

## **Analisis Program Klinik Bisnis untuk Perkembangan UMKM Kota Malang**

**Erfan Irawan**

Universitas Islam Raden Rahmat

**Mohammad Wildan Aminullah**

Universitas Islam Raden Rahmat

**Nizar Aditya Arifin**

Universitas Islam Raden Rahmat

Korespondensi penulis: [irawanerfan33@gmail.com](mailto:irawanerfan33@gmail.com)

**Abstract.** *The Business Clinic Program by the Department of Cooperatives, Industry, and Trade (Diskopindag) of Malang City is a strategic initiative aimed at strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through need-based training, intensive mentoring, financing facilitation, legal assistance, and product promotion. The program not only focuses on improving technical capabilities but also encourages entrepreneurial mindset shifts to adapt with market dynamics and digital technology. One of its main strengths is the tutor system, where each tutor assists five MSMEs intensively for a year. Furthermore, cross-sector collaboration and a data-driven evaluation approach make the program measurable and impactful. As a result, many MSMEs experience increased sales, improved production efficiency, and are able to access modern markets and export opportunities. Despite facing challenges such as limited access to finance and digitalization gaps, this program serves as a comprehensive and inclusive empowerment model that can be replicated by other regions as part of sustainable local economic development strategies.*

**Keywords:** MSMEs; Business Clinic; Diskopindag

**Abstrak.** *Klinik Bisnis Diskopindag Kota Malang merupakan program strategis yang dirancang untuk memperkuat sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pelatihan berbasis kebutuhan, pendampingan intensif, fasilitasi permodalan, legalitas usaha, serta promosi produk. Program ini tidak hanya fokus pada peningkatan kapasitas teknis, tetapi juga mendorong perubahan perilaku wirausaha agar lebih adaptif terhadap dinamika pasar dan teknologi digital. Salah satu keunggulan utama adalah sistem tutor yang mendampingi UMKM secara personal dalam jangka waktu satu tahun. Selain itu, sinergi lintas sektor dan pendekatan evaluatif berbasis data menjadikan program ini terukur dan berdampak nyata. Hasilnya, banyak UMKM mengalami peningkatan omzet, efisiensi produksi, hingga mampu menembus pasar modern dan ekspor. Meski masih menghadapi kendala akses permodalan dan keterbatasan digitalisasi, program ini menjadi model pemberdayaan UMKM yang komprehensif, inklusif, dan layak direplikasi oleh daerah lain sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.*

**Kata Kunci:** UMKM; Klinik Bisnis; Diskopindag.

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Malang. Kota Malang, sebagai salah satu kota besar di Jawa Timur, memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, khususnya dalam sektor UMKM. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskopindag) Kota Malang, terdapat ribuan pelaku UMKM yang tersebar di berbagai sektor seperti kuliner, kerajinan tangan, hingga jasa. UMKM ini tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian daerah, tetapi juga menjadi bagian penting dalam penyerapan tenaga kerja lokal dan pengentasan kemiskinan (Abipraja, 2022). Namun, meskipun jumlah UMKM terus bertambah setiap tahun, pertumbuhan kualitas dan daya saingnya masih menjadi pekerjaan rumah besar bagi pemerintah daerah. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak UMKM

yang mengalami stagnasi bahkan kemunduran usaha, terutama akibat pandemi COVID-19 yang melanda. Pandemi memberikan dampak besar terhadap kelangsungan usaha, mulai dari menurunnya daya beli masyarakat, distribusi yang terhambat, hingga menurunnya produktivitas. Oleh karena itu, program pemberdayaan UMKM yang lebih terarah dan responsif menjadi kebutuhan mendesak. Salah satunya adalah melalui program Klinik Bisnis yang dicanangkan oleh Diskopindag Kota Malang sebagai solusi atas berbagai persoalan yang dihadapi pelaku UMKM.

Program Klinik Bisnis tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis, tetapi juga penguatan mentalitas wirausaha, pendampingan legalitas usaha, dan peningkatan jejaring kemitraan. Dengan pendekatan yang lebih personal dan berbasis kebutuhan pelaku UMKM, program ini mampu menjangkau persoalan mendasar yang seringkali tidak terakomodasi dalam program pembinaan konvensional. Oleh sebab itu, analisis terhadap program ini menjadi penting sebagai bahan evaluasi dan perencanaan strategis untuk perbaikan kebijakan di masa mendatang. UMKM tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Namun, di tengah tantangan era globalisasi, digitalisasi, serta ketatnya persaingan pasar, UMKM di Kota Malang dihadapkan pada berbagai persoalan seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi bisnis, kurangnya inovasi produk, hingga lemahnya jaringan pemasaran. Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan intervensi strategis dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah melalui program-program pembinaan dan pemberdayaan yang berkelanjutan (Adisasmita, 2013). Salah satu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskopindag) adalah penyelenggaraan Klinik Bisnis. Program ini dirancang sebagai sarana konsultasi, pelatihan, dan pendampingan UMKM agar mampu mengembangkan potensi usahanya secara optimal. Klinik Bisnis menjadi wadah yang menjembatani pelaku UMKM dengan para ahli, konsultan bisnis, lembaga keuangan, serta jejaring pemasaran, sehingga UMKM tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dan bersaing.

