

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Wilayah

2.1.1 Kondisi Ekonomi Kota Salatiga

Kota Salatiga terdiri dari 4 kecamatan dengan 22 kelurahan dan memiliki luas wilayah $\pm 56,78$ km². Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2015), jumlah penduduk mencapai 183.815 jiwa. Lokasi strategis ini menjadikan Salatiga sebagai pusat penting bagi pengembangan sektor perdagangan dan jasa di wilayah tersebut, sekaligus menjadi titik persilangan mobilitas ekonomi antarkota besar di Jawa Tengah.

Pada aspek ekonomi, kota ini mencatatkan kinerja yang sangat positif dengan angka pertumbuhan ekonomi sebesar 5,34% pada tahun 2023. Pencapaian pertumbuhan tersebut secara signifikan berada di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Tengah yang hanya sebesar 4,98% pada

IPM Kota Salatiga dan Komponen Tahun 202-2024

Rincian	2023	2024
(1)	(2)	(3)
Usia Harapan Hidup (UHH)	77,93	78,27
Harapan Lama Sekolah (HLS)	15,44	15,46
Pengeluaran per Kapita per Tahun (Ribu Rupiah)	16.650	17.096

Sumber: Publikasi Indeks Pembangunan Manusia Kota Salatiga 2024

Perkembangan IPM Kota Salatiga

Tahun	IPM
(1)	(2)
2019	83.12
2020	83.14
2021	83.60
2022	84,35
2023	84,99
2024	85,72

Sumber: <https://salatigakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/N2UjMg=ipm.html>

periode yang sama. (Karwahningrum & Triyanto, 2021) Struktur ekonomi Kota Salatiga didominasi oleh sektor perdagangan besar dan eceran, sektor industri pengolahan, serta sektor jasa yang terus berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan sektor pariwisata dan pendidikan.

Selain itu, Salatiga mempertahankan kualitas hidup masyarakatnya dengan raihan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) tertinggi di Jawa Tengah sebesar 84,99 pada tahun 2023. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kota Salatiga Tahun 2023 (2023) Capaian ini menempatkan Salatiga sebagai kota dengan kualitas pembangunan manusia terbaik di provinsi, yang didukung oleh tingkat harapan hidup yang mencapai 77,51 tahun di tahun 2023 dan meningkat di 78,27 tahun pada 2024, rata-rata lama sekolah 15,46 tahun, dan tingkat pengeluaran per kapita yang terus meningkat. Tingginya pengeluaran per kapita di Kota Salatiga berkaitan erat dengan pesatnya perkembangan industri besar. Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, jumlah industri besar meningkat dua kali lipat, dari 31 menjadi 59 unit, yang tersebar di empat kecamatan.

Pada tahun 2024, sektor industri tersebut menyerap sebesar 50,76 persen dari total produksi listrik di Kota Salatiga. Seiring dengan perkembangan tersebut, sektor industri ditetapkan sebagai penopang utama perekonomian daerah dengan kontribusi mencapai 33,14 persen pada tahun yang sama. Tingkat kesejahteraan penduduk juga terus terjaga, di mana angka kemiskinan pada tahun 2024 tercatat sebesar 4,57%, yang merupakan terendah kedua di tingkat provinsi. persentase kemiskinan di Kota Salatiga cenderung kecil, karena kota lain kemiskinannya di atas 5 persen kecuali Kota Semarang yang hanya sebesar 4,03 persen. Komposisi penduduk usia produktif yang dominan menjadi modal penting bagi pengembangan sektor UMKM dan ekonomi kreatif. Infrastruktur kota yang terus berkembang, aksesibilitas yang baik, serta iklim usaha yang kondusif menjadikan Salatiga sebagai destinasi investasi yang menarik bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

2.2 Gambaran Umum Sektor UMKM dan Program Unggulan

2.2.1 Kondisi dan Perkembangan UMKM di Kota Salatiga

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama ekonomi kerakyatan di Kota Salatiga yang memiliki peran strategis dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Wali Kota Salatiga, dr. Robby Hernawan, Sp. OG., menyampaikan apresiasi yang tinggi terhadap peran pelaku UMKM sebagai tulang punggung perekonomian kota. Menurutnya, UMKM merupakan roda penggerak utama dalam membangun kesejahteraan masyarakat dan bukan hanya pelengkap, namun merupakan jantung perekonomian lokal. Robby menambahkan bahwa kegiatan pemberdayaan UMKM merupakan konsolidasi strategis untuk masa depan Kota Salatiga, di mana setiap transaksi berdampak pada terciptanya lapangan kerja, terbangunnya ketahanan ekonomi, dan terbentuknya wajah serta karakter kota (SARASEHAN MUSTAHIK UMKM, PEMERINTAH DAN BAZNAS SIAP DAMPINGI PELAKU USAHA TUMBUH DAN BERKEMBANG, 2015) . Sebagai tulang punggung perekonomian daerah, sektor UMKM telah menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir, baik dari segi kuantitas pelaku usaha maupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Salatiga. Peningkatan jumlah UMKM di Kota Salatiga sangat pesat selama pandemi COVID-19, dengan sektor kuliner mendominasi hampir 80% dari total UMKM yang terdaftar (Zaenuri et al., 2022).

Data per 31 Desember 2024 yang bersumber dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga menunjukkan bahwa jumlah pelaku UMKM telah mencapai 26.601 unit usaha (LKJIP, 2024). Jumlah ini mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan tahun 2020 yang tercatat sebanyak 14.440 unit usaha (LKJIP, 2023). Kenaikan jumlah UMKM tersebut antara lain dipengaruhi oleh pembaruan data yang dilakukan secara berkelanjutan serta meningkatnya minat masyarakat untuk membuka usaha mandiri. Selain itu, pada tahun 2021 terjadi lonjakan jumlah UMKM seiring dengan pelaksanaan program Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) yang mendorong pelaku usaha untuk mendaftarkan usahanya. Secara

keseluruhan, dalam kurun waktu **2020–2024**, jumlah UMKM di Kota Salatiga mengalami pertumbuhan sekitar **84,2%**, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar **±16,5%**. Pertumbuhan ini mengindikasikan bahwa iklim usaha di Kota Salatiga semakin kondusif dan menarik minat masyarakat untuk berwirausaha, sekaligus mencerminkan efektivitas berbagai program pemberdayaan dan fasilitasi yang telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah.

Komposisi UMKM di Kota Salatiga sangat beragam, mencakup berbagai sektor usaha mulai dari kuliner, fashion, kerajinan tangan, industri kreatif, jasa, hingga perdagangan ritel (Zaenuri et al., 2022). Sektor kuliner mendominasi dengan jumlah pelaku usaha terbanyak, diikuti oleh sektor fashion dan kerajinan yang memanfaatkan potensi lokal dan kreativitas masyarakat. Keberagaman ini menjadi kekuatan tersendiri bagi perekonomian kota karena mampu menyerap tenaga kerja dari berbagai latar belakang pendidikan dan keterampilan, serta memberikan multiplier effect yang positif bagi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Meskipun jumlah pelaku UMKM terus bertambah dan menunjukkan tren positif, Dinas Koperasi dan UKM mengidentifikasi beberapa tantangan struktural yang masih dihadapi oleh sebagian besar pelaku usaha. Berdasarkan dokumen Rencana Pembangunan Daerah (RPD) 2023-2026 dan Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKJIP) Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga, terdapat dua tantangan utama yang secara konsisten menjadi hambatan strategis bagi pengembangan UMKM, yaitu keterbatasan akses pasar dan rendahnya literasi digital. Kedua tantangan ini diprioritaskan karena memiliki dampak langsung terhadap daya saing dan keberlanjutan usaha, serta telah direspons secara konkret oleh pemerintah daerah melalui program intervensi yang terukur.

