

CENDIKIA : Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia

Volume 1, Nomor 2, Desember 2025

Article Info:

Received date: 28 Desember 2025

Revised date : 29 Desember 2025

Accepted date: 30 Desember 2025

Pengembangan Kapasitas Wirausaha Bagi Pelaku UMKM Untuk Peningkatan Ekonomi Lokal Di Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda

Aji Sofyan Effendi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman Samarinda

***Email Correspondence : iseisamarinda2021@gmail.com**

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada 20 November 2025, dengan judul "Pengembangan Kapasitas Wirausaha Bagi Pelaku UMKM Untuk Peningkatan Ekonomi Lokal di Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda," merupakan implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan pelaku UMKM di kawasan Citra Niaga melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi manajerial, keterampilan pemasaran, serta kualitas produk. Kawasan Citra Niaga memiliki potensi besar sebagai pusat perdagangan kreatif dengan produk-produk lokal, namun pelaku UMKM di kawasan ini masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan kemampuan dalam manajerial usaha, pemasaran yang masih mengandalkan metode konvensional, serta kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan memberikan solusi melalui pelatihan yang terstruktur dan pendampingan teknis yang berkelanjutan. Kegiatan dimulai dengan pemetaan kebutuhan UMKM melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan penguatan dalam beberapa aspek, antara lain manajemen bisnis, pencatatan keuangan yang sederhana, pemasaran digital, desain kemasan produk, dan peningkatan kualitas layanan. Berdasarkan temuan ini, tim pengabdian menyusun serangkaian pelatihan yang mencakup penguatan mindset kewirausahaan, strategi pemasaran digital, desain kemasan, serta teknik fotografi produk. Selain itu, pelatihan mengenai pengelolaan modal usaha, perencanaan bisnis, dan pencatatan keuangan yang mudah diterapkan juga diberikan untuk meningkatkan kemampuan manajerial peserta. Setelah sesi pelatihan, dilanjutkan dengan pendampingan teknis yang dilakukan secara langsung di lokasi usaha. Tim pengabdian mengunjungi pelaku UMKM untuk memberikan bimbingan yang lebih mendalam, sesuai dengan kebutuhan spesifik usaha mereka. Pendampingan ini mencakup peningkatan kualitas produk, penataan display toko, pengelolaan persediaan, serta pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan pasar yang lebih efektif. Interaksi langsung ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengimplementasikan materi pelatihan secara praktis dan berkelanjutan. Evaluasi yang dilakukan pada akhir kegiatan menunjukkan hasil yang positif, dengan peningkatan signifikan dalam hal keterampilan manajerial, kemampuan pemasaran digital, serta kualitas produk. Beberapa pelaku UMKM bahkan melaporkan peningkatan jumlah pelanggan setelah menerapkan strategi pemasaran yang diajarkan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memperkuat kapasitas UMKM di kawasan Citra Niaga dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi lokal di Kota Samarinda. Program ini diharapkan dapat menjadi model dalam pemberdayaan UMKM lainnya, dengan pendekatan yang berbasis pada potensi lokal dan teknologi digital untuk mendukung daya saing di pasar global.

Kata Kunci: UMKM, Kapasitas Kewirausahaan, Pelatihan UMKM, Pemasaran Digital.

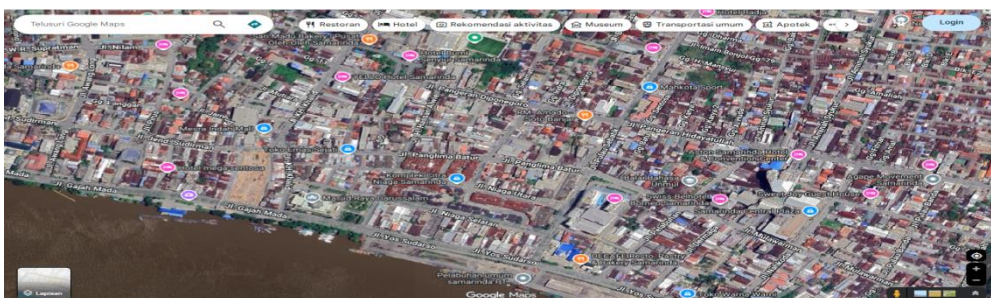
ABSTRACT

The community service activity held on November 20, 2025, with the title "Entrepreneurial Capacity Development for MSMEs to Improve the Local Economy in the Citra Niaga Area of Samarinda City," is an implementation of the Tri Dharma of Higher Education in the field of community service. This activity aims to strengthen the entrepreneurial capacity of MSMEs in the Citra Niaga area through a series of training and mentoring designed to improve managerial competency, marketing skills, and product quality. The Citra Niaga area has great potential as a creative trade center for local products, but MSMEs in this area still face several challenges, such as limited business management capabilities, marketing that still relies on conventional methods, and the lack of use of digital technology in business activities. Therefore, this activity aims to provide solutions through structured training and ongoing technical assistance. The activity began with mapping the needs of MSMEs through field observations and interviews with business actors. The mapping results showed that MSMEs need strengthening in several aspects, including business management, simple financial recording, digital marketing, product packaging design, and improving service quality. Based on these findings, the community service team developed a series of training sessions covering strengthening entrepreneurial mindsets, digital marketing strategies, packaging design, and product photography techniques. Additionally, training on business capital management, business planning, and easy-to-implement financial record-keeping was provided to enhance participants' managerial skills. Following the training sessions, technical assistance was provided directly at the business locations. The community service team visited the MSMEs to provide more in-depth guidance tailored to their specific business needs. This assistance included improving product quality, store display design, inventory management, and developing more effective marketing and market management strategies. This direct interaction aimed to ensure that the MSMEs could implement the training materials practically and sustainably. Evaluations conducted at the end of the program showed positive results, with significant improvements in managerial skills, digital marketing capabilities, and product quality. Several MSMEs even reported an increase in customer base after implementing the taught marketing strategies. Overall, this community service program successfully strengthened the capacity of MSMEs in the Citra Niaga area and had a positive impact on the local economy in Samarinda City. This program is expected to become a model for empowering other MSMEs, with an approach based on local potential and digital technology to support competitiveness in the global market.

Keywords: MSMEs, Entrepreneurship Capacity, MSME Training, Digital Marketing.

