

Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung Dalam Pemberdayaan IKM untuk Meningkatkan Daya Saing

Evi Arief Syarifudin^{✉1}, Nurhaeni Sikki^{✉2}

^{1,2}Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, Jawa Barat. Universitas Sangga Buana Bandung

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran strategis Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disdagin) Kota Bandung dalam pemberdayaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) untuk meningkatkan daya saing pada tahun 2025, dengan fokus pada implementasi digitalisasi pemasaran, sertifikasi produk, peningkatan kapasitas usaha, dan penerapan model kolaborasi multipihak Octa Helix. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen. Analisis data mengacu pada model interaktif Miles & Huberman (2014), dilengkapi analisis IFAS-EFAS untuk menentukan posisi strategis IKM dan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode serta validasi informan (member check). Skor IFAS-EFAS masing-masing sebesar 2,70 dan 2,75 menempatkan IKM Kota Bandung pada kuadran strategi pertumbuhan (growth strategy). Fasilitas digitalisasi meningkat 150% (dari 40 menjadi 100 IKM), cakupan sertifikasi produk tumbuh 52% (dari 125 menjadi 190 IKM), dan realisasi ekspor meningkat menjadi 327,11 juta US\$ di tengah tekanan kebijakan tarif global. Model Octa Helix yang melibatkan delapan aktor—pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, media, lembaga keuangan, lembaga pendukung, dan masyarakat—telah diimplementasikan secara efektif dan terbukti memperkuat inovasi, akses pasar, serta keberlanjutan usaha IKM Kota Bandung. Temuan ini menegaskan bahwa kolaborasi multipihak yang terintegrasi merupakan prasyarat utama bagi pemberdayaan IKM yang berkelanjutan. Pengambil kebijakan perlu memprioritaskan percepatan onboarding digital marketing, penyederhanaan prosedur sertifikasi produk, penguatan ekosistem sentra industri, serta formalisasi kerangka kolaborasi Octa Helix guna mempertahankan daya saing IKM di tengah ketidakpastian ekonomi global.

Kata Kunci: IKM; daya saing; pemberdayaan; Kota Bandung; digitalisasi; Octa Helix

Abstract

This study examines the strategic role of the Department of Trade and Industry (Dinas Perdagangan dan Perindustrian/Disdagin) of Bandung City in empowering Small and Medium Industries (IKM) to improve competitiveness in 2025, with emphasis on digitalization, product certification, capacity-building, and the implementation of the Octa Helix multi-stakeholder collaboration model. A descriptive qualitative approach was employed through in-depth interviews, field observations, and document analysis. Data analysis followed the interactive model of Miles & Huberman (2014), supplemented by IFAS-EFAS analysis to determine strategic positioning and SWOT analysis to formulate development strategies. Data validity was ensured through source and method triangulation. IFAS-EFAS scores of 2.70 and 2.75 respectively place Bandung's IKM in the growth strategy quadrant. Digitalization facilitation increased from 40 to 100 IKM (150%), product certification coverage grew from 125 to 190

IKM (52%), and export realization rose to USD 327.11 million despite global trade pressures. The Octa Helix model – encompassing government, academia, business actors, community, media, financial institutions, supporting institutions, and society – has been effectively operationalized in Bandung's IKM ecosystem and shown to strengthen innovation, market access, and business sustainability. The findings confirm that integrated multi-stakeholder collaboration is essential for sustainable IKM empowerment. Policymakers should prioritize accelerating digital marketing onboarding, streamlining certification procedures, strengthening industrial cluster ecosystems, and formalizing Octa Helix collaboration frameworks to sustain IKM competitiveness in the face of global economic uncertainty.

Keywords: *IKM; daya saing; pemberdayaan; Kota Bandung; digitalisasi; Octa Helix*

Copyright (c) 2026 Syarifuddin E.A., & Sikki, N.

✉ Corresponding author :

Email Address : eariefsy@gmail.com, Nurhaeni.sikki@usbypkp.ac.id

PENDAHULUAN

Industri Kecil dan Menengah (IKM) telah lama diakui sebagai tulang punggung perekonomian nasional, khususnya dalam menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (OECD, 2023; World Bank, 2022). Di Kota Bandung yang dikenal sebagai kota kreatif, sektor IKM berkembang dalam tiga klaster utama, yakni kuliner, fashion, dan kriya. Ketiganya tidak hanya mencerminkan identitas budaya kota, tetapi juga menjadi penopang penting aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus penyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandung.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung (2025) mencatat Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) sebesar 5,29%, dengan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang relatif tinggi, yakni 84,66. Di sisi lain, tingkat pengangguran terbuka masih berada pada angka 7,22%, disertai gini rasio 0,42 dan tingkat kemiskinan 3,78%. Kondisi ini menggambarkan peluang nyata sekaligus tantangan yang harus dihadapi: sektor IKM tidak hanya berpotensi menjadi motor pertumbuhan, tetapi juga instrumen utama pemerataan ekonomi dan pengurangan kemiskinan di tingkat kota.