Tantangan pertama: Keterbatasan Akses Pasar. Banyak UMKM masih mengandalkan pasar lokal dan konvensional sehingga potensi penjualan belum maksimal. Keterbatasan jaringan distribusi, minimnya kemitraan dengan pelaku usaha besar, serta kurangnya partisipasi dalam pameran dan bazar skala regional

maupun nasional menjadi faktor penghambat ekspansi pasar (LKJIP DINKOP UKM SALATIGA, 2024). Kondisi ini menyebabkan produk UMKM sulit menembus pasar yang lebih luas, padahal kualitas dan keunikan produk lokal memiliki potensi daya saing yang tinggi.

Tantangan kedua: Rendahnya Literasi Digital. Di era ekonomi digital saat ini, kemampuan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan platform e-commerce, media sosial, dan teknologi pemasaran digital menjadi kunci daya saing (Rashid, 2024). Namun, masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki literasi digital yang memadai, belum memanfaatkan marketplace online secara efektif, atau bahkan belum memiliki sistem pembayaran digital. Kondisi ini menyebabkan UMKM kehilangan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan modern, serta tertinggal dalam kompetisi dengan pelaku usaha yang sudah memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Meskipun terdapat tantangan struktural lainnya—seperti aspek legalitas dan formalitas usaha, di mana hingga tahun 2024 baru 12.596 usaha mikro (47,35%) yang memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) (LKJIP, 2024), serta keterbatasan permodalan dan akses pembiayaan yang menghambat pengembangan kapasitas produksi dan investasi teknologi, meski begitu penelitian ini memfokuskan pada dua tantangan utama yang telah diidentifikasi dalam dokumen perencanaan daerah, yaitu akses pasar dan literasi digital. Fokus ini dipilih berdasarkan pertimbangan strategis berikut:

Pertama, kedua tantangan ini telah direspons secara langsung oleh Dinas Koperasi dan UKM melalui dua program unggulan yang menjadi objek penelitian, yaitu Program Fasilitasi Bazar untuk memperluas akses pasar dan Program Pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan literasi digital. Keselarasan antara tantangan yang diidentifikasi dengan program intervensi yang dilaksanakan memungkinkan penelitian ini untuk mengukur efektivitas kebijakan secara langsung dan memberikan rekomendasi berbasis bukti.

Kedua, kedua tantangan ini memiliki dampak sistemik yang lebih luas terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Keterbatasan akses pasar secara langsung membatasi potensi peningkatan omzet dan ekspansi usaha, sementara rendahnya literasi digital menyebabkan UMKM kehilangan peluang untuk mengadaptasi model bisnis modern dan menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Dengan demikian, penanganan kedua tantangan ini memiliki efek multiplier yang signifikan bagi daya saing UMKM secara keseluruhan.

Ketiga, tantangan legalitas dan permodalan, meskipun penting, bersifat lebih administratif dan struktural yang penyelesaiannya memerlukan intervensi kebijakan berbeda serta waktu yang lebih panjang. Sementara itu, tantangan akses pasar dan literasi digital merupakan tantangan operasional yang dapat diintervensi melalui program pemberdayaan dengan hasil yang terukur dalam waktu relatif lebih cepat, sehingga lebih relevan untuk dievaluasi dalam konteks penelitian ini.

Untuk mengatasi kedua tantangan utama tersebut, Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga telah menyusun dan melaksanakan berbagai program pemberdayaan yang bersifat komprehensif dan berkelanjutan. Program-program tersebut dirancang untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui pendekatan yang holistik, mencakup aspek produksi, pemasaran, manajerial, teknologi, hingga akses pembiayaan. Dua program unggulan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah Program Fasilitasi Bazar dan Program Pelatihan Digital Marketing, yang keduanya memiliki peran strategis dalam menjawab tantangan perluasan pasar dan adopsi teknologi digital yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kota Salatiga. Pemilihan kedua program ini sebagai objek penelitian didasarkan pada relevansinya dengan prioritas permasalahan yang teridentifikasi dalam dokumen perencanaan daerah, serta potensinya untuk memberikan dampak nyata bagi pemberdayaan UMKM secara terukur dan berkelanjutan.

2.2.2 Program Fasilitasi Bazar

Program Fasilitasi Bazar merupakan salah satu intervensi kebijakan strategis yang dirancang secara khusus oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga dengan tujuan utama menyediakan wadah promosi dan pemasaran langsung bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Program ini berfungsi sebagai jembatan penghubung antara produk UMKM dengan konsumen potensial, sekaligus sebagai media edukasi pasar yang memungkinkan pelaku usaha untuk memperoleh umpan balik langsung dari masyarakat terkait produk yang mereka tawarkan.

Implementasi program ini dilakukan melalui penyelenggaraan berbagai event strategis yang telah menjadi agenda rutin maupun insidental di Kota Salatiga. Salah satu kegiatan unggulan adalah "Gebyar UMKM" yang diselenggarakan secara berkala dengan melibatkan ratusan pelaku usaha dari berbagai sektor. Event ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang pameran dan penjualan produk, tetapi juga sebagai wahana networking antarpelaku usaha, pembentukan klaster produk, serta kesempatan bagi UMKM untuk membangun brand awareness di kalangan masyarakat luas. Selain itu, dinas juga secara aktif berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam kegiatan "Car Free Night (CFN)" yang digelar rutin setiap minggu di kawasan pusat kota. Melalui kolaborasi ini, pelaku UMKM mendapatkan kesempatan untuk memasarkan produknya di lokasi strategis dengan tingkat kunjungan masyarakat yang tinggi, sehingga potensi transaksi dan pengenalan brand menjadi lebih optimal.

Gambar 2.1 Potret Gebyar UMKM Salatiga BEDA



Sumber: Gebyar UMKM Salatiga BEDA, Ajang Ungkit Ekonomi Kerakyatan Pelaku UMKM – Pemerintah Provinsi Jawa Tengah <https://share.google/GEL17AZH6z675iDWe>

Salah satu event strategis yang menjadi puncak dari serangkaian Program Fasilitasi Bazar pada tahun 2025 adalah penyelenggaraan "Gebyar UMKM Salatiga BEDA" yang dilaksanakan dalam rangka memperingati Hari Jadi ke-1275 Kota Salatiga. Event ini berlangsung selama enam hari, dari tanggal 26 hingga 31 Juli 2025, di sepanjang Jalan Tentara Pelajar dan Alun-Alun Pancasila, Kota Salatiga. Kegiatan ini dibuka secara resmi pada Sabtu, 26 Juli 2025 malam oleh Wali Kota Salatiga, dr. Robby Hernawan, Sp. OG., didampingi oleh Ketua TP PKK Retno Robby Hernawan, Forkopimda, Sekretaris Daerah, kepala OPD terkait, serta tamu undangan.

