krusial dalam strategi pengembangan UMKM (Ondang, Singkoh, & Kumayas, 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Dinas Koperasi Kabupaten Barru dalam pengembangan dan pemasaran produk UMKM Gollae di Desa Pujananting. Penelitian ini penting untuk menilai efektivitas kebijakan dan program pemberdayaan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai sinergi antara pemerintah, pelaku UMKM, dan masyarakat. Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi kebijakan pengembangan UMKM ke depan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis UMKM (Suryana, 2019).

B.METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam peran Dinas Koperasi Kabupaten Barru dalam pengembangan dan pemasaran produk UMKM Gollae di Desa Pujananting. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, makna, serta interaksi antaraktor yang terlibat dalam program pemberdayaan UMKM. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali realitas empiris yang terjadi di lapangan berdasarkan perspektif para informan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman kontekstual terhadap kebijakan, program, dan pengalaman pelaku UMKM secara komprehensif (Creswell, 2018).

Lokasi penelitian ditentukan secara purposive, yaitu di Desa Pujananting, Kabupaten Barru, dengan objek penelitian UMKM Gollae dan Dinas Koperasi Kabupaten Barru. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yang terdiri atas pejabat Dinas Koperasi, pelaku UMKM Gollae, serta pihak terkait lainnya yang dianggap memahami permasalahan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali informasi terkait peran, program, serta kendala dalam pengembangan UMKM, sedangkan observasi dan dokumentasi digunakan untuk memperkuat dan memverifikasi data hasil wawancara.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis tematik berbantuan perangkat lunak ATLAS.ti. Tahapan analisis meliputi reduksi data, pengkodean (open coding), pengelompokan kategori (axial coding), hingga penarikan tema utama (selective coding). Penggunaan ATLAS.ti membantu peneliti dalam mengelola data kualitatif secara sistematis dan transparan, serta memetakan hubungan antar konsep yang muncul dari data lapangan. Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, sehingga hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas dan kredibilitas yang tinggi.



Gambar 1 Kerangka Berpikir Peran Dinas Koperasi Kabupaten Barru dalam Pemberdayaan UMKM

Gambar 1 menggambarkan kerangka berpikir penelitian yang menjelaskan peran Dinas Koperasi Kabupaten Barru dalam pemberdayaan UMKM Gollae di Desa Pujananting. Kerangka ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah berfungsi sebagai fasilitator melalui berbagai program strategis, seperti pemberdayaan UMKM, pendampingan berkelanjutan, serta pelatihan peningkatan kapasitas pelaku usaha. Peran tersebut diarahkan untuk meningkatkan kualitas produk, daya saing, dan kemampuan pemasaran UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar.

Kerangka berpikir ini juga memperlihatkan keterkaitan antara intervensi pemerintah dengan respons dan dampak yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Program-program yang dijalankan mendorong peningkatan literasi pemasaran, inovasi kemasan, nilai tambah produk, serta partisipasi masyarakat. Dampak akhirnya tercermin pada persepsi positif UMKM terhadap layanan pemerintah, kemudahan akses layanan usaha, efisiensi biaya, fasilitasi legalitas, dan perluasan akses ke ritel modern, yang secara keseluruhan mendukung keberlanjutan dan penguatan ekonomi lokal.

C.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

➤ Hasil penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Koperasi Kabupaten Barru memiliki peran penting dalam mendorong pengembangan dan pemasaran produk UMKM Gollae di Desa Pujananting. Peran tersebut diwujudkan melalui berbagai program pemberdayaan yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun legalitas usaha. Dinas Koperasi tidak hanya bertindak sebagai lembaga administratif, tetapi juga sebagai fasilitator yang memberikan pendampingan berkelanjutan kepada pelaku UMKM. Upaya ini bertujuan agar UMKM lokal mampu meningkatkan kualitas produk serta memperluas jangkauan pasar. Dengan pendekatan tersebut, UMKM Gollae diarahkan untuk memiliki daya saing yang lebih baik di pasar lokal maupun regional. Hal ini menunjukkan adanya komitmen pemerintah daerah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis UMKM. Dukungan tersebut menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha masyarakat. Oleh karena itu, peran Dinas Koperasi dinilai strategis dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Barru.