PENDAHULUAN

Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda dikenal sebagai salah satu pusat perdagangan dan aktivitas ekonomi kreatif yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Kawasan ini dihuni oleh beragam pelaku UMKM yang bergerak dalam sektor kuliner, kerajinan, fashion, jasa kreatif, hingga produk lokal khas Kalimantan Timur. Keberadaan UMKM tersebut berkontribusi besar terhadap dinamika ekonomi daerah, baik dalam penyediaan lapangan kerja maupun dalam memperkenalkan produk-produk lokal yang menjadi identitas daerah. Namun, potensi tersebut belum termanfaatkan secara optimal akibat berbagai hambatan struktural, pengelolaan usaha, dan keterbatasan pemanfaatan teknologi



Gambar 1. Peta Lokasi Kawasan Komplek Perdagangan Citra Niaga Kota Samarinda



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kawasan Citra Niaga Samarinda, 2025

Dari hasil observasi awal dan dialog dengan sejumlah pelaku UMKM di Citra Niaga, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan bisnis dengan pendekatan tradisional. Banyak dari mereka tidak memiliki perencanaan usaha yang matang, bahkan sebagian belum memahami konsep dasar manajemen seperti pengaturan arus kas, pencatatan keuangan yang rapi, dan analisis biaya produksi. Hal ini menyebabkan usaha sulit berkembang karena tidak adanya data yang akurat sebagai dasar pengambilan keputusan. Kurangnya pengetahuan mengenai perhitungan harga pokok penjualan dan margin keuntungan juga membuat beberapa pelaku usaha mengalami ketidakseimbangan antara biaya operasional dan pendapatan. Selain aspek manajerial, persoalan lain yang cukup dominan adalah minimnya kemampuan pemasaran, khususnya pemasaran berbasis digital. Padahal, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen ke arah transaksi online menuntut pelaku UMKM untuk adaptif terhadap strategi pemasaran digital. Sebagian besar pelaku UMKM di Citra Niaga belum memanfaatkan platform digital seperti media sosial, marketplace, katalog online, maupun fitur pembayaran digital secara optimal. Konten promosi yang dibuat pun masih sederhana, kurang menarik, dan tidak mengikuti prinsip dasar pemasaran visual. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pemasaran mereka terbatas pada pengunjung lokal atau pelanggan tetap, sehingga potensi peningkatan pendapatan menjadi tidak maksimal.

Dari sisi produk, permasalahan terkait kualitas dan tampilan produk juga menjadi perhatian. Banyak produk lokal sebenarnya memiliki nilai jual tinggi, namun tidak didukung dengan kemasan yang menarik, desain branding yang konsisten, dan standar kualitas yang stabil. Kemasan yang kurang profesional membuat produk sulit bersaing, terutama dengan produk serupa dari luar daerah yang telah memiliki konsep branding kuat. Pelaku UMKM juga sering mengalami kendala dalam pengadaan bahan baku, karena belum adanya sistem manajemen inventaris yang baik dan belum terbentuknya jejaring pemasok yang solid. Lingkungan bisnis di Citra Niaga juga dipengaruhi oleh pola persaingan yang cukup ketat. Dengan banyaknya pelaku usaha dalam sektor yang sama, persaingan produk menjadi tidak terhindarkan. Namun, alih-alih bersaing secara inovatif, banyak pelaku UMKM justru menawarkan produk yang mirip tanpa diferensiasi nilai yang jelas. Situasi ini membuat harga menjadi faktor utama dalam persaingan, sehingga mengurangi potensi keuntungan dan menghambat keberlanjutan usaha jangka panjang. Pada aspek eksternal, perubahan kebijakan pemerintah terkait pengembangan UMKM sebenarnya membuka peluang besar melalui berbagai program bantuan, fasilitasi perizinan, hingga dukungan pemasaran. Namun, sebagian pelaku usaha belum mampu mengakses peluang tersebut karena minimnya

pengetahuan tentang prosedur administrasi dan kurangnya informasi. Ketidaksiapan dalam memenuhi standar legalitas usaha seperti NIB, sertifikat halal, atau izin PIRT juga menjadi kendala dalam memperluas pasar, khususnya ke sektor ritel modern dan marketplace resmi. Selain itu, faktor sumber daya manusia turut memengaruhi dinamika usaha di kawasan ini. Banyak pelaku UMKM yang menjalankan usaha secara mandiri tanpa tenaga kerja tambahan, sehingga waktu dan tenaga mereka terbagi antara produksi, pemasaran, dan pelayanan. Kondisi ini membuat inovasi dan pengembangan usaha sering terabaikan. Beberapa pelaku usaha juga memiliki pola pikir yang masih konvensional dan enggan beradaptasi dengan perubahan tren pasar.

Berdasarkan keseluruhan situasi tersebut, terlihat bahwa Pengembangan Kapasitas Wirausaha pada pelaku UMKM di Kawasan Citra Niaga memang sangat dibutuhkan. Pelatihan dan pendampingan yang terstruktur diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan manajerial, kemampuan pemasaran digital, kualitas produk, serta penguatan mindset wirausaha. Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjadi solusi strategis untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan secara langsung berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal Kota Samarinda. Dengan demikian, analisis situasi ini menggambarkan urgensi intervensi melalui program pengembangan kapasitas sebagai langkah penting untuk memperbaiki kinerja UMKM, meningkatkan produktivitas, serta mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi yang adaptif dan berkelanjutan di Kawasan Citra Niaga.

METODE PELAKSANAAN

A. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan kegiatan kuliah umum kewirausahaan yaitu pada hari Kamis, tanggal 20 November 2025, Pukul 10.00 Wita sampai selesai.

B. Rencana Pelaksanaan

Rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yaitu:

No.	Uraian Kegiatan	Waktu			
		Oktober /Minggu		November /Minggu	
		I / II	III / IV	I / II	III / IV
1.	Persiapan	x	x		
2.	Pelaksanaan			x	
3.	Membuat laporan				x

C. Tempat Kegiatan

Tempat dan lokasi pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Kawasan Komplek Perdagangan Citra Niaga Kota Samarinda serta mengunjungi Kantor Kelurahan Pelabuhan Kecamatan Samarinda Kota serta bertemu dengan pelaku usaha sebagai pedagang UMKM di kawasan Komplek Perdagangan Citra Niaga Kota Samarinda.

