

Kalteng Expo 2023: Strategi DISDAGPERIN Prov. Kalteng dalam Mendorong Daya Saing Produk Unggulan Daerah Pasca Pandemi

Putika Saridewi^{a*}, Safira Rizki Nurfebrina^a, Ayu Nabila^a, Sutri Trisna Dahlia^a, Peridawaty^a

^a Universitas Palangka Raya, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 30-03-2026

Revised : 23-04-2026

Accepted : 28-04-2026

Keywords: DISDAGPERIN, Kalteng Expo 2023, MSMEs, Post-Pandemic Economic Recovery, Product Competitiveness, Small and Medium Enterprises (SMEs)

Kata Kunci: Daya Saing Produk, DISDAGPERIN, IKM, Kalteng Expo 2023, Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi, UMKM

Corresponding Author:

putikasaridewi@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

To support economic recovery and increase the competitiveness of superior regional products following the COVID-19 pandemic, the Kalteng Expo 2023 is a regional exhibition. This study aims to determine the Central Kalimantan Provincial Trade and Industry Office's plans to hold the Kalteng Expo 2023 and how it will impact MSMEs and Small and Medium Enterprises (SMEs). Qualitative descriptive research was conducted through observation, interviews, and documentation. The results indicate that the Disdagperin strategy was implemented through booths, collaboration with various parties, and promotion of superior regional products. With a total turnover of approximately IDR 7 billion and approximately 9,000 visitors per day, the expo increased sales and enhanced business networks.

ABSTRAK

Untuk membantu pemulihan ekonomi dan meningkatkan daya saing produk unggulan daerah setelah pandemi Covid-19, Kalteng Expo 2023 adalah acara pameran daerah. Studi ini bertujuan untuk mengetahui rencana Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah untuk mengadakan Kalteng Expo 2023 dan bagaimana hal itu akan berdampak pada UMKM dan IKM. Penelitian deskriptif kualitatif dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Disdagperin dilaksanakan melalui stand, kolaborasi dengan berbagai pihak, dan promosi produk unggulan daerah. Dengan total omzet sekitar Rp7 miliar dan jumlah pengunjung sekitar 9.000 orang setiap hari, kegiatan expo meningkatkan penjualan dan meningkatkan jaringan bisnis.

PENDAHULUAN

Kinerja UMKM dan IKM di berbagai wilayah, termasuk di Kalimantan Tengah, dihambat oleh pandemi COVID-19. Penjualan dan aktivitas produksi menurun. Akses ke distribusi terbatas. Menurut penelitian Thaha (2020) banyak UMKM mengalami penurunan penjualan lebih dari 50%. Temuan Pakpahan (2020) juga menunjukkan adanya gangguan distribusi dan penyempitan akses pasar. Data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menyebutkan lebih dari 60% UMKM terdampak pandemi. Kondisi ini berdampak langsung pada daya saing produk UMKM dan IKM di daerah.

UMKM dan IKM di Kalimantan Tengah memainkan peran yang signifikan dalam perekonomian provinsi. Sektor ini mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menyerap tenaga kerja. Namun, bisnis rentan terhadap krisis karena keterbatasan modal, teknologi, dan pemasaran. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, pemulihan UMKM berjalan secara bertahap dan memerlukan promosi dan akses pasar. Pameran adalah salah satu upaya yang dilakukan pemerintah daerah. Ini adalah sarana promosi langsung yang memungkinkan pelaku usaha bertemu dengan konsumen dan investor.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia pada tahun 2022 menemukan bahwa acara dan pameran dapat meningkatkan eksposur produk dan mendorong transaksi. Selain itu, Laporan Bank Indonesia pada tahun 2023 menemukan bahwa peningkatan akses ke promosi meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik.

Salah satu rencana pemerintah Kalimantan Tengah untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) dan IKM adalah Kalteng Expo 2023, yang menyatukan berbagai produk unggulan daerah di satu tempat. Data pelaksanaan menunjukkan bahwa sekitar 9.000 orang datang setiap hari selama lima hari, menghasilkan total omzet sekitar Rp7 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa expo memiliki kemampuan untuk meningkatkan aktivitas ekonomi dan memberi pebisnis peluang pasar baru. Namun, tidak banyak penelitian yang membahas secara khusus bagaimana Dinas Perdagangan dan Perindustrian dapat membantu UMKM dan IKM melalui acara pameran di Kalimantan Tengah. Selain itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut tentang seberapa efektif tindakan ini dalam meningkatkan daya saing produk.