Salah satu bentuk peran Dinas Koperasi adalah pelaksanaan pelatihan bagi pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Perindustrian, strategi pemberdayaan yang dilakukan meliputi pengembangan bahan baku, pelatihan pemasaran produk, serta pembaruan desain kemasan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan perkembangan pasar. Selain itu, Dinas Koperasi juga mendorong penggunaan kemasan yang lebih modern dan menarik agar produk UMKM mampu bersaing secara visual. Kemasan yang sebelumnya bersifat konvensional

diarahkan untuk ditingkatkan kualitasnya. Produk dengan kemasan yang baik dinilai memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Dengan demikian, pelatihan menjadi sarana peningkatan kapasitas pelaku UMKM secara menyeluruh.

Selain pelatihan, Dinas Koperasi juga melaksanakan program pengembangan UMKM dengan melibatkan peran serta masyarakat. Program ini dilakukan dengan mengikutsertakan produk UMKM dalam berbagai pameran yang diselenggarakan di tingkat daerah. Dinas Koperasi juga bekerja sama dengan Tim Penggerak PKK dalam mempromosikan produk UMKM kepada jaringan keluarga dan kerabat. Kerja sama ini dinilai efektif karena memanfaatkan jaringan sosial masyarakat dalam memperluas pemasaran produk. Produk UMKM, termasuk Gollae, diperkenalkan secara langsung kepada konsumen potensial. Strategi promosi ini membantu meningkatkan visibilitas produk lokal. Selain itu, kegiatan pameran menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk belajar mengenai preferensi pasar. Dengan demikian, partisipasi masyarakat menjadi bagian penting dalam pengembangan UMKM.

Dinas Koperasi juga menjalin kerja sama dengan pelaku usaha lain yang menggunakan gula aren sebagai bahan baku, khususnya pengusaha kue. Gollae diposisikan tidak hanya sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai bahan baku pendukung bagi UMKM lainnya. Pendekatan ini mendorong terbentuknya sinergi antar pelaku usaha lokal. Dengan adanya kerja sama tersebut, permintaan terhadap produk Gollae menjadi lebih stabil. Hal ini berdampak positif terhadap keberlanjutan produksi UMKM Gollae. Selain itu, pemanfaatan produk lokal sebagai bahan baku turut memperkuat ekonomi daerah. Pola kerja sama ini menciptakan ekosistem usaha yang saling mendukung. Oleh karena itu, pengembangan UMKM dilakukan secara terintegrasi.

Dari perspektif pelaku UMKM, program yang dijalankan oleh Dinas Koperasi memberikan manfaat yang nyata. Owner Gollae menyampaikan bahwa kemudahan dalam pengurusan izin usaha dan persuratan sangat membantu kelancaran operasional usaha. Selain itu, pelaku UMKM juga mendapatkan akses informasi terkait kegiatan pameran dan pelatihan. Pelatihan industri rumah tangga yang diikuti meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha. Bantuan kemasan bersubsidi yang diberikan juga dinilai sangat membantu dalam mengurangi biaya produksi. Dengan kemasan yang lebih baik, produk menjadi lebih menarik bagi konsumen.

Dampak program tersebut dirasakan secara langsung oleh pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan efektivitas peran Dinas Koperasi dalam pemberdayaan UMKM.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Dinas Koperasi berperan dalam memfasilitasi pemenuhan legalitas produk UMKM. Untuk memperoleh dukungan pengembangan, produk UMKM diwajibkan terdaftar dalam Sistem Informasi Industri Nasional. Selain itu, produk juga harus memiliki sertifikasi halal dan izin PIRT dari Dinas Kesehatan. Persyaratan ini menjadi dasar agar UMKM dapat memperoleh bantuan dari pemerintah. Legalitas produk dinilai penting untuk menjamin keamanan dan kualitas produk bagi konsumen. Dengan terpenuhinya persyaratan tersebut, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk berkembang. Dinas Koperasi berperan aktif dalam memberikan pendampingan pengurusan izin. Hal ini mempercepat proses legalisasi usaha UMKM.