D. Bentuk Kegiatan

Bentuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yaitu:

- 1) Pemberian materi dasar tentang penguatan mindset kewirausahaan, termasuk pentingnya inovasi, keberanian mengambil peluang, dan kemampuan beradaptasi dalam persaingan usaha.
- 2) Pelatihan manajemen usaha dan perencanaan bisnis, meliputi penyusunan rencana usaha, model bisnis sederhana, pengaturan operasional, serta strategi pengembangan usaha berbasis potensi lokal.
- 3) Pengenalan dan praktik pemasaran digital, mencakup penggunaan media sosial, teknik

- membuat konten promosi, fotografi produk sederhana, serta pemanfaatan marketplace sebagai kanal pemasaran.
- 4) Pelatihan peningkatan kualitas produk dan desain kemasan, termasuk cara menentukan standar mutu, perbaikan tampilan produk, serta pembuatan kemasan dan branding yang menarik dan sesuai segmentasi pasar.
 - 5) Diskusi kelompok mengenai tantangan dan peluang UMKM di Kawasan Citra Niaga, sehingga peserta dapat saling bertukar pengalaman, menemukan solusi bersama, dan membangun jejaring usaha.
 - 6) Simulasi penyusunan strategi pemasaran dan branding, melalui latihan membuat kalender promosi, menentukan target pasar, menyusun pesan promosi, hingga mempraktikkan interaksi dengan pelanggan secara profesional.
 - 7) Pendampingan langsung di lokasi usaha, untuk membantu peserta menerapkan hasil pelatihan, seperti perbaikan display produk, penerapan strategi digital marketing, dan evaluasi perkembangan usaha secara berkala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Berdirinya Komplek Perdagangan Citra Niaga Kota Samarinda

Komplek Perdagangan Citra Niaga merupakan salah satu kawasan yang memiliki nilai historis penting dalam perkembangan tata ruang dan aktivitas ekonomi Kota Samarinda. Keberadaan kawasan ini tidak hanya menjadi saksi perubahan fungsi ruang publik, tetapi juga merupakan cerminan dinamika sosial-ekonomi masyarakat dari masa ke masa. Untuk memahami bagaimana Citra Niaga berkembang menjadi ikon perdagangan dan pusat interaksi masyarakat, perlu ditelusuri jejak sejarahnya sejak masa awal sebelum kawasan ini terbentuk hingga transformasi yang dialami pada era modern. Berikut disajikan uraian sejarah berdirinya Komplek Perdagangan Citra Niaga secara kronologis dan komprehensif:

1) Asal-Usul: dari Taman Hiburan ke Kawasan Perdagangan

Sebelum menjadi pusat perdagangan, lahan yang kini dikenal sebagai Citra Niaga dulunya adalah Taman Hiburan Gelora (THG). THG sempat menjadi tempat rekreasi dan hiburan bagi masyarakat Samarinda sejak sekitar tahun 1967. Namun seiring berjalannya waktu, pemeliharaan kurang memadai, dan area tersebut perlahan mengalami penurunan banyak bagian menjadi kumuh, lalu kemudian kurang menarik bagi publik. Keadaan ini memicu pemerintah kota untuk mencari alternatif pemanfaatan ruang. Ide transformasi kawasan mengemuka sebagai upaya memberi fungsi baru yang lebih produktif bagi masyarakat bukan hanya sebagai tempat hiburan, tetapi sebagai pusat kegiatan ekonomi dan perdagangan.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda, 2025.

2) Perintisan dan Pendirian 1980-an

Proyek pembangunan kawasan perdagangan di lahan bekas THG resmi mulai dirintis pada tahun 1985 oleh pengembang swasta PT Pandurata Indah, yang mendapat pembiayaan dari lembaga perbankan. Rencana ini kemudian berlanjut ke tahap pembangunan fisik. Menurut sejumlah sumber, pembangunan pertama dimulai pada sekitar September 1985. Bangunan dirancang oleh arsitek Antonio Ismael yang menyusun desain dengan konsep unik, memadukan elemen tradisional dan fungsionalitas perdagangan modern. Akhirnya, pada 27 Agustus 1987 kawasan tersebut secara resmi dibuka sebagai “Citra Niaga”. Secara fisik kawasan ini memiliki luas sekitar 2,7 hektare, dan ditata sedemikian rupa sehingga menampung berbagai jenis pelaku usaha dari pedagang kecil, pedagang menengah, hingga pedagang dengan modal lebih besar. Skema ini dirancang agar perdagangan di Citra Niaga inklusif, memberi ruang bagi usaha mikro maupun usaha menengah/besar.

3) Struktur dan Peruntukan: Ruko, Kios, Petak Untuk Semua Golongan

Konsep ruang di Citra Niaga dibagi secara stratifikasi sesuai kemampuan modal pelaku usaha:

- a) Pedagang besar atau dengan modal relatif besar menempati ruko.
- b) Pedagang menengah menggunakan kios.
- c) Pedagang kecil atau kaki lima mendapatkan “petak” unit usaha kecil dengan ukuran sederhana.

Ukuran dan bangunan petak / kios disesuaikan secara sederhana: petak berukuran kecil, dengan konstruksi awal kayu dan atap sirap kayu ulin; kios dan ruko memiliki konstruksi lebih permanen. Desain “sarang laba-laba” istilah populer untuk layout Citra Niaga membuat semua akses terlihat saling terhubung, tanpa area tersembunyi. Semua bagian tampak sebagai “bagian depan”, memberi kesan terbuka dan ramah bagi pengunjung serta memudahkan navigasi. Dengan struktur demikian, Citra Niaga menjadi kawasan perdagangan inklusif memberi kesempatan bagi pelaku usaha kecil dan menengah agar bisa mengembangkan usaha dengan biaya relatif terjangkau, tanpa harus menanggung harga properti besar.

4) Kemegahan, Keberhasilan, dan Pengakuan Internasional

Tak lama setelah beroperasi, Citra Niaga menarik perhatian luas, bukan hanya sebagai pusat perdagangan, tetapi juga sebagai representasi arsitektur dan perencanaan kota yang baik. Pada tahun 1989, Citra Niaga dianugerahi penghargaan internasional Aga Khan Award for Architecture (AKAA) sebuah prestasi bergengsi, mengalahkan kandidat besar seperti bandara nasional. Penghargaan ini bukan tanpa alasan: Citra Niaga dianggap berhasil memadukan aspek ekonomi, sosial, dan arsitektur dengan baik. Kawasan ini menjadi contoh bagaimana suatu area dapat dirancang untuk mendukung ekonomi rakyat, mengakomodasi pedagang kecil hingga menengah besar, sekaligus menjunjung estetika dan identitas lokal. Pada era 1990-an, Citra Niaga berkembang menjadi pusat aktivitas masyarakat Samarinda bukan hanya belanja, tetapi juga rekreasi, tempat nongkrong, hingga salah satu daya tarik wisata lokal.