Program Klinik Bisnis memiliki berbagai aktivitas strategis seperti pelatihan manajemen usaha, digital marketing, inovasi produk, desain kemasan, hingga akses perizinan dan legalitas usaha. Semua kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM Kota Malang agar lebih adaptif terhadap perubahan zaman dan kebutuhan pasar. Dalam praktiknya, program ini juga melibatkan berbagai pemangku kepentingan, komunitas UMKM, dan pelaku usaha besar, sehingga terjadi transfer pengetahuan dan kolaborasi yang saling menguntungkan. Peran Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang sangat sentral dalam pelaksanaan Klinik Bisnis. Diskopindag bertugas tidak hanya sebagai fasilitator, tetapi juga pengarah kebijakan dan pemantau perkembangan UMKM binaan. Dengan dukungan data dan riset yang memadai, Diskopindag dapat merancang strategi pembinaan yang lebih terarah dan tepat sasaran. Oleh karena itu, penting dilakukan analisis terhadap efektivitas program Klinik Bisnis ini, guna mengetahui sejauh mana kontribusinya terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Kota Malang. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kelebihan, kekurangan, tantangan, serta peluang pengembangan program Klinik Bisnis ke depan. Dengan demikian, hasil analisis ini dapat menjadi dasar bagi pengambilan kebijakan yang lebih tepat guna dalam mendukung sektor UMKM yang tangguh dan berdaya saing. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk meningkatkan sinergi antara pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mewujudkan ekosistem usaha yang kondusif dan berkelanjutan di Kota Malang.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, kriteria UMKM didasarkan pada jumlah aset dan omzet usaha per tahun. UMKM terdiri dari tiga kategori, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah yang masing-masing memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda (Arsyad, 2010). Dalam literatur akademik, UMKM sering dianggap sebagai motor penggerak ekonomi rakyat karena mampu bertahan dalam krisis ekonomi. Studi oleh Tambunan (2019) menyatakan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun, meskipun memiliki peran penting, UMKM menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya pemanfaatan teknologi, kurangnya inovasi, serta terbatasnya akses terhadap pasar dan informasi. Untuk mengatasi tantangan tersebut, intervensi dari berbagai pihak sangat diperlukan, termasuk dari pemerintah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan lembaga pelatihan. Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskopindag) di tingkat daerah, seperti Kota Malang, berperan penting dalam menyediakan program pembinaan dan pemberdayaan UMKM. Salah satu program yang relevan adalah Klinik Bisnis, yang menyediakan layanan konsultasi, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mampu mengembangkan kapasitas usahanya. Dengan demikian, kajian terhadap UMKM bukan hanya penting dari sisi kontribusi ekonominya, tetapi juga dalam konteks pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

### **Pengaruh Pelatihan terhadap Strategi Pemasaran UMKM**

Pelatihan merupakan salah satu bentuk intervensi yang paling efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, terutama dalam aspek pemasaran. Dalam konteks bisnis modern yang kompetitif, kemampuan memasarkan produk secara efektif menjadi keharusan. Menurut Suryana (2020), pemasaran bukan sekadar menjual produk, tetapi menciptakan nilai tambah yang bisa diterima pasar. Oleh karena itu, pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, analisis pasar, branding, dan segmentasi pasar sangat penting untuk dikuasai pelaku UMKM. Program pelatihan dalam Klinik Bisnis menjadi jawaban atas kebutuhan ini. Pelatihan yang diberikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif. Dalam pelaksanaannya, peserta diajak untuk menyusun strategi pemasaran berbasis data, memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan e-commerce, serta mengembangkan narasi merek (brand story) yang kuat. Diskopindag Kota Malang menyadari bahwa kemampuan pemasaran pelaku UMKM masih sangat bervariasi. Oleh karena itu, Klinik Bisnis didesain dengan pendekatan personal dan berkelanjutan. Artinya, pelaku UMKM tidak hanya mengikuti pelatihan satu kali, tetapi juga mendapatkan monitoring serta coaching lanjutan agar ilmu yang diberikan benar-benar dapat diterapkan dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Dengan pendekatan ini, diharapkan UMKM di Kota Malang dapat lebih adaptif terhadap perubahan pasar serta mampu meningkatkan omzet secara signifikan (Fadilah et al., 2021).

### **Peran Pemerintah Daerah dalam Mendorong UMKM**

Pemerintah daerah, khususnya Diskopindag Kota Malang, memiliki tanggung jawab besar dalam menciptakan ekosistem UMKM yang sehat dan berdaya saing. Peran ini bukan hanya dalam bentuk kebijakan regulatif, tetapi juga dalam bentuk fasilitasi, pembinaan, dan pendampingan. Menurut teori pembangunan ekonomi daerah (Todaro & Smith, 2015), peran aktif pemerintah daerah menjadi salah satu kunci dalam mengakselerasi pembangunan ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM. Program Klinik Bisnis adalah wujud nyata peran Diskopindag dalam membangun ekosistem UMKM yang inklusif. Dalam program ini, pemerintah hadir

sebagai fasilitator yang mempertemukan pelaku usaha dengan berbagai pemangku kepentingan lain, seperti akademisi, lembaga keuangan, konsultan bisnis, hingga mitra pasar. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak lagi bergerak sendiri, melainkan berada dalam ekosistem yang saling mendukung dan terintegrasi.