Kajian terkini menegaskan bahwa dukungan pemerintah daerah menjadi faktor determinan dalam perkembangan IKM. Ismail et al. (2022) menemukan bahwa kebijakan pengembangan UKM yang terstruktur secara signifikan memengaruhi kinerja usaha, terutama ketika pemerintah menjalankan fungsi ganda sebagai regulator, fasilitator, dan katalisator secara simultan. Senada dengan itu, Hapsari et al. (2023) membuktikan bahwa strategi inovasi – termasuk diferensiasi produk dan pemasaran digital – secara substansial meningkatkan daya saing IKM di pasar berkembang. Di Indonesia, Tambunan (2019) menyoroti hambatan struktural yang masih membelenggu IKM, mulai dari akses pembiayaan, keterbatasan sumber daya manusia, hingga sempitnya akses pasar, yang semuanya menuntut intervensi pemerintah yang sistemis.

Literatur juga semakin menekankan pentingnya ekosistem kolaboratif dalam pengembangan IKM. Evolusi dari model Triple Helix (Etzkowitz, 2008) yang melibatkan pemerintah, akademisi, dan industri, kemudian berkembang menjadi Hexa Helix (Praswati, 2017) dengan tambahan aktor komunitas, media, dan lembaga pendukung, hingga akhirnya Octa Helix (Carayannis & Campbell, 2021) yang mengintegrasikan delapan aktor utama, mencerminkan pengakuan yang semakin luas

bahwa pengembangan IKM yang efektif memerlukan keterlibatan multipihak secara menyeluruh.

Dalam konteks digitalisasi, Nambisan et al. (2019) dan Scuotto et al. (2021) menunjukkan bahwa adopsi platform digital meningkatkan efisiensi operasional dan jangkauan pasar pelaku usaha kecil. Sertifikasi dan standardisasi produk juga terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka peluang pasar yang lebih luas, termasuk untuk ekspor (UNIDO, 2020; OECD, 2023). Namun, sebagian besar studi tersebut masih terfokus pada level nasional, dengan perhatian terbatas terhadap peran kelembagaan kota dalam memfasilitasi transformasi tersebut secara praktis.

Meski literatur tentang pemberdayaan IKM sudah cukup kaya, masih terdapat kesenjangan yang signifikan dalam memahami bagaimana lembaga pemerintah di tingkat kota mengoperasionalkan model kolaborasi multipihak secara konkret. Sebagian besar studi berfokus pada kerangka kebijakan nasional atau analisis sektoral tunggal, sehingga mengabaikan dinamika peran dinas perdagangan dan perindustrian sebagai orkestrator ekosistem IKM di tingkat kota. Selain itu, bukti empiris mengenai implementasi model Octa Helix di tingkat pemerintah kota – khususnya dalam konteks kota kreatif seperti Bandung – masih sangat terbatas dalam literatur.

Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disdagin) Kota Bandung telah menjalankan beragam program pemberdayaan IKM, namun belum ada kajian sistematis yang mengevaluasi efektivitas strategis program-program tersebut melalui kerangka analisis IFAS-EFAS dan SWOT secara terintegrasi. Ketiadaan kajian seperti ini membatasi kemampuan pembuat kebijakan untuk mengevaluasi dan menyempurnakan strategi pengembangan IKM berdasarkan bukti empiris yang kuat.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan utama: (1) Apa peran strategis Disdagin Kota Bandung dalam memberdayakan IKM untuk meningkatkan daya saing? (2) Bagaimana posisi strategis IKM Kota Bandung berdasarkan analisis IFAS-EFAS? (3) Strategi apa yang paling tepat untuk meningkatkan daya saing IKM Kota Bandung secara berkelanjutan? Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan kerangka Octa Helix di level pemerintah kota serta integrasinya dengan analisis IFAS-EFAS dan SWOT untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan berbasis bukti bagi pengembangan IKM Kota Bandung pada tahun 2025.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan dan Daya Saing IKM

Pemberdayaan IKM pada dasarnya merupakan serangkaian upaya sistematis untuk memperkuat kapasitas usaha melalui berbagai jalur, mulai dari pengembangan sumber daya manusia, peningkatan akses pembiayaan, inovasi produk, hingga perluasan akses pasar (Tambunan, 2019; OECD, 2023). Dalam konteks ekonomi daerah, kontribusi IKM terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengurangan kemiskinan sudah terbukti secara empiris (World Bank, 2022). Barney (1991) melalui kerangka Resource-Based View (RBV) menegaskan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bersumber dari sumber daya internal yang unik, bernilai, dan sulit ditiru – sebuah perspektif yang sangat relevan bagi IKM Kota Bandung yang kekuatan utamanya terletak pada identitas kreatif dan kearifan lokal.

Daya saing IKM sendiri ditentukan oleh kombinasi beberapa faktor, yakni kemampuan berinovasi, konsistensi kualitas produk, efisiensi biaya produksi, serta kecepatan beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan dinamika pasar (Porter, 1990; Verhoef et al., 2021). Transformasi digital tampil sebagai variabel kunci yang paling signifikan dalam meningkatkan daya saing IKM di era kontemporer (Nambisan et al., 2019; Scuotto et al., 2021), mencakup adopsi marketplace digital, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, dan optimalisasi branding di media sosial.

Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan IKM

Pemerintah daerah memiliki tiga fungsi utama dalam pengembangan IKM: sebagai regulator yang menetapkan kerangka kebijakan dan prosedur, sebagai fasilitator yang menyediakan dukungan program (pelatihan, sertifikasi, akses pasar), dan sebagai katalisator yang mendorong percepatan pertumbuhan usaha (UNIDO, 2020; Ismail et al., 2022). Efektivitas ketiga fungsi ini sangat bergantung pada kualitas kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas akademis (Hapsari et al., 2023). Dalam konteks Indonesia, Disdagin sebagai satuan kerja perangkat daerah memiliki mandat langsung untuk mengoperasionalkan fungsi-fungsi tersebut, termasuk melalui program-program yang tertuang dalam Renstra dan RPJMD.

Evolusi Model Kolaborasi: Triple Helix Menuju Octa Helix

Model kolaborasi dalam pengembangan inovasi dan daya saing telah mengalami evolusi yang cukup panjang. Konsep Triple Helix yang dipelopori oleh Etzkowitz (2008) menjadi fondasi perbincangan tentang sinergi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku industri sebagai tiga aktor pendorong inovasi. Model ini kemudian berkembang menjadi Hexa Helix dengan menambahkan aktor komunitas, media, dan lembaga pendukung, yang dinilai lebih adaptif dalam konteks pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif (Praswati, 2017; Rachmawati & Kurniawan, 2019).

Perkembangan terbaru mengarah pada konsep Octa Helix, yang mengintegrasikan delapan aktor utama: pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, media, lembaga keuangan, lembaga pendukung, dan masyarakat luas. Model ini dianggap paling komprehensif karena mampu merangkul berbagai dimensi sosial, ekonomi, dan teknologi secara simultan dalam membangun ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan (Carayannis & Campbell, 2021; OECD, 2023). Dalam konteks pengembangan IKM Kota Bandung, relevansi Octa Helix sangat tinggi karena mampu mencerminkan kompleksitas ekosistem IKM yang melibatkan beragam pemangku kepentingan.



Sumber: Carayannis & Campbell (2021); diadaptasi dari Disdagin Kota Bandung (2025)
Gambar 1. Model Octa Helix dalam Pengembangan Daya Saing IKM Kota Bandung

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang dipilih karena dianggap paling tepat untuk memahami secara mendalam fenomena kebijakan dan implementasinya dalam konteks yang sesungguhnya (Creswell, 2018; Miles & Huberman, 2014). Objek kajian – yakni peran kelembagaan Disdagin dalam ekosistem IKM – bersifat kompleks, multidimensional, dan terkait erat dengan dinamika interaksi antarpemangku kepentingan, sehingga tidak dapat dijelaskan secara optimal hanya melalui pendekatan kuantitatif (Yin, 2018).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam (in-depth interview) dengan ASN Disdagin Kota Bandung dan pelaku IKM binaan sebagai data primer, observasi lapangan di sentra industri dan event promosi, serta studi dokumentasi yang mencakup data BPS Kota Bandung (2025), RPJMD 2025–2029, Renstra Disdagin 2025–2029, laporan Kementerian Perindustrian (2023), dan publikasi OECD. Triangulasi sumber dan metode diterapkan secara konsisten untuk memastikan keabsahan dan reliabilitas data (Denzin, 2017; Lincoln & Guba, 1985).

Analisis data mengikuti model interaktif Miles & Huberman (2014) yang mencakup tiga tahap berkesinambungan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis ini diperkuat dengan pendekatan IFAS-EFAS untuk mengidentifikasi dan menimbang faktor-faktor strategis internal dan eksternal, serta analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat sasaran (Rangkuti, 2016; Wheelen & Hunger, 2018). Pembobotan dan penilaian dalam IFAS-EFAS dilakukan melalui expert judgment yang melibatkan pejabat Disdagin dan divalidasi dengan data BPS.

Table 1. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data	Sumber	Teknik Pengumpulan
Primer	ASN Disdagin Kota Bandung	Wawancara mendalam
Primer	Pelaku IKM binaan	Wawancara mendalam & observasi
Primer	Sentra industri & event promosi	Observasi lapangan
Sekunder	BPS Kota Bandung (2025)	Studi dokumentasi
Sekunder	RPJMD & Renstra 2025–2029	Studi dokumentasi
Sekunder	Kemenperin (2023) & OECD	Studi dokumentasi

Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil

1. Kondisi Makroekonomi dan IKM Kota Bandung

Berdasarkan data BPS Kota Bandung (2025), kondisi perekonomian kota ini terbilang cukup stabil dengan LPE 5,29% dan IPM 84,66. Meski demikian, tingkat pengangguran terbuka masih menyentuh 7,22%, gini rasio 0,42, dan kemiskinan 3,78% – sebuah sinyal bahwa penguatan sektor IKM masih sangat diperlukan sebagai penyangga perekonomian masyarakat lapisan bawah. Sektor industri pengolahan dan perdagangan menjadi kontributor dominan terhadap PDRB Kota Bandung. IKM yang dibina Disdagin bergerak di tiga subsektor kreatif utama: kuliner, fashion, dan kriya, dengan total 4.278 unit usaha pada tahun 2025 yang tersebar di 37 sentra industri, termasuk Cibaduyut (alas kaki), Binong Jati (rajutan), dan Suci (percetakan).