Penelitian ini membahas strategi Disdagperin untuk Kalteng Expo 2023, bagaimana membantu meningkatkan daya saing produk UMKM dan IKM, dan masalah yang dihadapi selama pelaksanaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan, menganalisis efektivitas kegiatan expo, serta mengetahui dampaknya terhadap pelaku UMKM dan IKM di Kalimantan Tengah.

Konsep daya saing produk; Daya saing produk adalah kemampuan suatu produk untuk bersaing dengan produk lain di pasaran dan menarik minat konsumen. Suatu

produk dapat dikatakan memiliki daya saing apabila mempunyai kualitas yang baik, harga yang sesuai, tampilan yang menarik, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam kegiatan Kalteng Expo 2023, daya saing produk menjadi hal yang penting karena berbagai produk unggulan daerah ditampilkan untuk diperkenalkan kepada masyarakat dan calon pembeli.

Berdasarkan laporan kegiatan Kalteng Expo 2023, pelaksanaan expo bertujuan untuk meningkatkan promosi produk unggulan daerah sekaligus mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Industri Kecil dan Menengah (IKM) agar mampu meningkatkan kualitas, kreativitas, dan inovasi produknya. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha diberi kesempatan untuk memperkenalkan produk mereka secara lebih luas sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Menurut penelitian (Wowor et al., 2020), daya saing produk dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, harga, inovasi, dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu terus mengembangkan produknya agar mampu bersaing dengan produk lain, baik dari dalam maupun luar daerah.

Dengan adanya Kalteng Expo 2023, pelaku UMKM dan IKM tidak hanya memperoleh kesempatan untuk memasarkan produk, tetapi juga dapat meningkatkan pengenalan produk lokal kepada masyarakat serta memperluas peluang usaha di masa mendatang.

Strategi pemasaran daerah merupakan upaya yang dilakukan pemerintah daerah untuk memperkenalkan potensi wilayah, produk unggulan, serta peluang investasi kepada masyarakat luas dan investor guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah. Menurut Sulistiyani et al. (2020), strategi pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk karena melalui strategi yang tepat, pelaku usaha dapat memahami kebutuhan pasar, memperluas pemasaran, dan meningkatkan nilai jual produk.

Dalam konsep pemasaran daerah, pemerintah berperan sebagai fasilitator yang membantu menciptakan citra positif daerah melalui kegiatan promosi, pameran, dan pengembangan produk unggulan. Strategi pemasaran daerah bertujuan untuk meningkatkan daya tarik daerah sehingga mampu menarik minat investor, memperluas pasar produk lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, strategi pemasaran juga harus disesuaikan dengan perkembangan persaingan dan kebutuhan pasar agar produk daerah memiliki daya saing yang tinggi.

Penerapan strategi pemasaran daerah dapat dilakukan melalui kegiatan promosi langsung seperti expo atau pameran dagang. Menurut Azizah et al. (2020), strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk lokal melalui promosi dan penyampaian informasi yang efektif. Oleh karena itu, kegiatan expo menjadi salah satu media promosi yang efektif karena mampu

mempertemukan pelaku usaha, konsumen, dan investor secara langsung dalam satu kegiatan.

Dalam pelaksanaan Kalteng Expo 2023, Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian menerapkan strategi pemasaran daerah dengan menjadikan expo sebagai sarana promosi produk unggulan dan peluang investasi daerah. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan promosi produk komoditas unggulan Kalimantan Tengah yang berorientasi ekspor serta mendukung Program Nasional Bangsa Buatan Indonesia (BBI).

Melalui Kalteng Expo 2023, pemerintah daerah juga berupaya menciptakan interaksi bisnis antara pelaku usaha, pembeli, dan investor. Hal ini terlihat dari keterlibatan berbagai peserta seperti OPD, pemerintah kabupaten/kota, perbankan, BUMN/BUMD, asosiasi, serta pelaku UMKM dan IKM. Selain itu, adanya hiburan budaya, fashion show, dan job fair menjadi bagian dari strategi untuk menarik minat masyarakat agar datang dan mengenal lebih jauh produk serta potensi daerah Kalimantan Tengah.