Selain itu, pemerintah juga bertugas untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan struktural yang menghambat perkembangan UMKM. Misalnya, dengan menyediakan data dan informasi pasar, menyusun regulasi yang berpihak pada usaha kecil, serta membangun infrastruktur penunjang seperti pusat promosi UMKM, pasar digital, dan kawasan industri kecil. Semua langkah ini menjadi penting untuk menciptakan lingkungan usaha yang kondusif.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian berada di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskopindag) Kota Malang, yang beralamat di Jl. Simpang Terusan Danau Sentani No.3, Madyopuro, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65138. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari UMKM binaan Program Klinik Bisnis (KLIBI) yang tersebar di berbagai wilayah Kota Malang. UMKM yang terlibat merupakan pelaku usaha yang telah mendapatkan pembinaan secara khusus melalui program-program yang diselenggarakan oleh Diskopindag Kota Malang. Pembinaan tersebut dilaksanakan secara terstruktur oleh tim supervisi yang terdiri dari para praktisi dan akademisi, dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha, memperluas akses pasar, serta memperkuat manajemen bisnis UMKM di Kota Malang.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM binaan Program Klinik Bisnis (KLIBI) yang berada di bawah naungan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskopindag) Kota Malang. Kuesioner dan kuisioner dirancang untuk menggali informasi terkait seluruh variabel yang diteliti, seperti aspek permodalan, pemasaran, pelatihan, dan dampak pembinaan terhadap perkembangan usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen resmi, laporan kegiatan Diskopindag Kota Malang, serta hasil studi kepustakaan (library research) yang memuat teori-teori dan temuan terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung dan memperkuat analisis terhadap hasil data primer yang diperoleh di lapangan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Analisis Data**

Berdasarkan hasil kuesioner dan data sekunder Diskopindag pelaku UMKM binaan Klinik Bisnis Diskopindag Kota Malang, diperoleh gambaran bahwa program ini memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan usaha mereka. Sebagian besar pelaku UMKM mengaku mengalami peningkatan pemahaman dalam mengelola usaha, khususnya dalam aspek pemasaran digital, manajemen keuangan, dan pengembangan produk. Hal ini terlihat dari peningkatan omset dan perluasan jaringan pemasaran, baik secara online maupun offline. Responden juga menyebut bahwa keberadaan tutor yang mendampingi mereka selama satu tahun memberikan motivasi dan arah yang jelas dalam menjalankan usaha. Rata-rata peserta menganggap model pendampingan ini lebih efektif dibandingkan pelatihan satu kali tanpa kelanjutan. Sementara itu, bantuan alat produksi dan fasilitasi merek gratis dinilai sangat membantu UMKM untuk tampil lebih profesional di pasar.

Lebih lanjut, banyak pelaku UMKM menyampaikan bahwa keberadaan program ini membuat mereka merasa lebih percaya diri dalam menjalankan usaha. Mereka tidak lagi merasa

sendirian dalam menghadapi tantangan bisnis, karena adanya dukungan berkelanjutan dari para tutor serta komunitas binaan yang saling mendukung. Diskusi rutin dan evaluasi berkala juga disebut sebagai elemen penting dalam memastikan kemajuan usaha masing-masing peserta. Dengan adanya forum seperti itu, UMKM dapat saling bertukar pengalaman dan strategi, serta mendapatkan masukan dari tutor maupun rekan seprofesi yang telah lebih dulu sukses. Program ini juga mendorong para pelaku UMKM untuk berinovasi, baik dari segi produk maupun strategi pemasaran. Beberapa peserta bahkan mulai menjajaki peluang ekspor kecil-kecilan setelah mendapatkan pembinaan intensif dalam pengemasan produk dan sertifikasi. Selain itu, pelatihan yang diberikan dirancang agar aplikatif, tidak sekadar teoritis, sehingga mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan dalam operasional usaha sehari-hari. Hal ini mempercepat adaptasi UMKM terhadap dinamika pasar dan tren konsumen yang terus berubah.

Namun demikian, beberapa pelaku UMKM mengeluhkan masih sulitnya akses terhadap permodalan yang dibutuhkan untuk ekspansi usaha. Banyak dari mereka tidak memiliki jaminan atau *track record* keuangan yang cukup untuk mengakses kredit perbankan. Oleh karena itu, mereka berharap Diskopindag Kota Malang dapat menjembatani kerja sama dengan lembaga keuangan atau koperasi yang lebih fleksibel dalam menyalurkan pembiayaan kepada UMKM binaan (Fithriyati, 2013). Selain itu, seleksi ketat terhadap calon peserta juga menjadi sorotan. Meskipun hal ini dimaksudkan untuk menjaga kualitas peserta, beberapa pelaku usaha pemula merasa kurang mendapatkan kesempatan karena belum memiliki rekam jejak usaha yang kuat. Walau begitu, mayoritas UMKM tetap mengapresiasi pendekatan selektif dalam proses rekrutmen peserta program. Menurut mereka, seleksi yang ketat justru menciptakan iklim yang kompetitif dan mendorong mereka untuk terus meningkatkan kapasitas diri agar dapat lolos dalam program. Dengan hanya memilih pelaku usaha yang serius dan berkomitmen tinggi, program ini mampu berjalan lebih efektif dan hasilnya pun lebih terlihat nyata. Banyak peserta juga menyarankan agar durasi program bisa diperpanjang, atau dilanjutkan dengan program lanjutan bagi alumni yang telah menunjukkan hasil signifikan, agar dampaknya bisa lebih berkelanjutan.