Pelaksana Harian Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga, Mulyadi, S.Sos., [M.Si.](#), menyampaikan bahwa Gebyar UMKM Salatiga BEDA dirancang sebagai bentuk kolaborasi lintas sektor dengan tujuan utama memberikan ruang promosi dan pemasaran bagi pelaku UMKM, memasyarakatkan produk lokal, serta menguatkan kecintaan warga terhadap karya anak bangsa. Event ini menampilkan 75 tenant UMKM yang menawarkan beragam produk unggulan lokal, mulai dari kuliner, fashion, hingga kerajinan tangan. Rangkaian kegiatan tidak hanya terbatas pada pameran produk, tetapi juga mencakup pertunjukan musik, penampilan

komunitas lokal, serta berbagai hiburan rakyat yang dimeriahkan oleh penyanyi nasional Trio Macan.

Dalam sambutannya, Wali Kota Robby Hernawan menegaskan bahwa Gebyar UMKM merupakan manifestasi nyata dari komitmen pemerintah daerah dalam mendukung perekonomian lokal yang inklusif dan berkeadilan. Beliau menyatakan bahwa UMKM merupakan tulang punggung ekonomi daerah yang harus terus didorong untuk berinovasi dan berkreasi guna meningkatkan daya saing di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. "Ini bukan sekadar pasar rakyat, tapi upaya serius kita mengangkat ekonomi kerakyatan melalui penguatan UMKM," ujarnya (JatengProv, 2025). Event ini bukan hanya menjadi rangkaian perayaan Hari Jadi Kota Salatiga, tetapi juga berfungsi sebagai motor penggerak kebangkitan ekonomi kerakyatan dan panggung strategis bagi pelaku UMKM untuk naik kelas.

Salah satu inovasi pelayanan yang ditawarkan dalam event ini adalah fasilitas One Stop Service yang memungkinkan pelaku UMKM mengurus berbagai kebutuhan administrasi dan legalitas usaha secara terpadu dan efisien. Layanan ini mencakup pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), NPWPD, Adminduk, PIRT, SLHS, E-Catalog, BPJS Ketenagakerjaan, hingga akses pembiayaan Kurda, yang semuanya dapat diproses secara mudah dan cepat melalui koordinasi antar dinas dan instansi terkait (Sari, 2025).

Gambar 2.2 Potret Pembukaan Layanan Pendaftaran Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Bagi Masyarakat Secara Gratis.



Sumber: KPP Pratama Salatiga Hadirkan Layanan NPWP di Gebyar UMKM
“Salatiga BEDA” | Direktorat Jenderal Pajak
<https://share.google/Izw6fB7etrWKqKSpq>

Selain sebagai ajang promosi produk UMKM, event ini juga dimeriahkan dengan peluncuran batik khas Kota Salatiga yang diberi nama "Batik Kidangan-Rejasa" yang dipersembahkan langsung oleh Wali Kota. Peluncuran ini menjadi bagian dari upaya pelestarian dan pengembangan identitas budaya lokal yang dapat memperkuat branding Kota Salatiga sebagai destinasi wisata dan pusat produk kreatif. Atmosfer kebersamaan dan semangat gotong royong tampak jelas dari antusiasme warga yang memadati lokasi acara, menciptakan pengalaman komprehensif yang memadukan aspek ekonomi, budaya, dan hiburan.

Melalui penyelenggaraan Gebyar UMKM Salatiga BEDA, Pemerintah Kota Salatiga menegaskan komitmennya bahwa pembangunan ekonomi bukan hanya soal pencapaian angka statistik, tetapi lebih kepada keberpihakan nyata terhadap rakyat kecil, keberanian memberi ruang tumbuh bagi UMKM, dan menghadirkan kesejahteraan yang menyentuh hingga akar rumput. Event ini diharapkan dapat menjadi sarana hiburan dan wisata sekaligus terus menggerakkan roda perekonomian, khususnya sektor UMKM, demi kesejahteraan warga dan kemajuan Kota Salatiga secara berkelanjutan.

Pada periode 3-10 Juni 2025, Dinas Koperasi dan UKM berkolaborasi dengan PT Parikesit Karya Makmur menyelenggarakan "Salatiga Food & Multi

Product Exhibition 2025" di sepanjang Jalan Tentara Pelajar. Event ini dibuka secara resmi oleh Wali Kota Salatiga, dr. Robby Hernawan, Sp. OG., pada Selasa malam, 3 Juni 2025, yang dimeriahkan dengan penampilan musik dan tarian batok serta atraksi tari topeng ireng yang memukau pengunjung. Turut hadir dalam pembukaan adalah Wakil Wali Kota, Forkopimda, Asisten, kepala OPD, serta tamu undangan lainnya yang memberikan dukungan penuh terhadap gelaran ini (ProvJateng, 2025).

Pameran ini menampilkan lebih dari 50 stan komersial yang menawarkan beragam produk, mulai dari kuliner, mainan anak, casing dan penggantian anti gores handphone, buku, sepatu, aksesoris wanita, fresh flowers, hingga pakaian. Selain itu, terdapat tujuh stan khusus dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga yang mempromosikan kuliner dan kerajinan lokal dari pelaku UMKM binaan maupun UMKM mandiri. Pemilihan lokasi di Jalan Tentara Pelajar dinilai sangat strategis karena dekat dengan alun-alun kota, sehingga memudahkan akses masyarakat dan wisatawan untuk berkunjung, yang pada akhirnya meningkatkan eksposur produk UMKM secara optimal. Dalam sambutannya, Wali Kota Robby Hernawan menegaskan bahwa kegiatan ini bukan sekadar ajang perniagaan, tetapi merupakan wujud nyata dari komitmen pemerintah daerah dalam mendukung perekonomian lokal, khususnya bagi para pelaku UMKM. Beliau juga mengajak masyarakat untuk mendukung umkm sebagai tulang punggung ekonomi daerah yang perlu didorong agar berkembang dan berdaya saing.

Gambar 2.3 Potret Salatiga Food & Multi Product Exhibition 2025



Sumber: Salatiga Food & Multi Product Exhibition 2025, Dorong Kebangkitan
Ekonomi Lokal – Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
<https://share.google/r1XzfHjm7g1vqHGGW>

Antusiasme masyarakat terhadap event ini sangat tinggi, terlihat dari padatnya pengunjung yang datang dari berbagai penjuru kota. Gelaran ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah promosi dan pemasaran produk UMKM, tetapi juga memberikan dampak positif pada sektor pariwisata dengan memperkuat citra Salatiga sebagai kota kreatif, inklusif, serta destinasi yang ramah bagi pelaku ekonomi kreatif. Efek ganda atau multiplier effect dirasakan langsung dari berbagai sektor, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, fashion lokal, hingga jasa.

Pelaksanaan kegiatan pengembangan ekonomi lokal seperti ini diharapkan dapat menjadi agenda rutin dari Pemerintah Kota Salatiga sebagai wadah bagi para pelaku UMKM untuk tetap eksis dan terus menggerakkan roda perekonomian daerah. Pameran ini menjadi oase hiburan sekaligus sarana penggerak ekonomi yang dirancang tidak hanya meriah, tetapi juga berdampak langsung terhadap penguatan daya saing produk lokal dan kesejahteraan pelaku usaha. Pemilihan lokasi yang strategis di pusat kota memungkinkan akses yang mudah bagi masyarakat dan wisatawan, sehingga meningkatkan eksposur produk UMKM secara maksimal.