2. Peran Strategis Disdagin dalam Pemberdayaan IKM

Sepanjang tahun 2025, Disdagin Kota Bandung telah melaksanakan berbagai program pemberdayaan yang dirancang secara strategis untuk meningkatkan daya saing IKM:

- Pelatihan digital marketing dan onboarding marketplace (Tokopedia tanpa deposit), memfasilitasi 100 pelaku IKM.
- Fasilitasi sertifikasi produk secara gratis: halal, uji mutu, PIRT, dan SNI, menjangkau 190 IKM.
- Penyelenggaraan event promosi: Pasar Kreatif Bandung (337 peserta; omset Rp 10,01 miliar), Trade Expo Indonesia 2025 (20 peserta; Rp 6,96 miliar), Indonesia International Furniture Expo (15 peserta; Rp 1,59 miliar), Bandung Week Market (19 peserta; Rp 1,39 miliar), Festival Sentra Industri & Kuliner (40 IKM; Rp 1,83 miliar)

- Pengembangan sentra industri, termasuk revitalisasi Tugu Sepatu Cibaduyut dan festival klaster industri.
- Fasilitasi akses pembiayaan melalui kemitraan perbankan dan program Bank Bandung.
- Kemitraan IKM dengan pusat perbelanjaan dan jaringan toko swalayan.

Dalam kerangka yang lebih luas, implementasi di lapangan menunjukkan pendekatan Octa Helix yang melibatkan delapan aktor secara sinergis: pemerintah (Disdagin sebagai pembuat kebijakan dan pelaksana program), akademisi (riset bersama SBM ITB untuk pembaruan data sentra industri), pelaku usaha/IKM, komunitas kreatif dan sentra industri, media digital (marketplace dan media sosial), lembaga keuangan (perbankan dan KUR), lembaga sertifikasi halal, uji mutu, dan SNI, serta masyarakat sebagai konsumen produk IKM.

Table 2. Implementasi Model Octa Helix dalam Pemberdayaan IKM Kota Bandung 2025

Aktor	Fungsi	Program Utama	Tolok Ukur
Pemerintah (Disdagin Bandung)	Regulasi, fasilitasi, dan katalisator pemberdayaan IKM	Pelatihan digital marketing, sertifikasi gratis (halal/uji mutu/SNI), promosi pameran, pengembangan sentra industri	IKM berdaya saing ≥ 3.056 ; ekspor tumbuh $\geq 0,4\%$ /th
Akademisi (SBM ITB, Universitas)	Riset, inovasi produk, dan pengembangan SDM	Riset pembaruan data sentra industri; pelatihan kewirausahaan dengan narasumber akademisi	≥ 2 riset bersama/tahun; SDM terlatih bertambah
Pelaku Usaha/IKM	Produksi, transaksi, dan inovasi produk	Onboarding marketplace (Tokopedia), pameran TEI & Pasar Kreatif, sertifikasi produk	Omset meningkat; omset pameran $\geq \text{Rp}10 \text{ M}$ /th
Komunitas (Kreatif & Sentra Industri)	Basis produksi dan identitas kreatif lokal	Komunitas sentra Cibaduyut, Binong Jati, Suci; festival sentra industri	IKM aktif di komunitas bertambah $\geq 10\%$ /th
Media (Digital & Marketplace)	Promosi produk dan informasi peluang pasar	Marketplace tanpa deposit, media sosial, konten promosi Bandung Week Market	≥ 100 IKM terdigitalisasi; konten promosi ≥ 12 /th
Lembaga Keuangan (Perbankan, KUR)	Pembiayaan usaha dan penguatan modal	KUR, Program Bank Bandung, kemitraan perbankan, literasi keuangan	≥ 30 IKM/th mendapat akses pembiayaan
Lembaga Pendukung (Sertifikasi, Inkubator)	Standardisasi, sertifikasi, dan pendampingan usaha	Sertifikasi halal, uji mutu, SNI; inkubator bisnis; pendampingan kemasan & labeling	≥ 190 produk tersertifikasi; inkubasi ≥ 10 IKM/th
Masyarakat (Konsumen Lokal)	Konsumsi dan umpan balik pasar	Kampanye Bangga Produk Bandung; konsumen pameran Pasar Kreatif & BWM	Tingkat kepuasan konsumen meningkat; repeat buyer naik