## **Pembahasan**

Klinik Bisnis Diskopindag Kota Malang merupakan salah satu inisiatif strategis yang dirancang untuk menjawab tantangan struktural dan kultural yang selama ini menghambat pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut. Melalui pendekatan sistematis yang mengintegrasikan pelatihan, pendampingan, fasilitasi permodalan, hingga promosi dan branding, program ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem wirausaha lokal yang tidak hanya tangguh secara ekonomi, tetapi juga adaptif terhadap perkembangan zaman, khususnya dalam aspek digitalisasi dan peningkatan daya saing produk. Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, kehadiran Klinik Bisnis tidak dapat dipandang sebagai proyek parsial, melainkan sebagai bagian integral dari kebijakan pembangunan inklusif dan berkelanjutan.

Salah satu kekuatan utama dari Klinik Bisnis adalah kurikulum pelatihannya yang berbasis kebutuhan riil UMKM. Kurikulum ini disusun berdasarkan riset kebutuhan lapangan dan evaluasi program tahun-tahun sebelumnya. Kurikulum tidak bersifat kaku dan linear, melainkan dinamis dan responsif terhadap perubahan lanskap pasar serta perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, materi yang diberikan selalu relevan dan kontekstual. Pelatihan yang mencakup pengelolaan keuangan, digital marketing, strategi branding, dan pengembangan produk didesain secara praktikal agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu langsung menerapkan di unit usaha masing-masing. Ini membedakannya dari pelatihan konvensional yang cenderung hanya menekankan pada aspek teoritik. Keunggulan lain dari program ini terletak pada sistem seleksi peserta yang ketat. Kurasi yang dilakukan bukan sekadar untuk menyaring peserta berdasarkan kelayakan administratif, melainkan lebih jauh untuk mengidentifikasi pelaku usaha

yang memiliki potensi pertumbuhan dan komitmen yang kuat. Artinya, proses seleksi bukan hanya bertujuan mencari peserta terbanyak, melainkan peserta yang benar-benar siap untuk dibina secara serius. Strategi ini memastikan bahwa sumber daya yang terbatas dapat dimanfaatkan secara optimal dan efisien. Dengan memilih peserta yang tepat, hasil program pun menjadi lebih terukur dan berdampak nyata, baik secara kuantitatif (seperti kenaikan omzet) maupun kualitatif (seperti perubahan pola pikir dan perilaku wirausaha).

Pelatihan yang diberikan oleh Diskopindag melalui Klinik Bisnis dirancang dengan kurikulum yang menyesuaikan kebutuhan riil UMKM. Salah satu keunggulan yang paling menonjol adalah mekanisme seleksi atau kurasi peserta yang ketat. Hal ini menunjukkan bahwa program memang ditujukan bagi pelaku usaha yang serius ingin berkembang, bukan hanya yang sekadar mencari bantuan sementara. UMKM yang lolos kurasi biasanya telah memiliki produk, semangat kewirausahaan yang tinggi, dan keinginan kuat untuk naik kelas. Materi pelatihan meliputi pengelolaan keuangan, digital marketing, pengembangan produk, strategi branding, hingga penggunaan teknologi dalam produksi. Salah satu aspek penting adalah pelatihan teknopreneur, yaitu pelatihan yang fokus pada pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usaha, terutama dalam promosi produk melalui media sosial. Peserta diajarkan bagaimana membuat konten promosi, memahami algoritma media sosial, serta menggunakan iklan berbayar secara efisien. Pelatihan ini menjadi sangat relevan karena saat ini sebagian besar konsumen berada di platform digital. Tidak hanya berhenti di pelatihan, Klinik Bisnis juga melakukan monitoring dan evaluasi terhadap peserta.

Proses ini dilakukan sebelum dan sesudah UMKM menerima modal atau bantuan alat. Dengan pendekatan ini, pelatihan tidak hanya bersifat formalitas, tetapi benar-benar digunakan sebagai alat untuk mengukur kesiapan dan progres pelaku usaha. Evaluasi ini juga berfungsi sebagai tolok ukur keberhasilan pelatihan dan sebagai dasar untuk peningkatan program di masa mendatang. Salah satu fitur unggulan dalam Klinik Bisnis Diskopindag Kota Malang adalah adanya sistem tutor yang mendampingi lima UMKM dalam satu tahun penuh. Model ini memperlihatkan pendekatan jangka panjang yang bertujuan memberikan pembinaan menyeluruh, tidak hanya dari segi keterampilan, tetapi juga penguatan mentalitas wirausaha. Pendampingan secara intensif ini sangat membantu para pelaku usaha yang masih baru dan sering kali kebingungan dalam mengelola bisnis mereka secara konsisten. Tutor berperan tidak hanya sebagai instruktur, tetapi juga sebagai mentor pribadi yang memahami kondisi unik setiap UMKM. Mereka memfasilitasi perumusan rencana bisnis, membantu dalam penyusunan strategi pemasaran, dan memberikan solusi saat UMKM menghadapi masalah operasional. Dengan satu tutor mendampingi lima UMKM, kualitas pendampingan tetap terjaga karena tutor dapat memberikan perhatian yang cukup untuk tiap peserta. Model ini terbukti berhasil karena hubungan yang terbentuk antara tutor dan UMKM tidak hanya sebatas profesional, tetapi sering kali berkembang menjadi hubungan saling percaya dan kolaboratif. UMKM menjadi lebih terbuka untuk berkonsultasi dan berbagi masalah, sedangkan tutor memiliki cukup waktu untuk merancang solusi yang lebih tepat sasaran. Pendekatan ini juga meminimalkan kesenjangan antara teori dan praktik karena setiap pendampingan berbasis pada kasus nyata yang dialami UMKM.