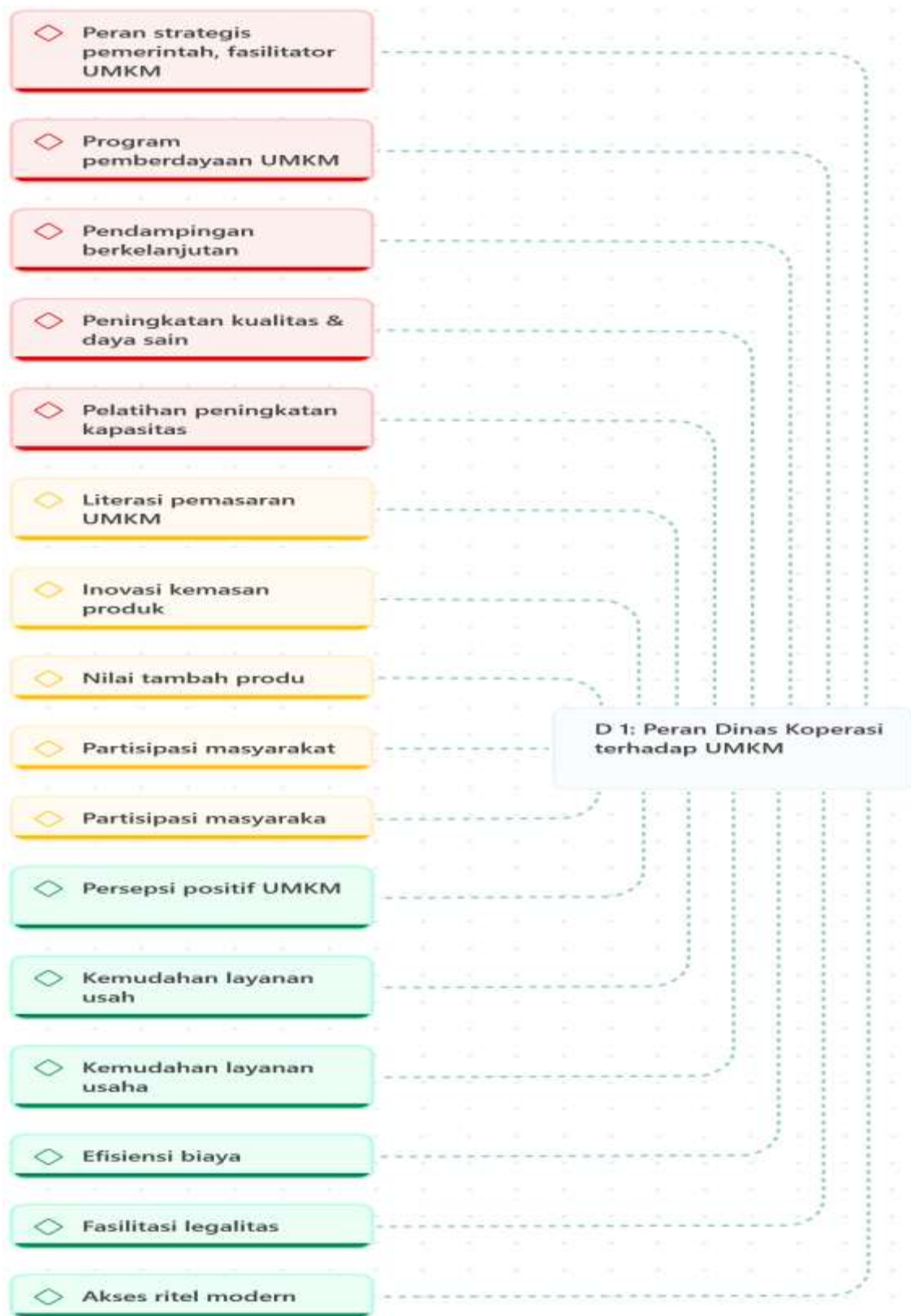
Selain legalitas, Dinas Koperasi juga memfasilitasi UMKM agar produk mereka dapat masuk ke pasar ritel modern. Fasilitasi tersebut dilakukan melalui pendampingan pemenuhan standar pemasaran yang ditetapkan oleh Indomaret dan Alfamart. Standar tersebut meliputi kelengkapan izin, kualitas produk, serta desain kemasan. Dengan adanya pendampingan ini, pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk memasarkan produknya secara lebih luas. Akses ke ritel modern membuka peluang peningkatan volume penjualan. Hal ini juga berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Namun, tidak semua UMKM dapat langsung memenuhi standar tersebut. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan sangat dibutuhkan.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya faktor penghambat dalam pengembangan UMKM Gollae, terutama terkait permodalan. Pelaku UMKM menyatakan bahwa keterbatasan modal menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha. Modal yang terbatas memengaruhi pengadaan peralatan, kegiatan promosi, serta pemenuhan permintaan pasar. Di sisi lain, keterbatasan anggaran pemerintah daerah juga menjadi kendala bagi Dinas Koperasi. Hal ini menyebabkan belum adanya program bantuan modal langsung bagi UMKM. Jumlah UMKM yang cukup banyak juga menyulitkan Dinas Koperasi untuk menjangkau seluruh pelaku usaha, terutama yang berada di wilayah pedalaman. Kondisi ini menunjukkan perlunya dukungan kebijakan dan anggaran yang lebih memadai. Dengan demikian, pengembangan UMKM dapat dilakukan secara lebih optimal dan merata.