Strategi pemasaran daerah dalam Kalteng Expo 2023 juga diarahkan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal. Dalam laporan disebutkan bahwa pelaku usaha didorong untuk meningkatkan mutu produk, kreativitas, inovasi, desain, serta kemampuan pemasaran agar mampu bersaing di pasar global. Dengan demikian, Kalteng Expo tidak hanya menjadi ajang promosi, tetapi juga menjadi media pengembangan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Peran pameran atau expo dalam promosi produk; Pameran atau expo merupakan sarana penting dalam mempromosikan produk karena menjadi media promosi langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Melalui kegiatan pameran, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk, menjelaskan keunggulan produk, serta membangun interaksi secara langsung dengan calon konsumen. Menurut Walukow et al. (2014), promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen dan membantu produk lebih dikenal di pasar. Kegiatan pameran juga mampu meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Pameran juga memberikan kesempatan bagi UMKM dan IKM untuk memperluas jaringan pemasaran dan menjalin kerja sama dengan investor maupun mitra usaha. Menurut Pangkey, (n.d.), event dan kegiatan promosi membantu pelaku usaha meningkatkan hubungan bisnis dan menarik pelanggan baru melalui kegiatan pameran serta kerja sama usaha. Expo juga dapat meningkatkan brand awareness produk lokal sehingga produk lebih dikenal masyarakat luas.

Di era persaingan usaha yang semakin ketat, pameran menjadi strategi pemasaran yang efektif karena mampu menghadirkan pengalaman langsung kepada konsumen.

Konsumen dapat melihat, mencoba, dan membandingkan produk secara langsung sebelum melakukan pembelian. Menurut Timbuleng et al. (2021), strategi pemasaran dan promosi yang tepat mampu meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar. Oleh karena itu, kegiatan expo dapat membantu meningkatkan daya saing produk daerah di pasar.

Pemulihan ekonomi pasca pandemi; Upaya untuk memperbaiki aktivitas ekonomi yang terganggu oleh Covid-19 dikenal sebagai pemulihan ekonomi pasca pandemi. Pandemi mengurangi investasi, produksi, penjualan, dan daya beli masyarakat. Kondisi ini sangat berdampak pada sektor usaha kecil dan menengah (UMKM) dan usaha kecil dan menengah (IKM), yang merupakan motor ekonomi lokal. Menurut Thaha (2020), pandemi menyebabkan banyak UMKM mengalami penurunan omzet dan kesulitan mempertahankan usaha. Pakpahan (2020) juga menyatakan bahwa pembatasan aktivitas masyarakat berdampak pada terganggunya distribusi dan menurunnya akses pasar bagi pelaku usaha.

Pemerintah mendukung pertumbuhan UMKM melalui peningkatan akses pasar dan penguatan promosi produk lokal. Salah satu bentuk dukungan tersebut dilakukan melalui penyelenggaraan pameran atau expo untuk memperkenalkan produk unggulan daerah kepada masyarakat luas. Menurut Pangkey (n.d.) kegiatan pameran dan event promosi mampu meningkatkan promosi produk lokal serta membuka peluang kerja sama usaha dan pemasaran produk daerah.

D Digitalisasi usaha, peningkatan kualitas produk, dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, serta investor menjadi faktor penting dalam mendorong pemulihan ekonomi pasca pandemi. Menurut penelitian Handayani (2023), digitalisasi membantu UMKM meningkatkan efisiensi usaha dan memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital dan platform online.

Selain itu, penelitian Setiawati et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan website, marketplace, dan media sosial dapat membantu meningkatkan daya saing produk UMKM serta memperluas jaringan pemasaran di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

METODE

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk memahami dan menggambarkan secara jelas mengenai strategi yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam meningkatkan daya saing produk unggulan daerah melalui kegiatan Kalteng Expo 2023 di Provinsi Kalimantan Tengah.