Masalah keterbatasan modal menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM, tidak terkecuali di Kota Malang. Diskopindag hadir sebagai pihak penengah antara pelaku UMKM dengan lembaga perbankan seperti BNI dan BRI yang menyediakan program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Dalam hal ini, pemerintah daerah berperan sebagai fasilitator untuk memastikan proses pengajuan pinjaman berjalan lebih mudah dan terarah. Sebelum pengajuan modal, UMKM wajib mengikuti pelatihan dan evaluasi kesiapan bisnis. Hal ini bertujuan agar dana yang diperoleh benar-benar dimanfaatkan secara produktif dan dapat meningkatkan performa usaha. Selain itu, Diskopindag juga memberikan bimbingan terkait penyusunan proposal usaha dan dokumen administratif yang dibutuhkan dalam pengajuan KUR. Namun, dari hasil kuisioner,

masih banyak pelaku UMKM yang mengeluhkan terbatasnya kuota atau plafon KUR yang tersedia, serta lamanya proses pencairan dana.

Dukungan lain yang tidak kalah penting adalah bantuan pembuatan merek dagang dan alat produksi. Diskopindag Kota Malang memfasilitasi pembuatan merek secara gratis untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing dan legalitas produk. Branding yang kuat merupakan kunci untuk menembus pasar yang lebih luas, dan merek resmi merupakan bagian dari aset bisnis yang bernilai ekonomi tinggi. Fasilitas bantuan alat produksi diberikan kepada UMKM yang sudah dinilai siap untuk berkembang namun masih terkendala secara teknis. Bantuan ini mencakup mesin pengemas, alat produksi makanan, peralatan menjahit, dan lain-lain, tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Bantuan ini langsung berpengaruh pada peningkatan kapasitas produksi dan efisiensi kerja. Selain itu, legalitas usaha menjadi perhatian penting. Diskopindag membantu proses pengurusan legalitas seperti NIB, sertifikasi halal, PIRT, dan lain-lain. Dengan memiliki legalitas lengkap, UMKM lebih mudah menjangkau pasar modern, seperti supermarket, hotel, bahkan eksport. UMKM yang sudah dibantu branding dan alat produksinya cenderung mengalami peningkatan omzet. Mereka juga lebih percaya diri dalam memasarkan produk karena tampilan produk lebih profesional dan siap bersaing.

Dalam hal promosi, Diskopindag menggandeng PHRI Kota Malang untuk membuka pojok UMKM di hotel, restoran, dan tempat wisata. Hal ini sangat efektif karena memberikan eksposur langsung kepada pasar potensial, termasuk wisatawan domestik maupun mancanegara. Produk-produk UMKM seperti makanan ringan, kerajinan tangan, dan fashion lokal mendapat ruang display strategis yang sebelumnya sulit dijangkau oleh pelaku usaha kecil. Kebijakan internal seperti "Kamis Mois" yang mendorong ASN dan masyarakat memakai batik lokal setiap Kamis juga mendukung keberlangsungan UMKM fesyen. Dalam pertemuan resmi dengan tamu dari luar kota maupun luar negeri, Diskopindag juga mengarahkan kunjungan ke lokasi UMKM unggulan. Hal ini menjadi sarana promosi tidak langsung yang sangat efektif karena menciptakan peluang kemitraan dan pemasaran jangka panjang. Dengan adanya kebijakan semacam ini, keberpihakan pemerintah daerah terhadap UMKM lokal terlihat nyata. Pemerintah tidak hanya mengarahkan UMKM untuk berkembang, tetapi juga menciptakan pasar internal melalui regulasi dan kolaborasi promosi lintas sektor.

Evaluasi terhadap UMKM dilakukan secara berkala, yaitu di awal dan di akhir tahun. Evaluasi ini mencakup aspek perkembangan omzet, pengelolaan keuangan, peningkatan jaringan usaha, serta implementasi hasil pelatihan. Tim evaluator terdiri dari pihak Diskopindag, akademisi, dan pelaku industri. Dengan adanya evaluasi ini, pelaku UMKM mendapatkan masukan berharga untuk perbaikan usaha, sekaligus menjadi refleksi atas hasil yang telah dicapai. Monitoring juga dilakukan selama proses pendampingan berjalan. Tutor diwajibkan membuat laporan perkembangan setiap UMKM dan memberikan catatan-catatan evaluatif yang menjadi dasar keputusan untuk bantuan lanjutan atau pengembangan lebih lanjut. Evaluasi dan monitoring juga memastikan akuntabilitas program publik. Dengan dasar data yang jelas, Diskopindag dapat menyusun strategi baru yang lebih responsif terhadap kebutuhan lapangan dan memastikan bahwa dana publik yang digunakan benar-benar berdampak.

Lebih dari itu, aspek pendampingan menjadi jantung dari keseluruhan proses pembinaan. Pendampingan dilakukan secara intensif selama satu tahun penuh oleh tutor yang telah mendapatkan pelatihan khusus. Rasio satu tutor untuk lima UMKM memungkinkan proses pendampingan berjalan secara personal dan mendalam. Para tutor tidak hanya berfungsi sebagai pengajar, tetapi juga sebagai mitra strategis yang membantu UMKM merumuskan strategi, menyusun rencana bisnis, serta menghadapi dinamika pasar yang kerap berubah. Relasi yang terbangun antara tutor dan pelaku UMKM bersifat kolaboratif dan partisipatif, menciptakan iklim belajar yang supotif dan adaptif.