Pada tanggal 21 Juni 2025, Kelurahan Dukuh, Kecamatan Sidomukti, Kota Salatiga menyelenggarakan "Festival UMKM Dukuh 2025" dengan tema "Produk Lokal Mendunia" di Lapangan Kembangarum. Festival ini berlangsung sehari penuh sejak pagi hingga malam hari dan diresmikan langsung oleh Wali Kota Salatiga, dr. Robby Hernawan, Sp.OG. Event ini dirancang dengan fokus pada pemberdayaan pedagang komunitas lokal dengan menyediakan wadah promosi berbasis kawasan.

Kegiatan ini memamerkan seluruh produk UMKM dari Kelurahan Dukuh yang memiliki 10 RW, di mana setiap RW disediakan stan khusus untuk memamerkan produk unggulan mereka. Tidak hanya melibatkan pelaku UMKM lokal, panitia juga menyediakan arena bagi UMKM dari luar Kelurahan Dukuh dan pedagang umum untuk menjajakan produk mereka. Sebagai bentuk kolaborasi lintas sektor, terdapat pula stan dari Dinas Pangan dan Pertanian yang menggelar bazar produk sembako, memberikan akses yang lebih luas bagi masyarakat terhadap kebutuhan pokok dengan harga terjangkau.

Gambar 2.4 Potret Festival UMKM Dukuh 2025



Sumber: instagram @prokompimkotasalatiga, 2025 (Instagram
<https://share.google/XwRY71sexE3b3KmWm>)

Festival ini dimeriahkan dengan berbagai rangkaian kegiatan seni dan budaya yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Acara dibuka dengan penampilan drumband dari SMP Muhammadiyah Plus Kota Salatiga, dilanjutkan dengan pertunjukan grup Reog Kridho Mudho Tamtomo dari Desa Polobogo, Getasan, yang berlangsung sejak siang hingga malam hari. Untuk mendorong gaya hidup sehat, diselenggarakan pula senam massal Senam Tera dan aerobik yang dipimpin oleh Susi Cingcing. Selain itu, panitia juga menyediakan layanan pemeriksaan kesehatan gratis bagi masyarakat, menunjukkan bahwa event ini tidak hanya berdimensi ekonomi tetapi juga sosial dan kesehatan.

Lurah Dukuh, Jarot Wahyu Wibowo, S.H., menyampaikan apresiasi yang tinggi atas kerja sama dan gotong royong masyarakat dalam mensukseskan Festival UMKM Kelurahan Dukuh. Beliau berharap bahwa festival ini dapat terus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya pelaku UMKM lokal, sementara kegiatan seni budaya berfungsi sebagai media hiburan dan pelestarian budaya lokal (Yuli, 2025). Mengingat tingginya antusiasme warga yang terlibat dalam kegiatan ini, Lurah Jarot menyatakan komitmen untuk menyelenggarakan festival serupa secara berkala dengan kemasan yang lebih meriah di masa mendatang.

Wali Kota Robby Hernawan dalam sambutannya mengajak seluruh pelaku UMKM untuk terus kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usaha mereka, agar produk lokal Salatiga dapat bersaing tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga di pasar yang lebih luas. Penyelenggaraan Festival UMKM Dukuh 2025 ini menjadi bagian integral dari upaya Pemerintah Kota Salatiga dalam memberikan akses pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM tingkat kelurahan, sekaligus memperkuat ekonomi kerakyatan melalui pendekatan berbasis komunitas dan partisipasi aktif masyarakat.

Puncak dari serangkaian kegiatan fasilitasi bazar di tahun 2025 adalah penyelenggaraan "Salatiga UKM Expo dan Festival Gastronomi 2025" yang

berlangsung selama lima hari, dari tanggal 29 Oktober hingga 2 November 2025, di Taman Wisata Sejarah Salatiga, Bugel. Event prestisius ini diresmikan secara langsung oleh Wali Kota Salatiga, dr. Robby Hernawan, Sp. OG., dan dihadiri oleh pejabat tinggi dari Kementerian UMKM RI serta Kementerian Koperasi RI, yang menunjukkan pengakuan tingkat nasional terhadap program pemberdayaan UMKM di Kota Salatiga (Pemkotsal3, 2025). Expo ini menampilkan 105 stan yang tidak hanya diisi oleh pelaku UMKM dan gastronomi Kota Salatiga, tetapi juga melibatkan instansi pemerintah pusat, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, pemerintah kabupaten/kota lain (seperti Kota Magelang, Sukoharjo, Demak, dan Semarang), BUMN/BUMD, serta sektor swasta dan perbankan. Keberagaman peserta ini mencerminkan kolaborasi lintas sektoral yang kuat dalam mendukung ekosistem UMKM.

Gambar 2.5 Potret Salatiga UKM Expo dan Festival Gastronomi 2025



Sumber: <https://salatiga.go.id/salatiga-ukm-expo-dan-festival-gastronomi-2025-resmi-dibuka/>

Dalam sambutannya pada pembukaan Salatiga UKM Expo 2025, Wali Kota Robby Hernawan menyampaikan bahwa Kota Salatiga memiliki sekitar 26.000 UMKM, namun baru sekitar 10% yang terdaftar dalam aplikasi UMKM Pintar. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Dinas Koperasi dan UKM untuk menjangkau 90% sisanya agar dapat mengakses fasilitas permodalan dan bimbingan teknis. Beliau juga memberikan apresiasi tinggi atas predikat Kota

Gastronomi UNESCO yang diraih Salatiga pada tahun 2023 (DISBUDPAR, 2023), yang menjadikan penyelenggaraan Festival Gastronomi sangat relevan dan strategis dalam mengangkat citra kuliner lokal ke tingkat internasional. Selain pameran produk, acara ini juga dimeriahkan dengan berbagai konten menarik seperti Lomba Nyanyi Lagu Ambyar ASN Se-Kota Salatiga, Gastronomi Taste Talk Salatiga, Lomba Mewarnai Anak PAUD, Lomba Kreasi Reels Instagram, sosialisasi program pemerintah/BUMN/BUMD/perbankan, serta gelar seni budaya setiap hari, yang secara keseluruhan menciptakan pengalaman komprehensif bagi pengunjung dan pelaku usaha.

Tidak hanya berfokus pada event lokal, Dinas Koperasi dan UKM juga memberikan dukungan komprehensif bagi pelaku UMKM untuk berpartisipasi dalam pameran dan bazar di luar daerah, baik di tingkat regional, nasional, hingga ke luar Pulau Jawa. Fasilitasi ini mencakup bantuan pendaftaran, subsidi biaya booth, pendampingan teknis selama pameran, serta koordinasi logistik untuk memastikan produk UMKM dapat ditampilkan dengan presentasi yang menarik dan profesional. Partisipasi dalam pameran skala lebih luas ini membuka peluang bagi UMKM Salatiga untuk memperluas jaringan distribusi, menjalin kemitraan bisnis dengan pelaku usaha dari daerah lain, serta meningkatkan daya saing produk melalui benchmarking langsung dengan produk sejenis dari wilayah lain.