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini lebih berfokus pada pemahaman kondisi yang terjadi, pengalaman para pelaku UMKM dan IKM, serta peran pihak terkait dalam kegiatan tersebut. Selain itu, penelitian kualitatif juga membantu peneliti memperoleh gambaran yang lebih mendalam tanpa menggunakan data berupa angka atau perhitungan statistik.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode yang saling melengkapi, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan ketiga teknik ini bertujuan agar data yang diperoleh tidak hanya lengkap, tetapi juga lebih akurat dan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya terkait pelaksanaan kegiatan Kalteng Expo 2023 serta upaya yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing produk unggulan daerah.

a. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara tidak langsung dengan menelaah berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan Kalteng Expo 2023. Sumber tersebut meliputi laporan kegiatan, dokumentasi, serta informasi pendukung lainnya. Melalui teknik ini, peneliti berusaha memperoleh gambaran umum mengenai jalannya kegiatan, jenis produk unggulan yang dipamerkan, serta keterlibatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Industri Kecil dan Menengah (IKM) dalam kegiatan tersebut.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah serta pelaku UMKM dan IKM yang berpartisipasi dalam kegiatan. Teknik ini digunakan untuk menggali informasi secara lebih mendalam mengenai strategi yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing produk unggulan daerah, bentuk dukungan yang diberikan, serta kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam mengembangkan produknya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data pendukung seperti foto kegiatan, arsip, laporan resmi, serta dokumen lain yang relevan dengan pelaksanaan Kalteng Expo 2023. Data dokumentasi ini digunakan sebagai pelengkap sekaligus penguat terhadap informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Palangka Raya, tepatnya di kantor Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah sebagai tempat pengambilan

data terkait kegiatan Kalteng Expo 2023.

Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 22 April 2026 s.d 09 Mei 2026. Penelitian ini dilakukan setelah kegiatan Kalteng Expo 2023 berlangsung dengan menggunakan data sekunder berupa laporan resmi kegiatan, dokumentasi, serta data pendukung lainnya sebagai sumber utama penelitian.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kalteng Expo 2023

Kalteng Expo 2023 merupakan kegiatan pameran dagang berskala daerah yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah sebagai agenda tahunan dalam rangka memperingati Hari Jadi Provinsi Kalimantan Tengah ke-66. Kegiatan ini menjadi salah satu strategi pemerintah daerah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sektor perdagangan, industri, dan investasi.

Secara umum, expo merupakan sarana yang mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen, mitra bisnis, serta investor dalam satu ruang interaksi yang intensif. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang promosi produk, tetapi juga sebagai media untuk memperkenalkan potensi sumber daya alam, peluang investasi, serta kemampuan inovasi pelaku usaha daerah.

Dengan luasnya wilayah dan besarnya potensi sumber daya yang dimiliki Kalimantan Tengah, kegiatan ini menjadi sangat penting sebagai langkah konkret dalam mengoptimalkan potensi tersebut menjadi nilai ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, expo ini juga menjadi sarana untuk meningkatkan daya saing produk lokal di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Tema dan tujuan kegiatan

Konsep “Menjelajahi Potensi Kalimantan Tengah” menjadi sorotan di Kalteng Expo 2023. Topik ini menunjukkan upaya yang dilakukan Kalimantan Tengah untuk meneliti secara menyeluruh sumber daya, produk unggulan, dan peluang investasinya. Kalimantan Tengah berupaya untuk meneliti dengan saksama sumber daya, produk unik, dan potensi investasinya. Meskipun demikian, tujuan kegiatan ini dapat dilihat dari beberapa perspektif seperti:

1. Tujuan sosial, yaitu memberikan kontribusi bagi masyarakat melalui kegiatan yang memiliki nilai sosial, termasuk potensi dukungan terhadap kegiatan kemanusiaan.
2. Tujuan komersial, yaitu memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan, memperluas jaringan pasar, serta memperoleh keuntungan dari produk yang dipamerkan.
3. Tujuan kemanusiaan dan budaya, yaitu mendukung pelestarian dan pengembangan karya serta budaya lokal yang menjadi identitas daerah.

Selain itu, Kalteng Expo 2023 juga bertujuan untuk meningkatkan promosi dan daya saing produk-produk khas daerah, sehingga dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Kegiatan ini juga diharapkan dapat menarik minat investor, baik domestik maupun internasional, untuk berinvestasi di Kalimantan Tengah. Di sisi lain, penyelenggaraan expo ini membantu meningkatkan perekonomian daerah dengan meningkatkan aktivitas perdagangan dan transaksi bisnis. Kegiatan ini juga mendukung program nasional “Bangga Buatan Indonesia” (BBI) dan membantu membangun rasa bangga masyarakat dalam menggunakan produk dalam negeri.