5) Tantangan dan Krisis Kebakaran 2006 & Dampaknya

Sayangnya, kejayaan Citra Niaga tidak bertahan tanpa hambatan. Pada 31 Oktober 2006, terjadi kebakaran besar di kompleks ini sebagian besar petak dan kios, terutama blok-blok yang menjual kerajinan dan souvenir, ludes terbakar dalam waktu singkat. Kebakaran tersebut membawa dampak besar: banyak pedagang kehilangan tempat usaha dan modal. Beberapa pemilik bahkan mengalami kerugian mencapai miliaran rupiah. Selain itu, kebakaran merusak arsip dan dokumen pengelolaan kawasan yang disimpan di

kantor pengelola. Pasca kebakaran, upaya rebuilding dilakukan, tetapi kondisi tidak sepenuhnya sama dengan konsep awal. Bahan kayu dan sirap kayu ulin yang menjadi ciri khas awal digantikan dengan bahan bangunan modern perubahan ini mempengaruhi nuansa tradisional dan estetika awal kawasan. Sejak peristiwa itu, eksistensi Citra Niaga sebagai pusat kerajinan dan pasar tradisional sempat meredup, seiring tumbuhnya pusat perbelanjaan modern (mall, hypermarket) di Samarinda. Banyak pedagang kemudian berpindah ke mal atau gulung tikar.

6) Upaya Revitalisasi & Kebangkitan Baru

Menanggapi penurunan aktivitas dan perubahan gaya hidup masyarakat, pemerintah kota kini berupaya menghidupkan kembali Citra Niaga. Sejak awal 2020-an, telah muncul rencana revitalisasi kawasan mengembalikan fungsi sebagai pusat perdagangan, budaya, dan pariwisata lokal. Revitalisasi meliputi penataan ulang trotoar dan pedestrian, perbaikan drainase, estetika kawasan, penataan ruko dan kios, serta restorasi identitas lokal misalnya dengan motif batik atau ukiran khas Kalimantan untuk dekorasi. Pemerintah juga berkomitmen mempertahankan identitas lokal kawasan menggabungkan nilai sejarah, seni dan budaya lokal, dengan kebutuhan modern: ruang belanja, kuliner, dan ruang publik ramah pejalan kaki. Dengan demikian, Citra Niaga diharapkan bisa kembali menjadi ikon kota bukan sekadar pasar, tapi ruang interaksi komunitas, pusat ekonomi kerakyatan, dan ruang wisata budaya/kerajinan.

7) Makna Historis dan Sosial bagi Kota Samarinda

Sejarah berdirinya Citra Niaga mencerminkan perubahan fungsi ruang perkotaan dari hiburan ke ekonomi produktif. Transformasi ini menggambarkan adaptasi masyarakat terhadap perubahan kebutuhan sosial-ekonomi. Dari fungsi relaksasi ke pusat perdagangan dan ekonomi rakyat hal ini menunjukkan fleksibilitas tata kota sesuai kebutuhan warga. Penghargaan internasional yang diraih Citra Niaga menunjukkan bahwa desain kota yang baik tak hanya soal utilitas, tapi juga estetika dan keberpihakan pada kesejahteraan komunitas kecil. Citra Niaga adalah contoh ruang kota yang inklusif, mendukung UMKM, dan mempertahankan identitas lokal. Meski sempat meredup akibat kebakaran dan persaingan pusat perbelanjaan modern, upaya revitalisasi menunjukkan bahwa kawasan ini masih dianggap penting sebagai aset sejarah dan potensi ekonomi budaya. Kebangkitan kembali Citra Niaga bisa menjadi bagian dari pelestarian heritage kota, sekaligus pendorong ekonomi lokal dan pariwisata.

Sejarah panjang Citra Niaga menggambarkan perjalanan sebuah ruang kota yang terus beradaptasi terhadap perubahan zaman, kebutuhan masyarakat, dan tantangan pembangunan. Dari area taman hiburan, berkembang menjadi pusat perdagangan ternama yang diakui secara internasional, kemudian menghadapi masa krisis, hingga kini kembali melalui upaya revitalisasi, Citra Niaga tetap menyimpan makna historis, sosial, dan ekonomi yang mendalam bagi Kota Samarinda. Keberlanjutan kawasan ini tidak hanya penting bagi pelestarian identitas lokal, tetapi juga bagi penguatan sektor UMKM serta pengembangan pariwisata berbasis budaya. Dengan revitalisasi yang terarah dan dukungan berbagai pihak, Citra Niaga berpotensi kembali menjadi ruang publik strategis yang hidup, inklusif, dan menjadi kebanggaan masyarakat Samarinda.

B. Pengembangan Kapasitas Wirausaha Bagi Pelaku UMKM Untuk Peningkatan Ekonomi Lokal di Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda

Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki sejarah panjang dan kontribusi besar terhadap perkembangan UMKM di Kalimantan Timur. Kawasan ini tidak hanya menjadi ruang perdagangan, tetapi juga

berfungsi sebagai simpul interaksi sosial, budaya, dan ekonomi. Dalam konteks perkembangan kota yang semakin dinamis, kebutuhan untuk memperkuat kapasitas wirausaha pelaku UMKM di kawasan ini menjadi semakin penting. Pengembangan kapasitas wirausaha bukan lagi sekadar peningkatan kemampuan dasar, tetapi merupakan upaya komprehensif untuk membangun kompetensi inovatif, adaptif, dan berdaya saing agar pelaku UMKM mampu bertahan dan tumbuh di tengah persaingan serta perubahan ekonomi regional maupun nasional. Pengembangan kapasitas wirausaha bagi pelaku UMKM di Citra Niaga berangkat dari pemahaman bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian lokal. Mereka berperan dalam penciptaan lapangan kerja, perputaran ekonomi lokal, penguatan identitas budaya melalui produk khas daerah, serta memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat. Namun, meskipun memiliki potensi yang kuat, pelaku UMKM di kawasan ini masih berada pada berbagai keterbatasan, seperti kemampuan manajerial yang terbatas, kurangnya literasi digital, minimnya inovasi produk, lemahnya pemahaman tentang pemasaran modern, serta akses permodalan dan jaringan yang belum optimal. Karena itu, program pengembangan kapasitas wirausaha menjadi langkah strategis untuk mendorong penguatan ekonomi lokal.