Sumber: Disdagin Kota Bandung (2025); diolah oleh Penulis

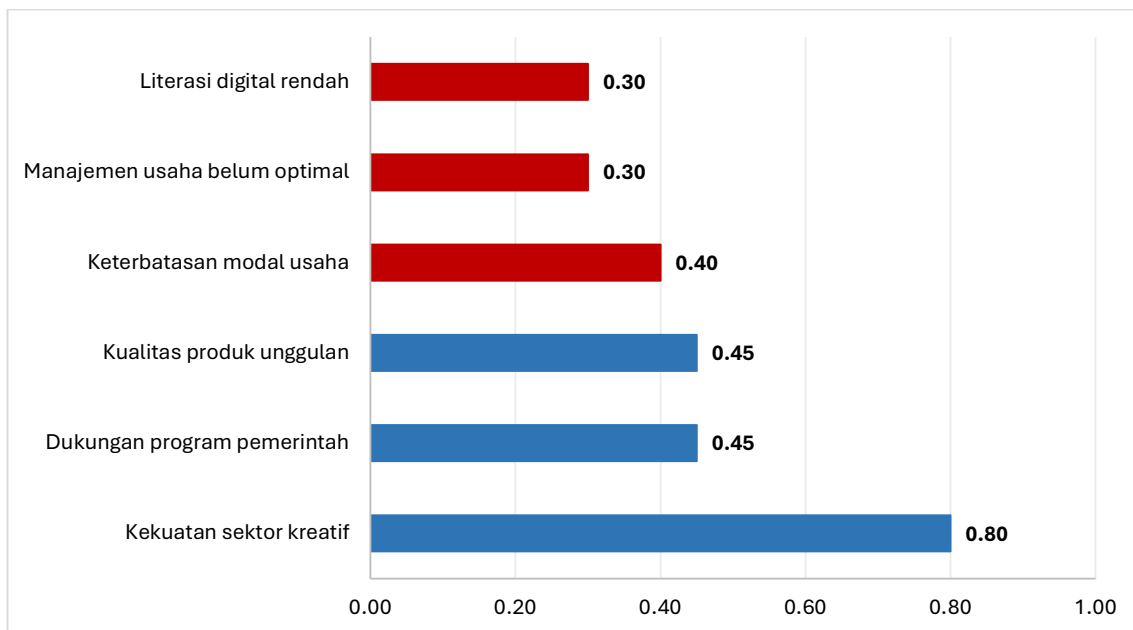
3. Analisis Posisi Strategis: IFAS-EFAS

Analisis IFAS-EFAS digunakan untuk mengidentifikasi dan menimbang faktor-faktor strategis yang memengaruhi daya saing IKM Kota Bandung, baik dari sisi internal maupun eksternal.

Table 3. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan sektor kreatif (kuliner, fashion, kriya)	0,20	4	0,80
Dukungan program pemerintah	0,15	3	0,45
Kualitas produk unggulan	0,15	3	0,45
Keterbatasan modal usaha	0,20	2	0,40
Manajemen usaha belum optimal	0,15	2	0,30
Literasi digital yang masih rendah	0,15	2	0,30
Total	1,00	–	2,70

Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)



Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

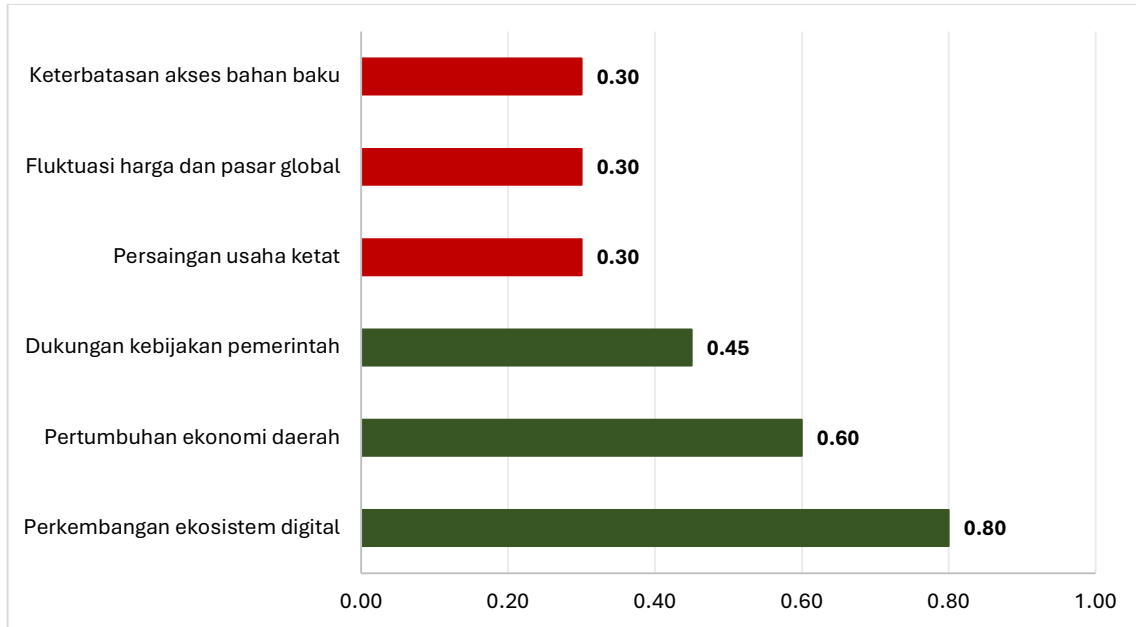
Gambar 2. Grafik Skor Tertimbang Matriks IFAS IKM Kota Bandung

Table 4. Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Perkembangan ekosistem digital	0,20	4	0,80
Pertumbuhan ekonomi daerah (5,29%)	0,20	3	0,60
Dukungan kebijakan pemerintah	0,15	3	0,45
Persaingan usaha yang semakin ketat	0,15	2	0,30
Fluktuasi harga dan pasar global	0,15	2	0,30

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Keterbatasan akses bahan baku	0,15	2	0,30
Total	1,00	-	2,75