➤ Analisis Data dengan ATLAS.ti

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif berbantuan perangkat lunak **ATLAS.ti**. Penggunaan ATLAS.ti bertujuan untuk membantu peneliti dalam mengelola, mengorganisasi, serta menganalisis data kualitatif secara sistematis dan terstruktur terkait strategi Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan dalam mengakselerasi pengembangan dan pemasaran digital serta customer engagement guna meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru. Data yang dianalisis meliputi hasil wawancara mendalam dengan aparat Dinas Koperasi, pelaku UMKM, pendamping UMKM, serta pemangku kepentingan terkait, yang diperkuat dengan hasil observasi lapangan dan dokumen pendukung seperti program kerja, laporan kegiatan, kebijakan daerah, serta materi pelatihan pemasaran digital. Dengan bantuan ATLAS.ti, proses pengolahan data menjadi lebih sistematis, transparan, dan akuntabel, sehingga memudahkan peneliti dalam menelusuri pola strategi pengembangan UMKM berbasis digital serta dinamika interaksi antara pemerintah dan pelaku usaha.

Melalui ATLAS.ti, analisis data dilakukan melalui tahapan pengkodean yang meliputi open coding, axial coding, dan selective coding. Tahap *open coding* digunakan untuk mengidentifikasi konsep-konsep awal yang muncul dari data lapangan, seperti strategi pengembangan UMKM, bentuk fasilitasi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial dan marketplace, penguatan kemasan produk, serta bentuk customer engagement yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Selanjutnya, *axial coding* dilakukan untuk mengelompokkan dan mengaitkan kategori-kategori tersebut ke dalam tema yang lebih terstruktur, seperti peran Dinas Koperasi dalam akselerasi digitalisasi UMKM, faktor pendukung dan penghambat pemasaran digital, serta pengaruh customer engagement terhadap peningkatan daya saing produk UMKM. Pada tahap *selective coding*, peneliti merumuskan tema inti yang menggambarkan keterkaitan antara strategi pemerintah daerah dalam pengembangan dan pemasaran digital UMKM dengan peningkatan daya saing UMKM di Kecamatan Pujananting. Dengan demikian, penggunaan ATLAS.ti tidak hanya meningkatkan ketepatan dan kedalaman analisis data, tetapi juga memperkuat validitas serta kredibilitas temuan penelitian secara empiris dan konseptual.



Gambar 2 Model Konseptual Peran Dinas Koperasi dalam Pengembangan UMKM

Gambar 1 menampilkan *network view* hasil koding ATLAS.ti yang menggambarkan peran Dinas Koperasi dalam pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Barru, khususnya UMKM Gollae di Desa Pujananting. Pada gambar tersebut, node utama “Peran Dinas Koperasi terhadap UMKM” menjadi pusat relasi yang menghubungkan berbagai kategori dan subkategori hasil analisis data wawancara. Jaringan ini menunjukkan bahwa peran Dinas Koperasi tidak bersifat tunggal, melainkan terbangun dari berbagai aspek yang saling terkait dan membentuk suatu sistem pemberdayaan UMKM yang komprehensif.