Secara konsep, pengembangan kapasitas wirausaha dalam konteks Citra Niaga dilakukan melalui pendekatan multifaktor, meliputi peningkatan keterampilan, pengetahuan, mindset, dan jejaring usaha. Peningkatan keterampilan meliputi kemampuan teknis seperti manajemen keuangan, produksi, pengemasan, penggunaan teknologi, hingga pemasaran digital. Peningkatan pengetahuan mencakup pemahaman terhadap tren pasar, perilaku konsumen, strategi branding, serta peluang usaha yang relevan dengan kondisi lokal. Sementara itu, penguatan mindset diarahkan pada pembentukan pola pikir kreatif, inovatif, berani mengambil keputusan, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Jejaring usaha diperkuat dengan kolaborasi antar-UMKM, komunitas kreatif, pemerintah daerah, lembaga keuangan, hingga pihak swasta untuk memperluas kesempatan bisnis. Salah satu aspek penting dalam pengembangan kapasitas wirausaha adalah literasi digital. Di era modern, pemasaran dan promosi berbasis digital sangat menentukan daya saing UMKM. Banyak pelaku UMKM di Citra Niaga yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, padahal peluang dan jangkauan pasar akan lebih luas apabila mereka mampu memanfaatkan media sosial, marketplace, foto produk profesional, atau strategi konten yang menarik. Dengan meningkatkan kemampuan digital, UMKM dapat membuka pasar baru di luar daerah, memperkuat branding, sekaligus meningkatkan profesionalitas usaha.

Selain itu, keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan inovasi. Pengembangan kapasitas wirausaha diarahkan pula pada penguatan kualitas produk, baik dari sisi bahan baku, desain, kemasan, maupun nilai tambah yang mencerminkan identitas lokal. Kawasan Citra Niaga memiliki potensi besar dalam produk kerajinan, kuliner, fesyen lokal, dan souvenir khas Samarinda. Dengan mengembangkan inovasi produk yang lebih menarik dan relevan dengan selera pasar, UMKM akan mampu bersaing tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga regional dan nasional. Inovasi ini juga dapat membuka peluang untuk memasuki sektor pariwisata kreatif dan ekonomi berbasis budaya. Tidak hanya itu, pengembangan kapasitas wirausaha juga terkait dengan kemampuan mengelola usaha secara profesional. Banyak UMKM yang belum memiliki perencanaan usaha yang matang, pencatatan keuangan yang teratur, atau analisis usaha yang mampu memetakan untung-rugi. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM dapat belajar menyusun rencana usaha, membuat anggaran, melakukan evaluasi usaha, serta memahami pentingnya tata kelola yang baik. Hal ini akan membantu mereka dalam mengakses permodalan atau mengikuti program pemerintah yang menuntut administrasi usaha yang lebih rapi dan

transparan.

Selain aspek teknis, faktor lingkungan usaha dan jejaring kolaboratif juga menjadi kunci dalam pengembangan kapasitas wirausaha. Melalui pelibatan pemerintah kota, komunitas UMKM, asosiasi perdagangan, dan lembaga pendukung lainnya, pelaku UMKM dapat memperoleh lebih banyak informasi, peluang pemasaran, pelatihan lanjutan, serta akses fasilitas pendukung. Kolaborasi ini dapat memperkuat ekosistem Citra Niaga sebagai destinasi ekonomi dan wisata kota, terutama ketika diintegrasikan dengan konsep penataan kawasan yang nyaman, ramah pengunjung, serta estetik. Dengan demikian, pengembangan kapasitas wirausaha bagi pelaku UMKM di Kawasan Citra Niaga merupakan langkah strategis untuk meningkatkan perekonomian lokal. Melalui inovasi, peningkatan keterampilan, digitalisasi, dan dukungan ekosistem yang kuat, UMKM dapat berkembang lebih kompetitif dan berkelanjutan. Pada akhirnya, inisiatif ini bukan hanya mengembangkan usaha secara individu, tetapi juga memperkuat peran Citra Niaga sebagai pusat pertumbuhan ekonomi rakyat dan ikon kebanggaan Kota Samarinda.

C. Hasil Kegiatan

Berdasarkan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, terdapat berbagai capaian penting yang menunjukkan peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Kawasan Citra Niaga. Hasil-hasil ini mencerminkan dampak langsung maupun tidak langsung dari program pelatihan, pendampingan, dan kegiatan interaktif yang diberikan kepada peserta. Untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan yang diperoleh, berikut dipaparkan hasil kegiatan secara rinci:

a) Peningkatan Pengetahuan dan Wawasan Kewirausahaan Pelaku UMKM

Salah satu hasil utama kegiatan adalah meningkatnya pengetahuan dasar maupun lanjutan para peserta mengenai konsep kewirausahaan modern. Pelaku UMKM mendapatkan pemahaman yang lebih kuat terkait strategi pengembangan usaha, teknik pengambilan keputusan, manajemen risiko, identifikasi peluang bisnis, dan penguatan mentalitas wirausaha yang kreatif, inovatif, dan adaptif. Peningkatan wawasan ini membantu pelaku UMKM memiliki landasan berpikir yang lebih terarah dalam mengelola usaha.

b) Terbentuknya Keterampilan Manajerial yang Lebih Baik

Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta berhasil memperoleh keterampilan manajerial yang lebih terstruktur. Mereka mampu menyusun perencanaan usaha sederhana, mengelola operasional harian dengan lebih efisien, mencatat transaksi keuangan secara teratur, membuat anggaran usaha, dan mengidentifikasi indikator kinerja utama (Key Performance Indicators). Kemampuan ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan profesionalitas dan keberlanjutan usaha.

c) Peningkatan Kemampuan Digital Marketing dan Pemanfaatan Teknologi

Hasil kegiatan yang paling terlihat adalah meningkatnya pemahaman para pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital, terutama dalam pemasaran. Peserta mampu membuat konten promosi dasar, mengambil foto produk lebih baik, menggunakan fitur media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok secara efektif, serta memahami penggunaan marketplace untuk memperluas pangsa pasar. Hal ini memperkuat posisi UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi sebagai alat utama untuk menjangkau konsumen baru.

d) Penguatan Branding dan Peningkatan Kualitas Produk

Hasil kegiatan juga menunjukkan peningkatan kualitas produk dan kemasan usaha para pelaku UMKM. Peserta mulai memahami pentingnya identitas merek, desain visual,

citra produk, dan diferensiasi dalam membangun daya tarik usaha. Beberapa UMKM melakukan perubahan pada desain kemasan, memperbaiki kualitas bahan baku, dan meningkatkan tampilan visual produk agar lebih kompetitif di pasar. Peningkatan ini mendorong keberhasilan penjualan serta membangun kepercayaan konsumen.