Jumlah Peserta atau Stand

Kalteng Expo 2023 diikuti oleh berbagai peserta dari unsur pemerintah maupun swasta. Peserta terdiri dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Provinsi Kalimantan Tengah, instansi vertikal, pemerintah kabupaten/kota, BUMN/BUMD, perbankan, asosiasi, serta pelaku usaha UMKM dan IKM.

Berdasarkan laporan pelaksanaan kegiatan, jumlah peserta yang terlibat dalam expo ini mencapai 361 stand, yang terbagi ke dalam beberapa kategori, yaitu stand indoor, stand outdoor, serta area hiburan dan pasar rakyat. Selain itu, dalam rangkuman kegiatan disebutkan terdapat sekitar 154 stand utama yang menjadi bagian dari fasilitas pameran secara keseluruhan. Keberagaman peserta ini menunjukkan tingginya partisipasi berbagai pihak dalam mendukung kegiatan expo sebagai sarana promosi dan pengembangan ekonomi daerah.

Jenis Produk

Produk yang ditampilkan dalam Kalteng Expo 2023 mencerminkan potensi unggulan daerah yang beragam, baik dari sektor industri, perdagangan, maupun ekonomi kreatif. Produk-produk tersebut antara lain:

1) Produk UMKM dan IKM

Produk-produk yang dipamerkan oleh peserta UMKM dan IKM meliputi berbagai macam makanan, minuman, dan kerajinan tangan tradisional dari daerah tersebut. Produk-produk ini mencerminkan kreativitas dan kearifan lokal masyarakat Kalimantan Tengah, dan juga berperan penting dalam mendukung ekonomi rakyat. Melalui pameran ini, peserta UMKM/IKM mendapatkan kesempatan untuk memperluas pasar mereka dan memperkenalkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas.

2) Produk Kerajinan dan Budaya Lokal

Berbagai produk kerajinan tradisional turut ditampilkan sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya daerah. Produk ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai seni dan identitas budaya yang kuat. Selain itu, kerajinan ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung karena keunikan dan ciri khasnya.

3) Produk Industri dan Perdagangan

Produk dari sektor industri dan perdagangan yang ditampilkan mencerminkan perkembangan ekonomi daerah. Produk ini mencakup hasil produksi skala kecil hingga menengah yang telah memiliki kualitas dan daya saing. Keikutsertaan sektor ini menunjukkan peran penting industri dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Kalimantan Tengah.

4) Produk Berbasis Sumber Daya Alam

Kalimantan Tengah memiliki potensi sumber daya alam yang besar, sehingga dalam expo ini juga ditampilkan berbagai produk unggulan berbasis sumber daya alam. Produk ini memiliki nilai ekonomis tinggi dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut, baik untuk pasar domestik maupun internasional.

5) Produk Kreatif dan Inovatif

Produk kreatif yang ditampilkan merupakan hasil pengembangan ide dan inovasi dari pelaku usaha lokal. Produk ini menunjukkan adanya peningkatan kreativitas dalam menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta mengikuti tren yang berkembang.

6) Informasi Peluang Investasi

Selain produk fisik, peserta juga menampilkan berbagai informasi terkait peluang investasi di Kalimantan Tengah. Hal ini bertujuan untuk menarik minat investor dengan memberikan gambaran potensi daerah di berbagai sektor seperti perdagangan, industri, dan sumber daya alam.

Unggulan Yang Ditampilkan

1) Produk UMKM/IKM daerah Kalimantan Tengah

Produk yang ditampilkan didominasi oleh pelaku UMKM dan IKM dari berbagai kabupaten/kota di Kalimantan Tengah. Expo memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk memamerkan sekaligus memasarkan produknya secara langsung kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM/IKM memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian daerah serta mampu bertahan di tengah persaingan apabila didukung dengan strategi pemasaran yang tepat.