Model pendampingan ini menunjukkan hasil yang sangat positif. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya kesulitan dalam menjaga kontinuitas bisnis mulai menunjukkan perbaikan signifikan dalam aspek manajerial, pemasaran, serta efisiensi produksi. Salah satu indikator keberhasilan program ini adalah meningkatnya jumlah UMKM yang mampu melakukan ekspansi usaha, baik melalui peningkatan kapasitas produksi maupun perluasan pasar. Bahkan, sejumlah UMKM telah berhasil menembus pasar ekspor dalam skala terbatas setelah mendapatkan pelatihan dan fasilitasi sertifikasi ekspor yang disediakan oleh Diskopindag. Keberhasilan ini tidak hanya merupakan bukti dari efektivitas program, tetapi juga memperkuat narasi bahwa UMKM lokal memiliki potensi besar untuk bersaing di tingkat nasional dan internasional jika mendapatkan dukungan yang tepat.

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya dalam hal permodalan, masih menjadi isu yang belum sepenuhnya terpecahkan. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang menjadi andalan pemerintah pusat dan daerah dalam mendukung pembiayaan UMKM belum sepenuhnya menjangkau seluruh pelaku usaha, terutama mereka yang belum bankable. Prosedur birokratis, ketatnya syarat administrasi, serta kuota terbatas menjadi penghambat utama dalam proses penyaluran KUR. Dalam konteks ini, peran Diskopindag sebagai fasilitator menjadi sangat krusial. Pendampingan dalam penyusunan proposal, simulasi pengajuan, hingga pelatihan kelayakan usaha merupakan langkah yang telah diambil untuk menjembatani kesenjangan ini. Namun, dalam jangka panjang, ketergantungan pada skema KUR perlu diimbangi dengan pengembangan alternatif pembiayaan lainnya, seperti koperasi produktif, fintech peer-to-peer lending, hingga pembentukan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di tingkat lokal. Langkah ini akan memperluas akses keuangan bagi UMKM yang belum terjangkau oleh lembaga keuangan konvensional. Selain itu, model pembiayaan berbasis komunitas seperti crowdfunding dan investasi kolaboratif juga dapat mulai dieksplorasi untuk meningkatkan inklusi keuangan UMKM.

Salah satu aspek yang tidak boleh diabaikan dalam pengembangan UMKM adalah penguatan identitas merek dan legalitas produk. Diskopindag telah mengambil langkah strategis dengan menyediakan fasilitas pembuatan merek dagang secara gratis, yang sangat membantu pelaku usaha dalam membangun brand identity yang kuat. Merek yang profesional dan terdaftar secara resmi tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga menjadi aset tak berwujud yang bernilai ekonomi tinggi. Bersamaan dengan itu, pengurusan legalitas usaha seperti NIB, PIRT, sertifikasi halal, dan HAKI menjadi prioritas dalam pembinaan UMKM agar mereka dapat bersaing secara legal di pasar modern, termasuk dalam jaringan ritel dan e-commerce besar.

Dalam hal peningkatan produktivitas, bantuan alat produksi yang diberikan oleh Diskopindag memiliki efek langsung terhadap efisiensi dan kapasitas usaha. Bantuan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing UMKM telah terbukti mempercepat proses produksi, menurunkan biaya operasional, dan meningkatkan volume output. Efek domino dari intervensi ini terlihat dari meningkatnya omzet, terjadinya penciptaan lapangan kerja baru, serta bertambahnya varian produk yang ditawarkan ke pasar. Secara keseluruhan, ini menciptakan siklus pertumbuhan yang berkelanjutan.

Inovasi lain yang dilakukan oleh Diskopindag dalam mendukung pemasaran UMKM adalah menjalin kerja sama dengan Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) untuk menyediakan ruang khusus atau “pojok UMKM” di lokasi strategis seperti hotel, restoran, dan tempat wisata. Kolaborasi ini merupakan bentuk sinergi antarsektor yang patut dicontoh karena menciptakan pasar langsung bagi produk lokal. Wisatawan domestik maupun mancanegara yang mengunjungi Kota Malang memiliki kesempatan untuk mengenal dan membeli produk lokal, yang pada akhirnya meningkatkan awareness terhadap kualitas dan keunikan produk UMKM. Di sisi lain, strategi promosi budaya seperti “Kamis Mois” mendorong konsumsi produk lokal secara internal, khususnya dalam sektor fesyen. Dengan mendorong ASN untuk mengenakan batik lokal,

kebijakan ini tidak hanya meningkatkan permintaan pasar domestik, tetapi juga membentuk kebanggaan kolektif terhadap produk buatan daerah sendiri.

Kebijakan promosi yang terintegrasi dengan kegiatan kenegaraan juga menjadi strategi yang cukup efektif. Dalam setiap kunjungan pejabat luar daerah, Diskopindag secara aktif memperkenalkan produk unggulan lokal sebagai bagian dari agenda resmi. Ini tidak hanya meningkatkan eksposur produk, tetapi juga membuka peluang jejaring dan kemitraan jangka panjang yang dapat mendukung keberlanjutan UMKM. Dalam konteks ini, pemerintah daerah bukan hanya berperan sebagai pembina, tetapi juga sebagai fasilitator pasar. Evaluasi dan monitoring menjadi instrumen penting untuk memastikan bahwa setiap program yang dijalankan memberikan dampak yang terukur. Evaluasi tidak hanya dilakukan secara administratif, tetapi juga melalui observasi lapangan dan kuisioner mendalam dengan pelaku UMKM. Dengan melibatkan akademisi dan pelaku industri, evaluasi menjadi lebih objektif dan komprehensif. Monitoring rutin juga dilakukan oleh tutor yang mendampingi, dengan menyusun laporan berkala yang mendokumentasikan perkembangan dan tantangan yang dihadapi oleh masing-masing UMKM. Hasil dari evaluasi ini digunakan untuk menyempurnakan kurikulum, memperbaiki metode pendampingan, serta sebagai dasar untuk penyusunan program tahun berikutnya.