Berdasarkan realisasi kinerja yang tercatat dalam laporan tahunan Dinas Koperasi dan UKM tahun 2024, Program Fasilitasi Bazar telah berhasil memfasilitasi peningkatan akses pasar bagi 20 unit usaha anggota koperasi. Capaian ini menunjukkan bahwa program telah memberikan dampak nyata dalam membuka peluang pasar baru, meningkatkan volume penjualan, serta memperkuat positioning brand produk UMKM di pasar lokal maupun regional. Data pelaksanaan program di tahun 2025 menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan penyelenggaraan minimal empat event besar yang melibatkan ratusan pelaku UMKM dan menjangkau ribuan pengunjung, mencerminkan keberlanjutan dan perluasan

program secara konsisten. Selain dampak ekonomi langsung berupa peningkatan omzet, program ini juga memberikan manfaat tidak langsung seperti peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha, pembelajaran praktis tentang strategi pemasaran, serta terbentuknya komunitas pelaku usaha yang saling mendukung dan berbagi pengalaman bisnis.

2.2.3 Program Kapasitas Organisasi Lokal (X2)

Program Pelatihan Digital Marketing merupakan program strategis yang dirancang secara komprehensif oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga dengan fokus utama untuk mendorong transformasi digital di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Program ini lahir dari kesadaran bahwa di tengah perkembangan ekosistem ekonomi modern yang semakin terdigitalisasi, kemampuan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi digital dan platform pemasaran online menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Transformasi digital tidak hanya dipandang sebagai tren sesaat, melainkan sebagai kebutuhan fundamental yang harus dikuasai oleh setiap pelaku usaha agar mampu bertahan dan berkembang di era ekonomi 4.0.

Sebagai bagian dari upaya mempercepat digitalisasi UMKM, Dinas Koperasi dan UKM telah meluncurkan inovasi digital berupa Portal Informasi "Pintar UMKM" yang berfungsi sebagai platform terintegrasi untuk memfasilitasi berbagai kebutuhan pelaku usaha. Portal ini dirancang dengan antarmuka yang user-friendly dan menyediakan berbagai layanan seperti pendaftaran online untuk mengikuti program fasilitasi, sistem pendataan UMKM yang terstruktur dan real-time, akses informasi bisnis yang terbuka dan terkini, serta berbagai konten edukatif terkait pengembangan usaha. Keberadaan portal ini tidak hanya mempermudah akses pelaku UMKM terhadap layanan pemerintah, tetapi juga mendorong terciptanya basis data UMKM yang akurat dan komprehensif yang dapat digunakan untuk perumusan kebijakan yang lebih tepat sasaran di masa mendatang.

Materi pelatihan yang diberikan dalam program ini dirancang secara sistematis dan aplikatif, mencakup berbagai keterampilan teknis yang sangat dibutuhkan dalam pemasaran digital modern. Pelatihan dimulai dari pembelajaran dasar tentang pembuatan konten visual yang menarik, termasuk keterampilan teknis dalam pembuatan video konten promosi yang berkualitas menggunakan perangkat sederhana seperti smartphone. Peserta diajarkan tentang teknik pengambilan gambar, editing video, pemilihan musik latar, hingga strategi storytelling yang efektif untuk menarik perhatian audiens di media sosial.

Selanjutnya, pelatihan juga mencakup optimalisasi toko online di berbagai platform marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, termasuk teknik penulisan deskripsi produk yang persuasif, pengaturan katalog produk, strategi pricing, serta manajemen customer service online. Sebagai contoh konkret, Dinas Perindag Provinsi Jawa Tengah telah melaksanakan kegiatan Perluasan Pemasaran Produk UMKM melalui E-Commerce pada tanggal 24 Juli 2025 di Kota Salatiga. Kegiatan ini diikuti oleh 40 UMKM dari wilayah Kota Salatiga yang terdiri dari usaha bidang fashion (10 UMKM), olahan makanan (25 UMKM), dan usaha lainnya (5 UMKM), dengan narasumber dari Kemendag RI, PT Shopee Internasional Indonesia, serta motivator bisnis lokal.

Pelatihan ini menjadi sangat penting mengingat masih banyak UMKM yang belum optimal memanfaatkan e-commerce karena berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital, minimnya pengetahuan pengelolaan toko online, serta tantangan logistik dan pembayaran. Pemasaran digital telah menjadi keniscayaan yang tidak dapat dihindari dalam era digital yang terus berkembang pesat. Namun, para pelaku UMKM masih dihadapkan pada beragam tantangan kompleks dalam era digitalisasi ini, terutama terkait strategi pemasaran yang efektif. Perlu disadari bahwa esensi dari pemasaran digital terletak pada kemampuannya membuka akses pasar yang jauh lebih luas, yang pada akhirnya berpotensi besar untuk mengakselerasi pertumbuhan omset para pelaku UMKM.

Salah satu komunitas UMKM yang menjadi sasaran program pemberdayaan di Kota Salatiga adalah Komunitas Karya Mapan, yang dihuni oleh sekelompok pelaku UMKM dalam sektor pangan lokal. Anggota komunitas ini merupakan para ibu rumah tangga yang telah diberdayakan oleh Dinas Koperasi Kota Salatiga dengan tujuan memberikan mereka kesempatan untuk menciptakan penghasilan sendiri dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Mayoritas anggota komunitas ini berada dalam rentang usia 30 hingga 55 tahun yang sebelumnya menghadapi keterbatasan sebagai ibu rumah tangga dengan peran ekonomi yang terbatas dalam keluarga.

Pada tahap awal, banyak dari anggota komunitas ini menghadapi kendala dalam mengelola usaha pangan mereka. Data yang terhimpun oleh Dinas Koperasi menunjukkan bahwa Komunitas Karya Mapan masih mengalami hambatan dalam aspek-aspek penting seperti produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Fakta ini menyoroti bahwa inti dari kesuksesan UMKM terletak pada bagaimana mereka mengelola aspek pemasarannya. Pengelolaan pemasaran yang tersistem memiliki peran yang tak tergantikan dalam menentukan arah dan prestasi UMKM, terutama dalam era bisnis yang dipenuhi dengan persaingan tajam dan perubahan tren perilaku konsumen yang dinamis.

Setelah dilakukan pemantauan awal, tergambar bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh anggota Komunitas Karya Mapan masih mengandalkan sistem word of mouth, yang membatasi jangkauan pasar mereka. Meskipun pemasaran digital memegang peran sentral dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi elemen krusial dalam pertumbuhan UMKM, penerapannya masih dirasakan sebagai sesuatu yang asing bagi anggota Komunitas Karya Mapan. Banyak di antara mereka merasa bahwa pemasaran digital merupakan hal yang kompleks dan berbiaya mahal, padahal nyatanya pemasaran digital memiliki kelebihan ekonomis yang signifikan dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

Dalam pelaksanaan program pelatihan, metode yang diterapkan mengintegrasikan pendekatan ceramah dan praktik langsung. Kegiatan pengabdian dilakukan pada tanggal 5 Juli 2023 di Kota Salatiga, dimulai dengan penyampaian materi melalui sesi ceramah yang membahas konsep-konsep dasar terkait digitalisasi dan strategi pemasaran, diikuti dengan diskusi interaktif yang melibatkan partisipasi langsung peserta. Tahap praktik difokuskan pada pengenalan penggunaan media sosial, khususnya platform Instagram, dimulai dengan pembuatan akun Instagram baru untuk Komunitas Karya Mapan sebagai langkah awal dalam menjalankan pemasaran melalui media sosial.