2) Produk komoditas unggulan daerah yang berorientasi ekspor

Produk yang dipamerkan tidak hanya untuk pasar lokal, tetapi juga diarahkan pada pasar yang lebih luas, termasuk ekspor. Hal ini terlihat dari tujuan expo yang menekankan pada promosi komoditas unggulan daerah serta peluang investasi, sehingga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing produk agar mampu bersaing di pasar global.

3) Produk Dari Berbagai Sektor (Perdagangan, Industri, Teknologi, Dan SDM)

Produk yang ditampilkan berasal dari berbagai sektor yang saling mendukung, seperti perdagangan, industri, teknologi, dan pengembangan sumber daya manusia. Keberagaman ini menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi daerah dilakukan secara terpadu dan tidak hanya bergantung pada satu sektor saja, melainkan melibatkan berbagai potensi daerah secara menyeluruh.

4) Produk lokal yang menonjolkan kualitas

Pelaku usaha didorong untuk menjaga mutu dan kualitas produk agar mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan, baik di pasar domestik maupun global. Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk lokal.

5) Produk yang menonjolkan kreativitas

Kreativitas menjadi kunci dalam pengembangan produk, di mana pelaku usaha diharapkan mampu menciptakan ide-ide baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Kreativitas ini terlihat dari variasi produk yang ditampilkan serta kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan produk yang menarik bagi konsumen \.

6) Produk yang menonjolkan inovasi

Inovasi dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing produk, baik dari segi desain, fungsi, maupun nilai tambah produk. Dalam laporan disebutkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran dan kemampuan produk untuk diterima oleh pasar.

7) Produk yang menonjolkan branding (merek produk)

Penggunaan merek atau branding menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk. Melalui expo, pelaku usaha didorong untuk membangun identitas produk yang kuat agar lebih mudah dikenal dan diingat oleh konsumen.

Fungsi Strategis Expo

1) Memperkenalkan potensi investasi daerah

Kalteng Expo menjadi sarana untuk memberikan informasi mengenai peluang investasi di Kalimantan Tengah kepada calon investor. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat menarik minat investasi yang berdampak pada peningkatan ekonomi daerah.

2) Menampilkan produk berbasis kearifan lokal

Produk yang ditampilkan juga mencerminkan nilai budaya dan potensi lokal daerah. Hal ini tidak hanya memberikan nilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai upaya pelestarian budaya melalui produk yang dihasilkan masyarakat.

3) Mendorong penggunaan produk dalam negeri (Bangga Buatan Indonesia)

Expo menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih mencintai dan menggunakan produk dalam negeri. Hal ini sejalan dengan program nasional Bangga Buatan Indonesia yang bertujuan memperkuat pasar domestik dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Kegiatan Dalam Expo (Pameran Promosi Hiburan)

A. Kegiatan Pameran & Promosi

1) Pameran produk UMKM/IKM dan Instansi

Kegiatan utama dalam Kalteng Expo 2023 adalah pameran yang diikuti oleh berbagai peserta, mulai dari UMKM/IKM, perangkat daerah (OPD), instansi vertikal, hingga BUMN/BUMD dan asosiasi. Produk dipamerkan melalui stand indoor dan outdoor, sehingga memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk menampilkan potensi dan keunggulan produknya kepada masyarakat luas .

2) Promosi Produk Unggulan Daerah

Expo berfungsi sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk unggulan Kalimantan Tengah, baik kepada masyarakat lokal maupun pihak luar daerah. Promosi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memperkuat citra daerah sebagai penghasil produk yang kompetitif.

3) Interaksi Bisnis Antara Pelaku Usaha, Pembeli, dan Investor

Kegiatan expo menciptakan wahana interaksi langsung antara pelaku usaha dengan konsumen dan investor. Interaksi ini membuka peluang kerjasama bisnis, baik dalam bentuk penjualan, kemitraan, maupun investasi jangka panjang.

4) Penjualan langsung produk kepada pengunjung

Selain sebagai ajang pamer, expo juga menjadi tempat transaksi langsung antara pelaku usaha dan pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan tingginya omzet penjualan selama kegiatan berlangsung, yang mencapai sekitar Rp7 miliar, menunjukkan bahwa expo efektif dalam meningkatkan penjualan produk.