Dari sudut pandang teoritis, pendekatan yang diterapkan oleh Klinik Bisnis Diskopindag Kota Malang sejalan dengan konsep *capacity building* dan *inclusive entrepreneurship development*, di mana pembangunan ekonomi lokal tidak hanya dititikberatkan pada pencapaian makro, tetapi juga pada peningkatan kapasitas individu dan kelompok usaha mikro agar mereka mampu mengakses peluang secara adil dan setara. Ini menunjukkan bahwa intervensi pemerintah daerah bukan semata-mata bersifat top-down, melainkan partisipatif dan berbasis pada kebutuhan riil pelaku usaha. Model ini dapat direplikasi oleh daerah lain sebagai best practice pengembangan UMKM berbasis kebijakan publik yang inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan. Dengan semakin kompleksnya tantangan global seperti persaingan pasar bebas, disrupti teknologi, dan perubahan pola konsumsi, maka penting bagi UMKM untuk terus melakukan adaptasi dan inovasi. Dalam hal ini, keberadaan Klinik Bisnis menjadi fondasi penting bagi transformasi struktural UMKM menuju entitas bisnis yang modern, efisien, dan berbasis nilai tambah. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan, pembaruan kurikulum pelatihan secara berkala, serta peningkatan kapasitas tutor menjadi agenda penting untuk menjaga keberlanjutan program ini di masa mendatang.

## **.KESIMPULAN**

Program Klinik Bisnis yang diinisiasi oleh Diskopindag Kota Malang merupakan sebuah pendekatan inovatif dan terstruktur dalam upaya pemberdayaan UMKM secara menyeluruh. Program ini tidak hanya berfokus pada aspek pelatihan teknis semata, melainkan juga mencakup pendampingan jangka panjang, fasilitasi permodalan, penguatan merek dan legalitas usaha, hingga strategi promosi kolaboratif yang efektif. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan program ini ditentukan oleh beberapa faktor kunci, yaitu seleksi peserta yang ketat, kurikulum pelatihan yang relevan, sistem tutor yang mendampingi secara personal, dan keterlibatan aktif pemerintah daerah sebagai fasilitator dan akselerator pertumbuhan UMKM.

Salah satu keunggulan utama dari program ini adalah pendekatan pembinaan berbasis kebutuhan nyata. Kurikulum pelatihan yang diterapkan tidak bersifat generik, melainkan disusun berdasarkan hasil kajian kebutuhan UMKM secara empiris. Materi yang diberikan juga berfokus pada keterampilan praktis seperti manajemen keuangan, pemasaran digital, pengemasan produk, dan strategi teknopreneur, yang semuanya sangat relevan dengan tuntutan pasar saat ini. Dengan semakin bergesernya perilaku konsumen ke arah digital, pelatihan dalam bidang teknologi menjadi sangat vital bagi kelangsungan dan pertumbuhan usaha kecil. Model pendampingan satu

tutor untuk lima UMKM terbukti sangat efektif dalam mendorong keterlibatan peserta secara aktif. Relasi yang terjalin antara tutor dan pelaku usaha menciptakan iklim kerja yang kolaboratif dan kondusif. Tutor tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga membantu menyusun rencana bisnis, memecahkan masalah operasional, dan melakukan evaluasi berkala terhadap perkembangan usaha. Dengan adanya interaksi yang bersifat personal, UMKM dapat menerima masukan yang lebih tepat sasaran dan aplikatif.

Di sisi lain, keterbatasan akses permodalan masih menjadi kendala struktural yang cukup signifikan. Meski telah difasilitasi melalui program KUR, kenyataannya masih banyak UMKM yang belum mampu memenuhi persyaratan administratif atau dinilai belum layak oleh lembaga keuangan. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan alternatif seperti pembentukan LKM, kerja sama dengan fintech, serta penguatan koperasi produktif yang lebih inklusif. Akses keuangan yang fleksibel dan ramah terhadap karakteristik UMKM menjadi faktor penting dalam mendorong keberlanjutan usaha. Fasilitasi dalam bentuk bantuan legalitas, peralatan produksi, hingga akses pasar juga terbukti memberikan dampak signifikan. UMKM yang telah memiliki merek resmi, sertifikasi halal, dan NIB cenderung lebih percaya diri dalam menjajaki pasar modern. Bantuan alat produksi secara langsung meningkatkan efisiensi kerja dan kapasitas produksi. Sementara itu, kerja sama dengan PHRI dan kebijakan promosi lokal seperti "Kamis Mois" menjadi bentuk nyata keberpihakan pemerintah daerah terhadap pelaku usaha lokal. Evaluasi dan monitoring secara berkala memastikan bahwa program tidak stagnan dan mampu beradaptasi terhadap dinamika di lapangan. Pelibatan akademisi dan pelaku industri dalam evaluasi juga menambah nilai objektivitas dalam pengukuran capaian. Secara keseluruhan, Klinik Bisnis Diskopindag Kota Malang dapat dikatakan sebagai model pembinaan UMKM yang efektif, terukur, dan berkelanjutan, serta layak dijadikan rujukan oleh daerah lain dalam pengembangan sektor UMKM sebagai pilar ekonomi daerah.