- e) Meningkatkan Kapasitas UMKM dalam Mengakses Peluang Usaha dan Jejaring Bisnis
Kegiatan ini membantu pelaku UMKM memahami cara mengidentifikasi peluang pasar baru, baik secara lokal maupun digital. Melalui diskusi dan sesi interaktif, pelaku UMKM mulai mampu membaca tren pasar, memahami segmentasi konsumen, serta melihat potensi kolaborasi antar-pelaku usaha. Selain itu, terbentuknya jejaring antar-UMKM dan antara UMKM dengan pemangku kepentingan (pemerintah daerah, komunitas bisnis, dan lembaga pendukung) membuka peluang kolaborasi yang lebih luas dalam pengembangan usaha.
- f) Terbentuknya Komunitas Belajar dan Ekosistem Kolaboratif UMKM Citra Niaga
Program pengabdian ini juga berhasil membangun suasana kolaboratif antar-pelaku UMKM. Terbentuknya kelompok belajar, forum komunikasi, dan pertukaran pengalaman menjadi salah satu hasil penting yang memperkuat ekosistem UMKM di Citra Niaga. Komunitas ini membantu pelaku UMKM saling mendukung melalui berbagi informasi, berbagi praktik terbaik, dan melakukan kerja sama pemasaran atau kegiatan promosi bersama.
- g) Adanya Rencana Pengembangan Usaha yang Lebih Terarah
Setelah mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta mampu menyusun rencana pengembangan usaha jangka pendek dan jangka panjang. Mereka memetakan target pasar, strategi pemasaran, estimasi biaya produksi, dan strategi penjualan yang lebih terukur. Rencana usaha yang lebih sistematis ini membantu UMKM dalam memvisualisasikan arah pengembangan usaha, termasuk persiapan mengakses permodalan atau mengikuti program pemerintah.
- h) Peningkatan Kepercayaan Diri dan Motivasi Berwirausaha
Hasil non-teknis yang sangat penting adalah meningkatnya kepercayaan diri dan motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha. Melalui sesi inspiratif, studi kasus, dan simulasi, peserta menjadi lebih percaya diri dalam memaksimalkan potensi usaha mereka. Banyak peserta yang mengaku lebih siap menghadapi tantangan bisnis dan lebih termotivasi untuk melakukan inovasi serta memperluas pasar.
- i) Terjadinya Efisiensi Operasional dan Peningkatan Pendapatan pada Beberapa UMKM
Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan efisiensi operasional setelah menerapkan teknik manajemen usaha yang dipelajari, seperti pengurangan biaya produksi yang tidak perlu, penjadwalan kerja yang lebih teratur, dan perbaikan manajemen stok. Sebagian UMKM bahkan mengalami peningkatan penjualan setelah mereka memperbaiki promosi digital dan kualitas produk, meskipun peningkatan tersebut bervariasi tergantung jenis usaha dan penerapan masing-masing.
- j) Terbangunnya Kesadaran Pentingnya Inovasi dan Keberlanjutan Usaha
Kegiatan pengabdian ini juga berhasil menumbuhkan kesadaran di kalangan UMKM mengenai pentingnya inovasi dan keberlanjutan usaha. Peserta memahami bahwa hanya usaha yang mampu beradaptasi dan terus berinovasi yang dapat bertahan dalam jangka panjang, terutama dalam lingkungan ekonomi yang berubah cepat. Kesadaran ini menjadi modal sosial yang penting bagi kelangsungan pengembangan UMKM di Citra Niaga.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas wirausaha yang signifikan bagi para pelaku UMKM. Peningkatan pengetahuan,

keterampilan, inovasi, digitalisasi, dan kolaborasi menjadi fondasi kuat bagi pengembangan ekonomi lokal di kawasan Citra Niaga Kota Samarinda. Upaya ini tidak hanya berdampak pada individu pelaku UMKM, tetapi juga memberikan kontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi kreatif daerah. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan peningkatan keterampilan teknis dan manajerial bagi pelaku UMKM, tetapi juga mendorong terbentuknya pola pikir yang lebih adaptif, kreatif, dan berorientasi pada pengembangan usaha berkelanjutan. Kemajuan yang dicapai oleh peserta menggambarkan bahwa intervensi pelatihan dan pendampingan mampu memberikan dampak nyata terhadap penguatan kapasitas UMKM di Citra Niaga. Diharapkan, seluruh hasil yang telah dicapai ini dapat menjadi fondasi bagi upaya pengembangan yang lebih luas di masa mendatang serta mendorong terciptanya ekosistem UMKM yang lebih produktif, inovatif, dan kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta analisis terhadap capaian dan dampak yang ditimbulkan, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan utama yang menggambarkan efektivitas program dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan pelaku UMKM di Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda. Adapun kesimpulan tersebut disajikan sebagai berikut:

1) Program Berhasil Meningkatkan Kapasitas Pengetahuan dan Keterampilan Kewirausahaan Pelaku UMKM.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan peningkatan signifikan dalam kemampuan dasar kewirausahaan pelaku UMKM di Kawasan Citra Niaga. Peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang konsep usaha modern, mulai dari penyusunan perencanaan bisnis, pengelolaan operasional, inovasi produk, hingga strategi pemasaran. Kesimpulan ini mencerminkan bahwa intervensi berbasis pelatihan dan pendampingan sangat relevan untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan yang sebelumnya menjadi hambatan utama perkembangan UMKM. Dengan fondasi pengetahuan yang lebih kuat, pelaku usaha kini memiliki kapasitas untuk mengelola usaha secara lebih profesional dan strategis.

2) Kegiatan Meningkatkan Kemampuan Manajerial dan Pengelolaan Keuangan UMKM Secara Nyata.

Pelatihan dan simulasi pembukuan sederhana memberikan dampak positif yang jelas bagi pengelolaan usaha. Pelaku UMKM mulai menerapkan pencatatan transaksi secara rutin, memahami konsep arus kas, serta mampu menganalisis kondisi keuangan usaha mereka. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas manajerial merupakan aspek yang sangat penting dalam memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Dengan keterampilan ini, pelaku UMKM menjadi lebih mampu membuat keputusan berdasarkan data, menghindari kerugian akibat pengelolaan yang tidak teratur, serta merencanakan pengembangan usaha secara lebih terstruktur.

3) Program Mendorong Kemampuan Inovasi Produk dan Penguatan Nilai Tambah Produk Lokal.

Kesimpulan penting lainnya adalah bahwa kegiatan ini berhasil memicu kreativitas pelaku UMKM dalam mengembangkan produk berbasis potensi lokal. Inovasi terlihat dari perbaikan kualitas produk, pembaruan tampilan kemasan, peningkatan kebersihan dan standar produksi, serta kemampuan menciptakan diferensiasi untuk meningkatkan daya saing pasar. Hal ini menegaskan bahwa pelatihan terkait inovasi, desain produk, dan pemahaman preferensi konsumen sangat efektif untuk mendorong UMKM agar tidak

hanya mempertahankan produk yang ada, tetapi juga terus beradaptasi dengan perkembangan pasar dan keinginan konsumen.