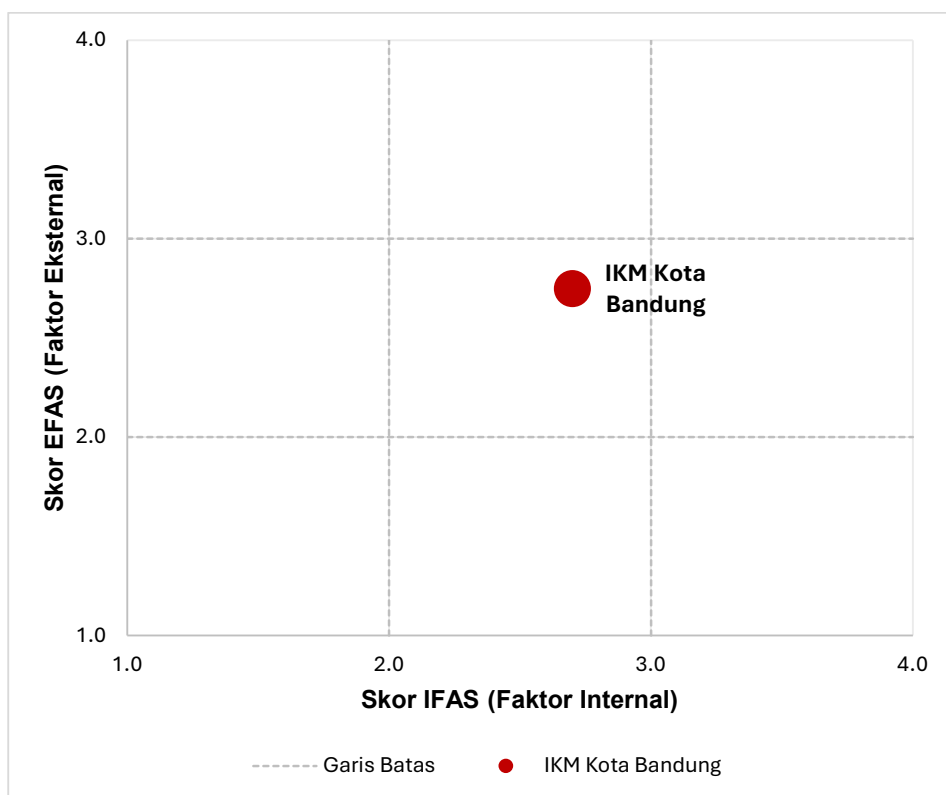
Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)



Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

Gambar 3. Grafik Skor Tertimbang Matriks EFAS IKM Kota Bandung

Nilai IFAS sebesar 2,70 dan EFAS sebesar 2,75 menempatkan IKM Kota Bandung pada posisi growth strategy, yakni kuadran yang mencerminkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang cukup signifikan untuk dimanfaatkan secara optimal. Pada Matriks IE, koordinat (2,70; 2,75) berada di sel V yang berimplikasi pada strategi hold and grow, di mana IKM perlu fokus pada penetrasi pasar dan pengembangan produk yang sudah ada sembari terus memperkuat kapasitas internal.



Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

Gambar 4. Matriks IE (Internal-External) - Posisi Strategis IKM Kota Bandung

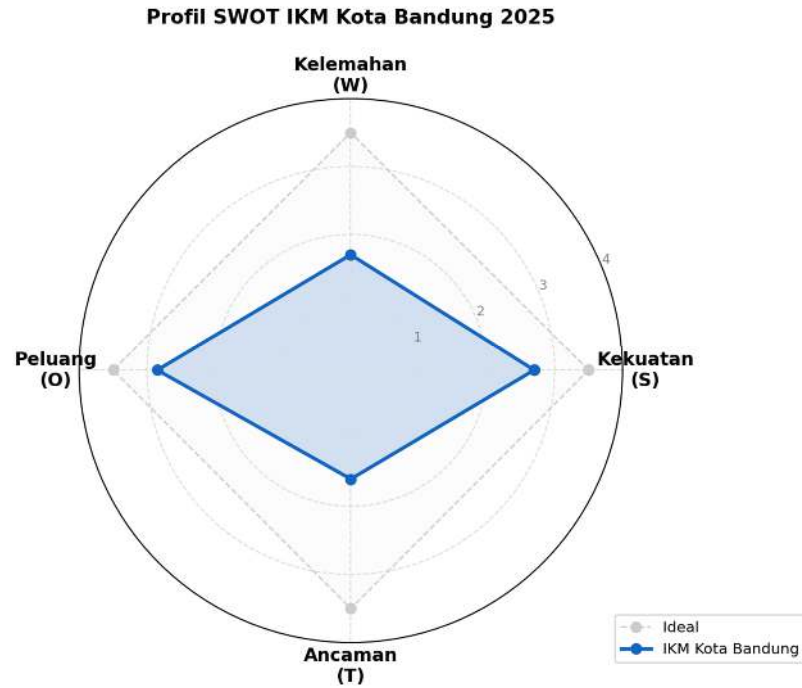
4. Analisis SWOT

Table 5. Matriks SWOT IKM Kota Bandung 2025

Strengths (S)	Weaknesses (W)
S1. Dominasi tiga sektor kreatif unggulan (kuliner, fashion, kriya) S2. LPE stabil 5,29% menciptakan iklim usaha kondusif S3. Dukungan program pemerintah: pelatihan, sertifikasi, promosi S4. Keberadaan 37 sentra industri (Cibaduyut, Binong Jati, Suci)	W1. Akses permodalan yang masih terbatas W2. Literasi digital rendah menghambat adopsi teknologi W3. Manajemen usaha dan pencatatan keuangan belum memadai W4. Skala produksi kecil dengan efisiensi belum optimal
Opportunities (O)	Threats (T)
O1. Perkembangan teknologi digital dan ekosistem e-commerce O2. Dukungan kebijakan pemerintah pusat dan daerah O3. Pertumbuhan pasar domestik dan wisatawan Kota Bandung O4. Potensi ekspor produk kreatif ke pasar internasional	T1. Persaingan ketat produk IKM lokal vs. produk impor T2. Fluktuasi harga bahan baku yang tidak menentu T3. Perubahan tren konsumen yang berlangsung sangat cepat T4. Ketidakpastian ekonomi global & kebijakan tarif AS