## **SARAN**

Untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan efektivitas program Klinik Bisnis Diskopindag Kota Malang, diperlukan sejumlah langkah strategis yang bersifat adaptif dan progresif. Beberapa rekomendasi berikut disusun berdasarkan hasil analisis terhadap pelaksanaan program, tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, serta dinamika pasar yang terus berkembang. Pertama, perlu dilakukan penguatan kelembagaan program Klinik Bisnis melalui sinergi lintas sektor. Kolaborasi antara pemerintah daerah, akademisi, lembaga keuangan, dan sektor swasta harus diperluas dan diformalkan dalam bentuk kemitraan jangka panjang. Melibatkan perguruan tinggi lokal tidak hanya dalam pelatihan, tetapi juga dalam riset dan evaluasi program dapat meningkatkan kualitas kurikulum serta memperkuat basis data UMKM. Sementara itu, kemitraan dengan sektor swasta, terutama platform digital dan perusahaan besar, dapat membuka akses pasar dan teknologi yang lebih luas. Kedua, aspek pendampingan perlu terus diperkuat dengan meningkatkan kapasitas para tutor. Tutor bukan hanya fasilitator pelatihan, tetapi juga menjadi ujung tombak transformasi UMKM.

Oleh karena itu, mereka perlu dibekali pelatihan lanjutan, termasuk keterampilan komunikasi, manajemen konflik, dan pemanfaatan data dalam perencanaan bisnis. Sistem monitoring terhadap kinerja tutor juga harus diperbaiki agar kualitas pendampingan tetap konsisten dan berdampak. Ketiga, pemerintah daerah perlu memperluas akses pembiayaan alternatif bagi UMKM yang tidak bankable. Hal ini bisa dilakukan dengan mendorong pembentukan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) berbasis komunitas, penguatan koperasi, serta kerja sama dengan platform fintech lokal yang sudah terverifikasi. Selain itu, pengembangan skema pembiayaan berbasis syariah juga patut dipertimbangkan, mengingat sebagian pelaku UMKM berada di wilayah dengan preferensi sistem ekonomi syariah. Keempat, strategi digitalisasi harus diintegrasikan lebih kuat dalam semua lini pembinaan. Selain pelatihan digital

marketing, pelaku UMKM perlu diperkenalkan dengan konsep e-commerce, penggunaan data analytics sederhana untuk menganalisis perilaku konsumen, serta sistem manajemen inventaris berbasis digital. Pemanfaatan platform seperti marketplace lokal juga perlu dioptimalkan agar UMKM tidak hanya bergantung pada platform besar yang kerap menetapkan biaya tinggi. Kelima, perlu adanya penguatan sistem evaluasi yang lebih komprehensif dan partisipatif. Evaluasi tidak hanya mengukur dampak program secara kuantitatif, tetapi juga secara kualitatif, seperti perubahan perilaku wirausaha dan peningkatan kapasitas manajerial. Pelaku UMKM juga perlu dilibatkan secara aktif dalam proses refleksi dan perencanaan program, agar kebijakan yang diambil benar-benar sesuai dengan kondisi lapangan. Akhirnya, program Klinik Bisnis perlu disosialisasikan secara lebih masif dan inklusif agar menjangkau lebih banyak pelaku usaha, termasuk perempuan pelaku usaha, penyandang disabilitas, serta pelaku usaha dari kelompok rentan lainnya. Pendekatan inklusif ini penting agar manfaat program dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat dan benar-benar berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang adil dan berkelanjutan di tingkat lokal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abipraja, Soedjono. (2002). Perencanaan Pembangunan di Indonesia (Konsep, Model, Kebijaksanaan, Instrumen serta Strategi). Surabaya: Airlangga University Press.
- Adisasmita , Raharjo. (2013). Teori-Teori Pembangunan Ekonomi (Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Wilayah). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arsyad, Lincoln. (2010). Ekonomi Pembangunan. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN. Dwidjowijoto, Riant Nugroho. (1991). Otonomi Daerah. Desentralisasi Tanpa Revolusi. Bandung: CV Pustaka Set
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Fithriyati, H. (2013). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. Society, 4(2), 53–67. <https://doi.org/10.20414/society.v4i2.335>
- Hasanah, S. A., & Suhma, W. K. (2025). Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah Di Kabupaten Jember : Studi Kasus Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jember Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara. 1, 612–618.
- Maria, V., Fauzan Hidayatullah, A., Emmelly Devy Tunning Putri, U., Sabilah, R., Nurul Mursidah, N., Putri Ramdhany, L., Aqsyal Syauqi, F., & Artikel, I. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Kota Serang How to cite. Benefits: Journal of Economics and Tourism, 1(1), 1–15.
- Puspaningtyas, A., & Suprayitno, A. A. (2021). Pemberdayaan Umkm Untuk Meningkatkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Di Tuban. Reformasi, 11(2), 217–225. <https://doi.org/10.33366/rfr.v11i2.2732>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Shobaruddin, M. (2020). Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Malang melalui literasi informasi. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan, 8(2), 151. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.26141>