4) Penguatan Kompetensi Pemasaran Digital Menjadi Faktor Penentu dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM.

Program ini membuktikan bahwa pemasaran digital memiliki peran besar dalam memperluas jangkauan pasar UMKM Citra Niaga. Pelaku usaha kini mampu memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan teknik promosi digital yang efektif untuk menjangkau konsumen lebih luas. Kesimpulan ini memperlihatkan bahwa kemampuan pemasaran digital bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan utama bagi UMKM di era modern. Dengan penguasaan strategi promosi online, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan penjualan, memperkuat citra merek, serta bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk pasar luar daerah.

5) Terbentuknya Kolaborasi, Jejaring Usaha, dan Komunitas UMKM yang Lebih Solid.

Kesimpulan yang tidak kalah penting adalah meningkatnya jejaring usaha antar-pelaku UMKM di kawasan Citra Niaga. Selama program berlangsung, peserta terlibat dalam diskusi, kerja sama kelompok, dan kegiatan kolaboratif yang mendorong terciptanya dukungan bersama. Terbentuknya kolaborasi ini memperkuat ekosistem bisnis di Citra Niaga, di mana UMKM tidak lagi berjalan sendiri-sendiri, tetapi saling berbagi informasi, pengalaman, dan peluang. Hal ini menjadi modal sosial (social capital) yang sangat penting dalam membangun ketahanan ekonomi lokal serta memperkuat identitas kawasan sebagai pusat UMKM kreatif di Kota Samarinda.

6) Program Memberikan Dampak Positif Terhadap Perubahan Sikap dan Motivasi Berwirausaha.

Kegiatan pengabdian ini juga menumbuhkan rasa percaya diri, optimisme, dan motivasi berwirausaha yang lebih tinggi bagi pelaku UMKM. Peserta menjadi lebih terbuka terhadap pembaruan, lebih berani mencoba ide-ide baru, dan menunjukkan komitmen dalam mengembangkan usaha mereka. Kesimpulan ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas wirausaha tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga aspek psikologis dan sosial yang menjadi pendorong utama keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

7) Program Berkontribusi pada Penguatan Ekonomi Lokal di Kawasan Citra Niaga.

Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM. Dengan meningkatnya kualitas produk, strategi pemasaran yang lebih efektif, dan kolaborasi yang lebih kuat, Citra Niaga menunjukkan potensi pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Dampak awal yang terlihat mencakup peningkatan jumlah konsumen, peningkatan penjualan, dan penguatan daya tarik kawasan sebagai pusat aktivitas ekonomi kreatif. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM merupakan langkah strategis untuk memperkuat ekonomi lokal dan menjadikan Citra Niaga sebagai kawasan yang lebih kompetitif menghadapi dinamika perkembangan Kota Samarinda dan sekitarnya.

Rangkaian kesimpulan tersebut memperlihatkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan dampak yang luas, baik dari sisi peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM maupun penguatan ekosistem ekonomi lokal secara terpadu. Hasil ini menegaskan bahwa intervensi pelatihan, pendampingan, dan kolaborasi antar-pemangku kepentingan merupakan strategi yang efektif untuk mendukung perkembangan UMKM sebagai pilar penting perekonomian daerah. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pelaksanaan program lanjutan yang lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap kebutuhan UMKM di masa mendatang.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil pembahasan dan temuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, terdapat sejumlah rekomendasi strategis yang perlu dipertimbangkan guna memperkuat keberlanjutan program serta meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kawasan Citra Niaga. Rekomendasi ini dirumuskan sebagai upaya tindak lanjut atas kebutuhan yang muncul selama pelaksanaan kegiatan, sekaligus sebagai arahan untuk mengoptimalkan potensi pengembangan usaha lokal. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1) Memperluas Program Pendampingan Lanjutan Secara Berkala

Salah satu rekomendasi terpenting adalah perlunya menyediakan pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM dalam jangka waktu yang lebih panjang. Pelatihan yang telah diberikan perlu ditindaklanjuti dengan monitoring perkembangan usaha peserta, evaluasi berkala, serta pemberian konsultasi individual terkait pemasaran, keuangan, dan pengembangan produk. Pendampingan berkelanjutan akan membantu UMKM mengatasi hambatan yang muncul di lapangan, mempercepat proses adaptasi, dan memastikan bahwa keterampilan yang telah diperoleh benar-benar diimplementasikan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

2) Mendorong Pemerintah Daerah Menyediakan Fasilitas Penunjang UMKM

Pemerintah Kota Samarinda diharapkan memperkuat fasilitas pendukung untuk pelaku UMKM di Kawasan Citra Niaga, baik melalui infrastruktur fisik maupun digital. Penyediaan ruang bersama (co-working space), pusat pelatihan UMKM, ruang display produk lokal, serta akses internet yang stabil akan mendukung peningkatan kualitas layanan dan operasional UMKM. Selain itu, pemerintah juga perlu mengembangkan sistem informasi terpadu yang memudahkan UMKM mendapatkan akses permodalan, data peluang pasar, serta informasi kegiatan pelatihan. Langkah ini dapat meningkatkan efisiensi usaha sekaligus memperkuat ekosistem bisnis lokal.

3) Mengembangkan Program Pelatihan Digital Marketing yang Lebih Mendalam

Pelatihan pemasaran digital terbukti menjadi salah satu kebutuhan yang paling mendesak bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan program lanjutan yang lebih terstruktur dan mendalam, seperti pelatihan analisis pasar digital, strategi konten tingkat lanjut, manajemen iklan berbayar (ads), serta optimasi toko di marketplace. Program ini juga sebaiknya mencakup praktik langsung dengan pendampingan intensif, sehingga pelaku UMKM dapat menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif. Penguatan kemampuan digital marketing akan membantu UMKM Citra Niaga meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pelanggan, dan meningkatkan omzet.

4) Peningkatan Akses Permodalan dan Kemitraan Usaha

Rekomendasi berikutnya adalah memperkuat akses pelaku UMKM terhadap sumber permodalan formal dan non-formal, baik melalui perbankan, koperasi, maupun platform pembiayaan digital. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memfasilitasi kerja sama antara UMKM dengan mitra usaha besar, retail modern, maupun perusahaan di sekitar Samarinda. Kemitraan strategis ini akan membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki standar kualitas, serta memperluas pemasaran melalui jaringan yang lebih luas. Kolaborasi semacam ini juga dapat mendorong penguatan rantai pasok lokal yang lebih efisien dan berkelanjutan.