Peserta diajak memahami konsep strategis dalam menarik pengguna media sosial lain agar tertarik untuk mengunjungi dan mengikuti akun komunitas, mencakup berbagai taktik mulai dari pembuatan konten menarik yang relevan dengan produk hingga pemanfaatan hashtag yang tepat guna meningkatkan jangkauan dan keterlibatan. Bagian akhir dari sesi pelatihan melibatkan konsultasi mengenai penyesuaian biaya produksi dan pengelolaan anggaran untuk iklan di platform media sosial. Periode tiga bulan diberikan kepada peserta untuk secara bertahap merealisasikan strategi pemasaran baru yang telah dipelajari, sambil mengelola akun media sosial Instagram yang telah dibuat.

Hasil implementasi strategi pemasaran digital menunjukkan dampak yang sangat positif. Data dari Instagram mengungkapkan bahwa akun Komunitas Karya Mapan mampu mencapai dan menarik perhatian sebanyak 876 individu per hari, dengan peningkatan visibilitas online mencapai 17% dan kenaikan interaksi dengan calon pelanggan sebesar 28% selama jangka waktu pengabdian. Tren pertumbuhan juga tercermin dalam data penjualan yang menunjukkan peningkatan signifikan, terutama pada bulan Agustus ketika akun mulai lebih dikenal oleh masyarakat.

Salah satu elemen kunci dalam membentuk identitas merek yang kuat adalah visualisasi produk melalui foto dan video berkualitas tinggi. Foto produk yang diambil dengan kualitas tinggi dan daya tarik visual yang kuat memiliki peran

utama dalam strategi pemasaran digital yang sukses. Keindahan dan detail yang ditampilkan dalam foto produk menciptakan koneksi langsung dengan audiens, menarik perhatian mereka, dan menginspirasi kepercayaan. Oleh karena itu, tim pengabdian membantu anggota komunitas untuk memiliki foto produk yang baik dan profesional untuk ditampilkan di media sosial sebagai wadah pemasaran.

Meskipun pencapaian yang diraih cukup signifikan, masih terdapat beberapa tantangan yang belum mampu diselesaikan sepenuhnya. Kendala pertama berkaitan dengan sumber daya, mencakup keterbatasan anggaran untuk sistem iklan berbayar dan ketiadaan tenaga profesional untuk mengurus media sosial secara optimal. Tantangan berikutnya berkaitan dengan dinamika perubahan algoritma dan kebijakan pada platform media sosial yang seringkali mengubah cara konten dapat ditemukan oleh audiens, sehingga memerlukan adaptasi berkelanjutan dalam strategi pemasaran.

Aspek penting lainnya yang menjadi fokus pelatihan adalah perbaikan kualitas kemasan atau packaging produk. Peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya kemasan sebagai bagian dari brand identity dan strategi pemasaran, serta diajarkan cara merancang kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional, aman, dan ramah lingkungan. Selain itu, pelatihan juga mengintegrasikan pembelajaran tentang fotografi produk untuk keperluan promosi online, penggunaan aplikasi desain grafis sederhana, serta pengenalan tentang digital advertising melalui Facebook Ads dan Instagram Ads untuk menjangkau target pasar yang lebih spesifik.

Kegiatan pelatihan ini juga mengintegrasikan upaya kurasi produk yang bertujuan untuk memastikan bahwa UMKM tidak hanya mampu memasarkan produk secara digital, tetapi juga mampu memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh pasar digital yang lebih luas dan kompetitif. Proses kurasi meliputi evaluasi kualitas produk, standarisasi kemasan, pemenuhan aspek keamanan dan legalitas produk (seperti sertifikat halal dan izin PIRT), serta pendampingan dalam

proses inovasi dan diversifikasi produk agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen modern. Melalui kurasi ini, diharapkan produk UMKM Salatiga tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal, tetapi juga siap menembus pasar regional dan nasional melalui platform digital.

Berdasarkan capaian kinerja yang tercatat dalam laporan tahunan Dinas Koperasi dan UKM tahun 2023, program ini telah berhasil memfasilitasi sebanyak 150 unit usaha mikro dalam pengembangan desain dan teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka. Capaian ini menunjukkan komitmen serius pemerintah daerah dalam mendorong literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Dampak nyata dari program ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang memiliki akun media sosial aktif, bertambahnya UMKM yang telah membuka toko online di marketplace, serta peningkatan omzet penjualan yang dilaporkan oleh peserta pelatihan. Selain dampak ekonomi, program ini juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menggunakan teknologi, perluasan jaringan pemasaran, serta terbentuknya mindset yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan tren pasar.

2.3 Gambaran Umum Dinas Koperasi, UKM Kota Salatiga

Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga merupakan salah satu perangkat daerah yang memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi kerakyatan di wilayah Kota Salatiga. Keberadaan dinas ini menjadi tulang punggung pelaksanaan kebijakan pemerintah daerah dalam memberdayakan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah serta gerakan koperasi sebagai pilar utama perekonomian masyarakat. Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, dinas ini tidak hanya berfungsi sebagai regulator dan fasilitator, tetapi juga sebagai katalisator yang mendorong tumbuh kembangnya wirausaha lokal, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Sebagai institusi pemerintah yang langsung bersentuhan dengan para pelaku usaha di tingkat akar rumput, Dinas Koperasi dan UKM memiliki tanggung jawab untuk menerjemahkan berbagai kebijakan makro ekonomi ke dalam program-program teknis yang aplikatif dan dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh masyarakat. Peran strategis ini semakin penting mengingat sektor UMKM dan koperasi berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Salatiga, menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, serta menjadi penyangga ketahanan ekonomi daerah terutama di masa-masa krisis ekonomi. Dengan demikian, keberadaan dinas ini bukan hanya sekadar memenuhi struktur birokrasi pemerintahan, melainkan merupakan kebutuhan nyata dalam upaya mewujudkan perekonomian daerah yang tangguh, mandiri, dan berdaya saing.

2.3.1 Dasar Pembentukan dan Kedudukan

Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga dibentuk berdasarkan landasan hukum yang kuat dan mengikuti dinamika regulasi pemerintahan daerah. Pembentukan awal dinas ini merujuk pada Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Salatiga. Peraturan daerah ini merupakan respons terhadap amanat Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang mengatur tentang penataan kelembagaan perangkat daerah agar lebih efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan daerah dalam menjalankan urusan pemerintahan.

Seiring dengan perkembangan kebutuhan organisasi dan tuntutan pelayanan publik yang semakin kompleks, dasar hukum pembentukan dinas ini kemudian mengalami pembaruan melalui Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2021 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Perubahan ini dilakukan dalam rangka menyesuaikan struktur organisasi perangkat daerah dengan dinamika kebijakan nasional, kebutuhan pembangunan daerah, serta upaya peningkatan kualitas pelayanan publik di bidang koperasi dan UMKM. Revisi peraturan daerah

ini juga mempertimbangkan evaluasi kinerja kelembagaan serta rekomendasi dari Kementerian Dalam Negeri terkait efektivitas organisasi perangkat daerah.

Untuk mengoperasionalkan ketentuan dalam peraturan daerah tersebut, Pemerintah Kota Salatiga menerbitkan Peraturan Wali Kota Salatiga Nomor 26 Tahun 2024 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. Peraturan Wali Kota ini menjadi pedoman teknis yang lebih rinci dan operasional, mengatur secara spesifik tentang struktur organisasi internal dinas, uraian tugas masing-masing unit kerja, mekanisme koordinasi antar bidang, serta tata hubungan kerja dengan instansi lain baik di lingkungan pemerintah daerah maupun dengan lembaga eksternal. Peraturan ini juga memuat standar operasional prosedur (SOP) yang menjadi acuan dalam pelaksanaan tugas dan fungsi dinas sehari-hari.