SO: Penguatan digitalisasi berbasis potensi kreatif & kemitraan	ST: Inovasi dan diferensiasi produk menghadapi kompetitor impor
WO: Peningkatan literasi digital dan perluasan akses pembiayaan	WT: Penguatan kelembagaan dan efisiensi produksi

Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)



Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

Gambar 5. Radar Chart Profil SWOT IKM Kota Bandung 2025

5. Indikator Kinerja Disdagin Kota Bandung

Table 6. Indikator Kinerja Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung (2024–2025)

Indikator	2024	2025	Perubahan
Fasilitasi digitalisasi pelaku IKM	40 IKM	100 IKM	+150%
Fasilitasi sertifikasi produk (halal & uji mutu)	125 IKM	190 IKM	+52%
IKM berdaya saing	2.826 IKM	3.056 IKM	+8,1%
Realisasi ekspor (juta US\$)	325,88	327,11	+0,4%

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung (diolah)

Pembahasan

Posisi IKM Kota Bandung pada growth strategy – yang dikonfirmasi oleh skor IFAS 2,70 dan EFAS 2,75 – sejalan dengan argumen Porter (1990) bahwa keunggulan kompetitif dapat dipertahankan melalui inovasi berkelanjutan dan optimalisasi sumber daya. Skor tertinggi pada faktor kekuatan sektor kreatif (0,80) mengonfirmasi

kerangka RBV Barney (1991) yang menempatkan sumber daya unik dan bernilai sebagai akar keunggulan bersaing. Secara bersamaan, perkembangan ekosistem digital juga mendapat skor tertinggi di sisi eksternal (0,80), menegaskan urgensi digitalisasi sebagai leveransi pertumbuhan utama bagi IKM (Verhoef et al., 2021).

Program-program Disdagin menunjukkan pendekatan pemberdayaan yang komprehensif dan melampaui sekadar penyelenggaraan pelatihan. Fasilitasi sertifikasi produk secara gratis (halal, PIRT, SNI) secara langsung mengatasi hambatan akses pasar yang selama ini diidentifikasi dalam literatur (UNIDO, 2020), sementara program onboarding digital marketing sejalan dengan strategi digitalisasi yang diadvokasi Nambisan et al. (2019) dan Scuotto et al. (2021). Data kinerja – peningkatan IKM terdigitalisasi sebesar 150% dan IKM tersertifikasi sebesar 52% – memberikan bukti empiris efektivitas program. Namun, kenaikan IKM berdaya saing yang relatif moderat (8,1%) mengindikasikan bahwa hambatan struktural permodalan dan literasi digital masih membutuhkan intervensi yang lebih mendalam dan berkelanjutan.

Implementasi model Octa Helix di Kota Bandung merepresentasikan kemajuan kelembagaan yang signifikan. Keterlibatan aktif delapan kategori aktor – termasuk kemitraan riset dengan SBM ITB, promosi berbasis media digital, dan kemitraan pembiayaan dengan perbankan – menciptakan ekosistem yang lebih tangguh dan adaptif, sebagaimana diteorikan oleh Carayannis & Campbell (2021). Pendekatan ini juga selaras dengan visi Wali Kota Bandung untuk mewujudkan kota yang unggul, maju, dan berdaya saing. Kinerja ekspor yang meningkat sebesar 1,23 juta US\$ di tengah tekanan tarif tinggi Amerika Serikat menjadi bukti ketangguhan ekosistem kolaboratif ini.

Dibandingkan dengan studi-studi terdahulu, temuan penelitian ini sekaligus mengkonfirmasi dan memperluas pengetahuan yang ada. Ismail et al. (2022) membuktikan bahwa kebijakan pemerintah berpengaruh positif terhadap kinerja IKM; penelitian ini merinci mekanismenya – sertifikasi gratis, fasilitasi pasar, dan pengembangan klaster industri – di level pemerintah kota. Hapsari et al. (2023) berargumen bahwa strategi inovasi meningkatkan daya saing; data kami menunjukkan bahwa fasilitasi digital marketing dan diferensiasi produk melalui sertifikasi dan desain kemasan merupakan jalur inovasi utama bagi IKM Bandung. Empat strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT – SO, WO, ST, dan WT – menawarkan peta jalan strategis yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan strategi tunggal yang lazim dalam literatur terdahulu.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung menjalankan peran strategis yang nyata sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator dalam pemberdayaan IKM untuk meningkatkan daya saing pada tahun 2025. Hasil analisis IFAS-EFAS (skor 2,70 dan 2,75) menempatkan IKM Kota Bandung pada posisi growth strategy, mengindikasikan kekuatan internal yang besar – khususnya pada sektor kreatif – dan peluang eksternal yang signifikan – terutama dari perkembangan ekosistem digital – yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Data kinerja memvalidasi efektivitas program: fasilitasi digitalisasi meningkat 150%, sertifikasi produk naik 52%, dan ekspor tumbuh 1,23 juta US\$ meski menghadapi tekanan tarif global. Analisis SWOT menghasilkan empat strategi pengembangan yang saling melengkapi: penguatan digitalisasi pemasaran (SO), peningkatan literasi

digital dan akses pembiayaan (WO), inovasi dan diferensiasi produk (ST), serta penguatan kelembagaan dan efisiensi produksi (WT).