5) Penguatan Brand Kawasan Citra Niaga sebagai Pusat UMKM Kreatif

Citra Niaga memiliki potensi kuat sebagai kawasan ekonomi lokal berbasis UMKM kreatif. Untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan strategi branding kawasan yang komprehensif. Pemerintah bersama komunitas UMKM perlu merancang identitas kawasan

(place branding) yang menonjolkan keunikan produk lokal, budaya masyarakat, dan sejarah kawasan. Penguatan branding kawasan juga dapat dilakukan melalui festival UMKM, pameran rutin, kegiatan seni, serta showcase produk unggulan. Jika branding kawasan diperkuat, hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan UMKM, tetapi juga meningkatkan daya tarik Citra Niaga sebagai destinasi ekonomi kreatif di Samarinda.

6) Meningkatkan Kolaborasi Antar UMKM untuk Membangun Ekosistem Usaha yang Lebih Kokoh

Kolaborasi merupakan kunci dalam memperkuat daya saing UMKM. Oleh karena itu, disarankan agar dibentuk komunitas UMKM Citra Niaga yang lebih terorganisasi dan aktif. Komunitas ini dapat berfungsi sebagai wadah berbagi informasi, melakukan pelatihan mandiri, membangun kerja sama pemasaran, hingga mengajukan program bersama kepada pemerintah. Dengan adanya komunitas yang solid, UMKM dapat saling mendukung dalam inovasi produk, berbagi sumber daya, dan memperkuat posisi tawar dalam pasar lokal maupun regional. Penguatan jejaring ini juga akan memberikan dampak positif terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi kawasan.

7) Mendorong Inovasi Berkelanjutan dalam Produk dan Layanan UMKM

Untuk menjaga keberlanjutan usaha, UMKM perlu didorong untuk terus melakukan inovasi, baik dalam aspek produk maupun pelayanan. Rekomendasinya adalah menyediakan program pelatihan khusus terkait inovasi produk, pengembangan kemasan ramah lingkungan, standarisasi kualitas, serta literasi mengenai tren pasar konsumen. Selain itu, evaluasi reguler terhadap produk melalui uji pasar lokal dan survei pelanggan perlu dilakukan untuk mendapatkan masukan yang relevan. Inovasi berkelanjutan ini akan membuat UMKM tetap relevan, kompetitif, dan mampu menjawab dinamika pasar yang berubah dengan cepat.

Rekomendasi yang telah dirumuskan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah, komunitas UMKM, lembaga pendamping, dan pemangku kepentingan lainnya dalam memperkuat ekosistem usaha di Citra Niaga secara berkelanjutan. Implementasi rekomendasi tersebut tidak hanya berpotensi meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih inklusif, inovatif, dan kompetitif. Dengan kolaborasi yang sinergis dan komitmen dari berbagai pihak, upaya pengembangan UMKM di Citra Niaga dapat memberikan dampak jangka panjang yang signifikan bagi kesejahteraan masyarakat dan ketahanan ekonomi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, K., Subagio, N., & Rahayu, V. P. (2022). Hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Citra Niaga Samarinda. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 4(2), 91-100.
- Ananta, N. P., Ramadhan A., Meirinawati, M., & Suprpto, F. A. (2024). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya. *Bappenas Working Papers*, 7(1), 72-85.
- Efendi, N. A. R., & Faisal, A. (2025). Integrasi Pelatihan Kewirahusahaan Berbasis Digital untuk Pengembangan UMKM dan Peningkatan Ekonomi Lokal. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(4), 814-820.
- Fatmala, A. N. P., Mayasari, A. D., & Sharfina, A. G. (2025). Program Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Samarinda Seberang Kota Samarinda. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1 Februari), 10-16.

- Hartanto, A. D., Siswati, A., & Mardiasih, N. C. (2022). Formulasi Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 5(1), 18-25.
- Hasrullah, H., Wisesa, H. R., Andani, I., & Daryono, D. (2024). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Infrastruktur Citra Niaga Kota Samarinda Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Sektor UMKM. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(2), 134-144.
- Indah, C. L., Alfarizi, R., & Wahjono, S. I. (2025). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal di UMKM surababaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 5(2), 130-136.
- Junaedi, S. R. P., & Rojali, R. (2024). Penguatan ekonomi kreatif lokal melalui pelatihan kewirausahaan digital di komunitas masyarakat.
- Khatimah, K., Nobelson, N., Sumilir, S., Suharyati, S., & Safitri, F. (2025). Peningkatan Karakter Wirausaha sebagai Langkah Penguatan Ekonomi Lokal pada UMKM di Pamulang. *Media Abdimas*, 4(2), 1-8.
- Martati, I., & Kusrihandayani, D. (2020, November). Identifikasi Potensi Kemandirian UMKM di Kota Samarinda Melalui Pelatihan Manajemen Usaha. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)* (Vol. 5, pp. 124-129).
- Najmudin, M., & Sunyoto, D. (2025). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal di Desa Sendangadi, Mlati, Sleman. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(11), 2311-2318.
- Perdana, M. A. C. (2024). *Membangun Ekonomi Lokal Berbasis UMKM*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Polnaya, G. A., & Darwanto, D. (2015). Pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada ukm ekonomi kreatif batik bakaran di pati, jawa tengah. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 22(1), 24221.
- Putranto, F. F., Fitriani, Z., Nugroho, B. A., Santi, E. N., Wahyuningsih, N., Budiman, P. W., & Purnomo, A. H. (2019). Strategi pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda. *Jurnal Riset Inossa: Media Hasil Riset Pemerintahan, Ekonomi dan Sumber Daya Alam*, 1(1), 13-27.
- Putri, R. D., Simbolon, L. O. B., Nabila, N., Wandarizqa, N., & Pangestoeti, W. (2025). Analisis Dampak Revitalisasi Infrastruktur Publik dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal Melalui UMKM Kawasan Kota Lama Tanjungpinang. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 8(1), 244-250.
- Rahma, A. A., Sarita, W. R., & Novita, Y. (2025). PERAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SEBAGAI PILAR KEWIRAUSAHAAN DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI LOKAL. *Journal Education, Sociology and Law*, 1(1), 826-832.
- Syadzali, M. M. (2020). Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Ekonomi Lokal (Study Pada UKM Pembuat Kopi Muria). *Syntax Idea*, 2(5), 91-97.
- Zulfikar, A. L., Widayati, N., Swandari, S., Angel, P., & Suwandi, A. (2025). Penguatan Usaha Berbasis Ekonomi Digital UMKM Melalui Produksi Dan Distribusi Digital Makanan Ringan Sehat Di Muara Jawa Tengah Kabupaten Kutai Kartanegara. *CENDIKIA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 109-115.