Secara kelembagaan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga berkedudukan sebagai unsur pelaksana urusan pemerintahan daerah di bidang koperasi dan usaha mikro kecil menengah. Kedudukan ini menempatkan dinas sebagai leading sector yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab penuh dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidangnya. Dinas berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Wali Kota Salatiga melalui Sekretaris Daerah, yang berarti setiap kebijakan strategis, program prioritas, dan pertanggungjawaban kinerja dinas harus dilaporkan dan dikoordinasikan melalui jalur hierarki ini. Hubungan pertanggungjawaban ini memastikan adanya keselarasan antara kebijakan dinas dengan visi dan misi kepemimpinan daerah, serta menjamin akuntabilitas publik dalam pengelolaan anggaran dan pelaksanaan program pembangunan.

Kedudukan dinas yang berada langsung di bawah Wali Kota juga memberikan posisi strategis dalam sistem pemerintahan daerah, di mana dinas memiliki akses langsung untuk menyampaikan aspirasi pelaku usaha kepada pimpinan daerah, mengusulkan kebijakan yang berpihak pada pengembangan

UMKM, serta mengkoordinasikan program lintas sektor yang melibatkan perangkat daerah lain seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pariwisata, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, serta instansi vertikal seperti Kantor Wilayah Kementerian Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah. Koordinasi yang baik ini menjadi kunci keberhasilan dalam mengintegrasikan berbagai program pemberdayaan ekonomi masyarakat secara holistik dan berkelanjutan.

2.3.2 Visi, Misi, dan Tujuan Strategis

Sebagai bagian integral dari sistem pemerintahan daerah, Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga menjalankan tugas dan fungsinya dengan berpedoman pada visi pembangunan daerah yang telah ditetapkan oleh pemerintah kota. Dalam periode kepemimpinan 2023-2026, dinas ini berkomitmen penuh untuk mendukung terwujudnya visi Pemerintah Kota Salatiga yaitu "Salatiga yang MAJU, DEMOKRATIS, dan NYAMAN". Visi ini mencerminkan cita-cita kolektif untuk mewujudkan kemajuan ekonomi yang inklusif, tata kelola pemerintahan yang partisipatif dan transparan, serta kondisi kehidupan masyarakat yang aman dan harmonis didukung oleh pelayanan publik yang memadai.

Dalam kerangka visi tersebut, implementasi program Dinas Koperasi dan UKM secara khusus diarahkan untuk mewujudkan Misi ke-2 Pemerintah Kota Salatiga, yaitu "Meningkatkan perekonomian daerah berbasis potensi lokal yang berorientasi pada ekonomi kerakyatan". Misi ini menempatkan penguatan sektor ekonomi kerakyatan, khususnya UMKM dan koperasi, sebagai prioritas strategis dalam pembangunan ekonomi daerah dengan menekankan prinsip keadilan ekonomi, pemerataan kesempatan berusaha, serta pemberdayaan masyarakat dari lapisan bawah agar mampu berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi produktif.

Sejalan dengan visi dan misi pemerintah daerah, Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga juga merumuskan visi dan misi kelembagaan yang lebih spesifik

sebagai panduan operasional dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya. Visi Dinas Koperasi dan UKM adalah "Terwujudnya Koperasi dan UMKM yang Mandiri, Berdaya Saing, dan Berkelanjutan". Visi ini mengandung tiga elemen kunci: kemandirian yang mencerminkan kemampuan pelaku usaha untuk mengelola usahanya secara profesional tanpa ketergantungan berlebihan pada bantuan eksternal; daya saing yang menunjukkan kemampuan bersaing di pasar lokal, regional, maupun nasional melalui peningkatan kualitas produk, inovasi, dan efisiensi usaha; serta keberlanjutan yang menekankan pada pengembangan usaha yang ramah lingkungan, bertanggung jawab sosial, dan mampu bertahan dalam jangka panjang.

Untuk mewujudkan visi tersebut, Dinas Koperasi dan UKM menetapkan beberapa misi kelembagaan. Pertama, meningkatkan kualitas kelembagaan dan tata kelola koperasi sehingga mampu menjadi badan usaha yang sehat, profesional, dan memberikan manfaat nyata bagi anggota dan masyarakat. Kedua, memfasilitasi pengembangan kapasitas dan daya saing UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan akses terhadap sumber daya produktif. Ketiga, memperluas akses pasar dan jaringan pemasaran produk UMKM baik melalui platform konvensional maupun digital. Keempat, mendorong inovasi produk dan layanan UMKM agar sesuai dengan dinamika pasar dan perkembangan teknologi. Kelima, membangun sinergi dan kemitraan strategis dengan berbagai pihak termasuk perbankan, perguruan tinggi, dunia usaha, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pengembangan UMKM dan koperasi.

Tujuan strategis yang ingin dicapai oleh Dinas Koperasi dan UKM meliputi peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah melalui penguatan sektor UMKM dan koperasi sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi lokal, serta peningkatan pendapatan perkapita penduduk sebagai indikator langsung dari tingkat kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang dimaksud tidak hanya diukur dari angka statistik semata, tetapi juga dari kualitas pertumbuhan yang

inklusif, berkelanjutan, dan mampu menciptakan dampak multiplier effect terhadap sektor-sektor ekonomi lainnya.

Untuk mencapai tujuan strategis tersebut, dinas menetapkan sasaran utama yang menjadi fokus pelaksanaan program dan kegiatan. Sasaran pertama adalah meningkatnya jumlah koperasi aktif yang berkualitas, yang diukur tidak hanya dari aspek kuantitas jumlah anggota atau volume usaha, tetapi juga dari aspek tata kelola organisasi yang baik, kesehatan keuangan yang solid, tingkat partisipasi anggota yang tinggi, serta kontribusi nyata terhadap kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitar. Sasaran kedua adalah meningkatnya jumlah unit UMKM yang mandiri, yang mencakup kemandirian finansial dalam mengelola keuangan usaha secara sehat, kemandirian operasional dalam mengelola produksi, pemasaran, dan manajemen usaha secara profesional, serta kemandirian inovasi dalam mengikuti perkembangan pasar dan teknologi. Penetapan visi, misi, tujuan strategis, dan sasaran ini menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga memiliki arah kebijakan yang jelas dan terukur dalam upaya memberdayakan sektor ekonomi kerakyatan dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

2.3.3 Tugas Pokok dan Fungsi

Berdasarkan Peraturan Wali Kota Salatiga Nomor 26 Tahun 2024, Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga memiliki tugas pokok untuk melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah serta tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah di bidang koperasi dan usaha mikro kecil menengah. Tugas pokok ini mencakup seluruh aspek pengelolaan, pembinaan, dan pengembangan koperasi serta UMKM di wilayah Kota Salatiga, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program dan kegiatan.

Dalam melaksanakan tugas pokoknya, Dinas Koperasi dan UKM menyelenggarakan beberapa fungsi strategis. Pertama, fungsi perumusan kebijakan teknis di bidang koperasi dan usaha mikro kecil menengah, yang meliputi

penyusunan regulasi teknis, pedoman operasional, standar pelayanan, serta kebijakan inovatif yang responsif terhadap dinamika perkembangan ekonomi kerakyatan dan kebutuhan pelaku usaha di lapangan. Fungsi ini memastikan bahwa setiap kebijakan yang dihasilkan memiliki landasan hukum yang kuat, relevan dengan kondisi lokal, serta sejalan dengan kebijakan nasional dan provinsi.