Dari sisi kontribusi ilmiah, penelitian ini memberikan validasi empiris penerapan model Octa Helix di level pemerintah kota – konteks yang belum banyak terdokumentasi dalam literatur. Integrasi IFAS-EFAS dengan SWOT dalam studi kebijakan kualitatif menawarkan kontribusi metodologis yang dapat direplikasi pada konteks pengembangan IKM daerah lain di Indonesia. Dari perspektif kebijakan, temuan ini menegaskan bahwa daya saing IKM yang berkelanjutan memerlukan pendekatan ekosistem multipihak yang terstruktur, bukan intervensi satu lembaga yang berdiri sendiri. Model Bandung – dengan keterlibatan sinergis delapan aktor dalam kerangka Octa Helix yang terkoordinasi – membuktikan bahwa pendekatan ini dapat dioperasionalkan secara efektif di level pemerintah kota dengan hasil yang terukur.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, pendekatan kualitatif memberikan kedalaman pemahaman namun membatasi generalisasi temuan ke konteks kota atau wilayah lain. Kedua, pembobotan dalam IFAS-EFAS didasarkan pada expert judgment yang mungkin mengandung subjektivitas. Ketiga, fokus pada data tahun 2025 membatasi analisis tren jangka panjang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain longitudinal mixed-methods guna melacak indikator daya saing IKM selama beberapa tahun, mengukur dampak kausal dari program-program spesifik (misalnya sertifikasi vs. digitalisasi), dan membandingkan implementasi Octa Helix di berbagai kota kreatif Indonesia. Analisis kuantitatif atas return on investment program pemberdayaan pemerintah juga akan memberikan bukti penting bagi pengambilan keputusan alokasi anggaran.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

1. Perluasan Program Digitalisasi Marketing. Mempercepat onboarding IKM ke platform digital melalui pelatihan berkelanjutan, pendampingan teknis, dan integrasi marketplace nasional.
2. Percepatan Sertifikasi dan Standardisasi Produk. Menyederhanakan prosedur sertifikasi dan memperluas subsidi biaya bagi pelaku IKM.
3. Penguatan Akses Pembiayaan. Memperluas kemitraan dengan perbankan, lembaga keuangan, dan fintech; mengoptimalkan KUR dan program Bank Bandung.
4. Pengembangan Klaster dan Sentra Industri. Merevitalisasi sentra industri Cibaduyut, Binong Jati, dan Suci melalui peningkatan fasilitas, promosi terpadu, dan ekosistem bisnis terintegrasi.
5. Penguatan Kolaborasi Multipihak (Octa Helix). Melembagakan sinergi delapan aktor secara formal untuk mendorong inovasi, riset produk, dan pengembangan pasar secara inklusif dan berkelanjutan.

Referensi :

- Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2011). Small vs. young firms across the world. *The World Bank Economic Review*, 25(2), 307–329.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2025). Kota Bandung dalam angka 2025. BPS Kota Bandung.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2021). The quadruple and quintuple helix innovation systems. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-71368-0>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge.
- Etzkowitz, H. (2008). *The triple helix: University-industry-government innovation in action*. Routledge.
- Hapsari, R., Hakim, A., & Soeaidy, M. S. (2023). Enhancing SME competitiveness through innovation strategies. *Journal of Small Business Strategy*, 33(1), 45–60.
- Ismail, N. A., Jabar, J., & Rahman, A. A. (2022). SME development policies and performance. *International Journal of Business and Society*, 23(2), 789–804. <https://doi.org/10.33736/ijbs.4811.2022>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2023). Kebijakan pengembangan industri kecil dan menengah. Kemenperin.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). Digital transformation of innovation. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- OECD. (2023). *OECD SME and entrepreneurship outlook 2023*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/6b5a6cd3-en>
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Praswati, A. N. (2017). Perkembangan model helix dalam peningkatan inovasi. *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, 2(1), 168–182.
- Rachmawati, I., & Kurniawan, T. (2019). Model octa helix dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM. *Jurnal Administrasi Publik*, 16(2), 45–58.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis* (rev. ed.). Gramedia.
- Scuotto, V., Del Giudice, M., & Carayannis, E. G. (2021). Social media and SMEs performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120948. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120948>
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala dan potensi*. Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- UNIDO. (2020). *Supporting SME competitiveness in developing countries*. UNIDO.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). Strategic management and business policy (14th ed.). Pearson.
- World Bank. (2022). Small and medium enterprises (SMEs) finance. World Bank.
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications (6th ed.). Sage Publications.