Kategori utama yang teridentifikasi meliputi peran strategis pemerintah sebagai fasilitator UMKM, pelaksanaan program pemberdayaan, serta pendampingan berkelanjutan. Ketiga kategori tersebut terhubung dengan subkategori peningkatan kualitas dan daya saing produk, pelatihan peningkatan kapasitas, literasi pemasaran, inovasi kemasan, dan penciptaan nilai tambah produk. Hubungan antar kode ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan daya saing UMKM dilakukan melalui pendekatan terintegrasi, yang menggabungkan aspek peningkatan sumber daya manusia, perbaikan kualitas produk, serta strategi pemasaran yang adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Gambar ini juga memperlihatkan keterkaitan antara peran Dinas Koperasi dengan dampak yang dirasakan langsung oleh pelaku UMKM. Subkategori seperti partisipasi masyarakat, persepsi positif UMKM, kemudahan layanan usaha, efisiensi biaya, fasilitasi legalitas, dan akses ke ritel modern menunjukkan outcome dari kebijakan dan program yang dijalankan. Relasi antar kode tersebut menegaskan bahwa intervensi Dinas Koperasi berkontribusi terhadap peningkatan keberlanjutan usaha UMKM, meskipun masih dihadapkan pada tantangan struktural seperti keterbatasan permodalan dan jangkauan layanan. Dengan demikian, *network view* ini memberikan gambaran holistik mengenai dinamika peran pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

➤ Pembahasan

Pembahasan ini menegaskan bahwa peran Dinas Koperasi Kabupaten Barru dalam pengembangan dan pemasaran UMKM Gollae tidak hanya bersifat administratif, tetapi berkembang sebagai peran fasilitatif dan strategis. Hasil analisis ATLAS.ti melalui tahapan *open* dan *axial coding* menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan UMKM terpusat pada peningkatan

kapasitas produksi, pemasaran, dan legalitas usaha sebagai fondasi daya saing. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemerintah daerah berupaya membangun UMKM secara berkelanjutan dengan pendekatan pendampingan, bukan sekadar pemberian bantuan sesaat. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep pembangunan ekonomi lokal yang menempatkan UMKM sebagai aktor utama pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan demikian, peran Dinas Koperasi dapat dipahami sebagai katalisator dalam memperkuat struktur usaha mikro agar mampu bertahan dan berkembang.

Hasil *open coding* pada data wawancara menunjukkan bahwa pelatihan menjadi strategi utama dalam pemberdayaan UMKM Gollae, khususnya pelatihan pemasaran dan pembaruan kemasan produk. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM, tetapi juga mengubah pola pikir pelaku usaha mengenai pentingnya nilai tambah produk. Dalam konteks pemasaran, kemasan yang lebih modern dan menarik dipahami sebagai bentuk komunikasi visual dengan konsumen. Melalui *axial coding*, pelatihan dan penguatan kemasan terhubung langsung dengan tema peningkatan daya saing produk. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pemerintah melalui pelatihan berkontribusi pada peningkatan nilai jual produk UMKM di pasar lokal dan regional.

Pembahasan selanjutnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran UMKM yang dilakukan Dinas Koperasi masih didominasi oleh pendekatan konvensional berbasis jejaring sosial masyarakat. Hasil analisis ATLAS.ti mengelompokkan kegiatan pameran dan kerja sama dengan Tim Penggerak PKK sebagai bentuk *community-based marketing*. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk UMKM Gollae di tingkat lokal. Namun, *selective coding* menunjukkan bahwa pemasaran digital dan customer engagement belum sepenuhnya terintegrasi secara optimal. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara arah kebijakan digitalisasi UMKM dan kapasitas aktual pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan interaksi dengan pelanggan.

Dari aspek legalitas usaha, hasil analisis ATLAS.ti menunjukkan bahwa fasilitasi sertifikasi halal, PIRT, dan pendaftaran dalam Sistem Informasi Industri Nasional merupakan tema penting yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM. Legalitas produk tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan regulasi, tetapi juga menjadi prasyarat utama untuk memasuki

pasar ritel modern. Melalui pendampingan legalitas, Dinas Koperasi berperan sebagai jembatan antara UMKM dan pasar formal. Temuan ini menegaskan bahwa aspek regulatif merupakan bagian integral dari strategi pengembangan UMKM, khususnya dalam mendorong UMKM naik kelas dan terhubung dengan rantai distribusi yang lebih luas.