Kedua, fungsi pelaksanaan kebijakan di bidang koperasi dan usaha mikro kecil menengah, yang mencakup implementasi berbagai program pemberdayaan, pelatihan kewirausahaan, pendampingan teknis, fasilitasi akses permodalan, pengembangan kapasitas kelembagaan koperasi, peningkatan daya saing produk UMKM, perluasan akses pasar, serta penguatan jaringan kemitraan usaha. Dalam fungsi ini, dinas berperan aktif sebagai fasilitator, motivator, dan enabler yang menghubungkan pelaku usaha dengan berbagai sumber daya dan peluang yang tersedia.

Ketiga, fungsi pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang koperasi dan usaha mikro kecil menengah. Fungsi ini mencakup kegiatan monitoring berkala terhadap pelaksanaan program dan kegiatan, evaluasi kinerja kelembagaan koperasi, penilaian dampak program terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha, serta penyusunan laporan pertanggungjawaban yang komprehensif dan akuntabel kepada Wali Kota melalui Sekretaris Daerah. Melalui fungsi evaluasi dan pelaporan ini, dinas dapat mengidentifikasi capaian kinerja, kendala yang dihadapi, serta merumuskan langkah perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

Keempat, fungsi pelaksanaan administrasi dinas, yang meliputi pengelolaan kepegawaian, keuangan, aset, kearsipan, serta pelayanan administrasi umum lainnya yang mendukung kelancaran operasional organisasi. Fungsi administrasi ini menjadi tulang punggung bagi efektivitas pelaksanaan seluruh fungsi lainnya, memastikan bahwa setiap kegiatan didukung oleh sistem tata kelola internal yang tertib, transparan, dan akuntabel.

Kelima, fungsi pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Wali Kota sesuai dengan tugas dan fungsinya. Fungsi ini memberikan fleksibilitas bagi dinas untuk merespons kebijakan atau program prioritas yang ditetapkan oleh kepala daerah, termasuk program inovatif, kegiatan percepatan pembangunan ekonomi, atau inisiatif khusus yang memerlukan koordinasi lintas sektor dan keterlibatan aktif dari dinas sebagai leading sector di bidang koperasi dan UMKM.

Pelaksanaan tugas pokok dan fungsi tersebut dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan berkesinambungan dengan mengedepankan prinsip-prinsip good governance, yaitu transparansi, akuntabilitas, partisipatif, responsif, efektif, dan efisien. Dinas juga menerapkan sistem manajemen kinerja yang terukur melalui penetapan indikator kinerja utama (IKU) dan target-target capaian yang terdefinisi dengan jelas dalam dokumen perencanaan strategis dan rencana kerja tahunan. Dengan demikian, setiap program dan kegiatan yang dilaksanakan dapat diukur tingkat keberhasilannya dan memberikan dampak nyata bagi peningkatan kesejahteraan pelaku usaha serta pertumbuhan ekonomi daerah.

2.3.4 Struktur Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur organisasi Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga dirancang secara sistematis untuk mendukung efektivitas pelaksanaan tugas pokok dan fungsi kelembagaan. Berdasarkan Peraturan Wali Kota Salatiga Nomor 26 Tahun 2024, struktur organisasi dinas terdiri atas beberapa elemen utama yang saling berkoordinasi dan bersinergi dalam menjalankan program pemberdayaan koperasi dan UMKM.

Pada level puncak organisasi terdapat Kepala Dinas yang bertanggung jawab langsung kepada Wali Kota melalui Sekretaris Daerah. Kepala Dinas memiliki peran strategis dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan pelaksanaan program, serta memastikan tercapainya target kinerja organisasi. Di bawah Kepala Dinas terdapat Sekretariat yang menjalankan fungsi administratif

dan manajerial, meliputi pengelolaan kepegawaian, keuangan, perencanaan program, evaluasi kinerja, serta pelayanan administrasi umum yang menjadi penunjang operasional seluruh unit kerja di lingkungan dinas.

Struktur organisasi juga mencakup dua bidang teknis utama, yaitu Bidang Koperasi dan Bidang Usaha Kecil dan Menengah. Bidang Koperasi bertanggung jawab atas pembinaan kelembagaan koperasi, pengembangan kapasitas organisasi dan manajemen koperasi, fasilitasi akses permodalan, serta monitoring dan evaluasi kesehatan koperasi. Sementara itu, Bidang Usaha Kecil dan Menengah fokus pada pemberdayaan UMKM melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan teknis produksi dan pemasaran, fasilitasi sertifikasi produk, pengembangan akses pasar baik konvensional maupun digital, serta penguatan jaringan kemitraan usaha antara UMKM dengan pelaku usaha besar, perbankan, dan institusi pendukung lainnya.

Dari sisi sumber daya manusia, per 31 Desember 2024, operasional Dinas Koperasi dan UKM didukung oleh 31 orang personel yang terdiri dari 21 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS), 2 orang Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK), dan 8 orang tenaga non-ASN yang bertugas sebagai tenaga pendukung teknis dan administratif. Komposisi kepegawaian ini mencerminkan upaya dinas dalam mengoptimalkan kapasitas kelembagaan melalui kombinasi antara tenaga struktural yang berpengalaman dengan tenaga fungsional dan kontraktual yang membawa keahlian spesifik sesuai kebutuhan program. Meskipun jumlah personel relatif terbatas jika dibandingkan dengan cakupan wilayah dan jumlah pelaku usaha yang harus dilayani, dinas terus berupaya meningkatkan kompetensi dan produktivitas pegawai melalui program pelatihan, bimbingan teknis, dan pengembangan kapasitas secara berkelanjutan.

Dari sisi anggaran, Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga pada tahun anggaran 2024 memperoleh alokasi dana sebesar Rp7.325.000.000 dan berhasil merealisasikan belanja sebesar Rp7.054.579.169, atau mencapai tingkat realisasi sebesar 96,32% dari total pagu anggaran yang tersedia. Capaian realisasi anggaran

ini menunjukkan kinerja pengelolaan keuangan yang baik serta komitmen dinas dalam melaksanakan program dan kegiatan secara optimal sesuai perencanaan yang telah ditetapkan. Seluruh anggaran tersebut dialokasikan untuk mendukung dua kategori program utama, yaitu program penunjang urusan pemerintahan daerah yang mencakup kegiatan perencanaan, penganggaran, administrasi kepegawaian, pengelolaan aset, dan pelaporan kinerja, serta program pemberdayaan koperasi dan usaha mikro kecil menengah yang mencakup kegiatan pelatihan, pendampingan, fasilitasi akses permodalan, promosi produk, pengembangan kapasitas kelembagaan, dan kegiatan inovatif lainnya yang berdampak langsung terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha.

Ketersediaan sumber daya manusia dan anggaran yang memadai menjadi modal penting bagi Dinas Koperasi dan UKM dalam menjalankan peran strategisnya sebagai leading sector dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Ke depan, dinas terus berkomitmen untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya yang ada, memperkuat kapasitas kelembagaan melalui pengembangan sistem dan prosedur kerja yang lebih baik, serta mendorong terciptanya sinergi dan kolaborasi lintas sektor guna mewujudkan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan koperasi serta UMKM di Kota Salatiga.