Namun demikian, hasil *axial* dan *selective coding* juga mengungkap adanya faktor penghambat struktural, terutama keterbatasan permodalan dan anggaran pemerintah daerah. Keterbatasan modal usaha membatasi kemampuan UMKM Gollae dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pemasaran digital, dan memenuhi permintaan pasar. Di sisi lain, keterbatasan anggaran pemerintah menyebabkan belum optimalnya program bantuan modal langsung dan terbatasnya jangkauan pendampingan UMKM, terutama di wilayah pedalaman. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM yang telah dirancang memerlukan dukungan kebijakan fiskal dan kolaborasi lintas sektor yang lebih kuat agar implementasinya dapat berjalan secara optimal dan merata.

D.KESIMPULAN DAN SARAN

➤ Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan dalam mengakselerasi pengembangan dan pemasaran digital serta customer engagement untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru, dapat disimpulkan bahwa Dinas Koperasi telah menjalankan peran strategis sebagai fasilitator dan pendamping UMKM. Peran tersebut diwujudkan melalui pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pendampingan pemasaran digital, penguatan kualitas produk, serta fasilitasi legalitas usaha seperti sertifikasi halal dan PIRT.

Strategi pemasaran yang diterapkan masih didominasi oleh pendekatan konvensional melalui pameran dan jejaring sosial masyarakat, namun mulai diarahkan ke pemanfaatan media digital dan customer engagement. Pelibatan UMKM dalam kegiatan promosi, kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, serta fasilitasi akses ke pasar ritel modern menunjukkan adanya upaya peningkatan daya saing produk UMKM secara bertahap. Namun demikian, implementasi

pemasaran digital belum berjalan secara optimal karena keterbatasan literasi digital dan infrastruktur pendukung.

Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor penghambat utama dalam pengembangan dan pemasaran UMKM adalah keterbatasan permodalan, keterbatasan anggaran pemerintah daerah, serta belum meratanya jangkauan program pembinaan, terutama bagi UMKM yang berada di wilayah pedalaman. Kondisi ini menyebabkan tidak semua UMKM dapat merasakan manfaat program secara maksimal. Oleh karena itu, meskipun strategi pengembangan UMKM telah berjalan, efektivitasnya masih memerlukan penguatan kebijakan, pendanaan, dan sinergi lintas sektor.

➤ Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Barru meningkatkan intensitas dan kualitas program digitalisasi UMKM melalui pelatihan pemasaran digital yang lebih aplikatif, berkelanjutan, dan berbasis praktik langsung. Penguatan customer engagement melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, serta branding produk perlu menjadi prioritas agar UMKM mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Pemerintah daerah juga disarankan untuk mengalokasikan anggaran yang lebih memadai dan berkelanjutan dalam mendukung pengembangan UMKM, khususnya dalam penyediaan bantuan permodalan atau skema pembiayaan alternatif yang mudah diakses. Selain itu, perlu diperkuat sinergi antara Dinas Koperasi, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan komunitas digital untuk menciptakan ekosistem UMKM yang inovatif dan berdaya saing.

Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk lebih proaktif dalam meningkatkan kapasitas diri, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur secara empiris pengaruh pemasaran digital dan customer engagement terhadap peningkatan omzet dan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, M. S., & Choiriyah, C. (2025). *Peran Dinas Koperasi dan UMKM dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Palembang, Sumatera Selatan*. Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN), 3(1), 13–28.
<https://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/article/view/986>
- Loso, J., & Al-Amin. (2024). *The role of government in empowering MSMEs: A literature review*. International Journal of Financial Economics, 1(5).
<https://ijefe.my.id/index.php/economic/article/view/105>
- Rahmayanti, A. (2024). *The role of local government in the empowerment of MSME actors in Palopo City*. Tamalanrea: Journal of Government and Development, 1(1), 36–46.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/jgd/article/view/34465>
- Putra, I. G. B. N., & Yasa, I. N. M. (2021). *Peran partisipasi masyarakat dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi lokal*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 10(2), 85–94.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/73542>
- Ondang, C., Singkoh, F., & Kumayas, N. (2019). *Peranan pemerintah daerah dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Minahasa*. Jurnal Eksekutif, 3(3).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnaleksekutif/article/view/25488>
- Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, 11(1), 1–16.
<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/1736>
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1138397>