5) Penyajian informasi investasi daerah

Kalteng Expo juga menjadi sarana untuk menyampaikan informasi terkait peluang investasi di Kalimantan Tengah. Melalui kegiatan ini, pemerintah daerah berupaya menarik minat investor untuk berinvestasi di berbagai sektor potensial di daerah.

6) Job Fair (pameran kesempatan kerja)

Selain pameran produk, kegiatan ini juga dirangkaikan dengan job fair yang bertujuan membuka peluang kerja bagi masyarakat. Kegiatan ini mendapat respon positif dari dunia usaha dan menjadi bagian dari upaya pemerintah dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

B. Kegiatan Pendukung (Hiburan & Event)

1) Panggung hiburan setiap hari

Selama pelaksanaan expo, disediakan panggung hiburan yang diisi setiap hari untuk menarik minat pengunjung dan menciptakan suasana yang meriah. Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan masyarakat.

2) Musik dan lagu

Pertunjukan musik menjadi salah satu hiburan utama yang ditampilkan, baik dari artis lokal maupun penampilan komunitas. Musik berfungsi sebagai daya tarik untuk mengundang pengunjung datang ke lokasi expo.

3) Tari daerah

Penampilan tari daerah menjadi bagian penting dalam expo sebagai bentuk pelestarian budaya lokal. Selain hiburan, kegiatan ini juga memperkenalkan kekayaan budaya Kalimantan Tengah kepada pengunjung.

4) Fashion show

Kegiatan fashion show menampilkan produk-produk kreatif, khususnya yang berkaitan dengan busana dan kerajinan lokal. Hal ini menjadi sarana promosi tambahan bagi pelaku usaha di bidang fashion.

5) Lomba stand terbaik

Lomba ini diadakan untuk meningkatkan kreativitas peserta dalam menata dan mempromosikan stand mereka. Selain itu, lomba ini juga mendorong peserta untuk menampilkan produk secara lebih menarik dan inovatif.

6) Atraksi penutupan (kembang api/fireworks)

Pada penutupan expo, diadakan atraksi kembang api sebagai penutup rangkaian kegiatan. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri sekaligus penanda berakhirnya kegiatan expo secara meriah.

Strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah

Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disdagperin) Provinsi Kalimantan Tengah, sebagai sektor utama penyelenggaraan Kalteng Expo 2023, memegang peran strategis dalam merancang dan melaksanakan berbagai upaya untuk mendukung kesuksesan acara tersebut. Strategi yang diterapkan tidak hanya fokus pada pelaksanaan pameran, tetapi juga pada peningkatan kualitas dan daya saing pelaku usaha, terutama UMKM dan IKM.

Pendekatan ini sejalan dengan tujuan expo yang ingin meningkatkan promosi produk unggulan daerah, menarik investasi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Melalui berbagai langkah strategis, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disdagperin) Provinsi Kalimantan Tengah berupaya menciptakan ekosistem pameran yang efektif untuk mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen dan investor, sekaligus menyediakan ruang bagi pengembangan inovasi dan kreativitas produk lokal. Strategi ini didukung oleh kerja sama dengan berbagai pihak serta penyediaan fasilitas yang memadai, sehingga Kalteng Expo 2023 dapat berjalan dengan lancar, meriah, dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi daerah.

1) Fasilitasi stand gratis atau subsidi untuk UMKM

Fasilitas ini memungkinkan pelaku UMKM/IKM untuk berpartisipasi tanpa beban biaya yang besar, sehingga mendorong lebih banyak pelaku usaha lokal untuk mempromosikan produknya. Dukungan tersebut juga tercermin dari keterlibatan berbagai pihak, seperti OPD, kabupaten/kota, serta pelaku usaha, dengan jumlah stand yang cukup besar.

2) Kurasi produk unggulan

Produk-produk yang ditampilkan dalam expo merupakan hasil seleksi dari berbagai peserta, baik dari tingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Hal ini menunjukkan adanya upaya kurasi secara tidak langsung melalui peran instansi terkait yang mengikutsertakan produk unggulan daerah masing-masing. Dengan demikian, produk yang dipamerkan memiliki nilai jual, kualitas, serta potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

3) Promosi melalui media sosial dan media lokal

Kegiatan Kalteng Expo 2023 mendapat antusiasme tinggi dari masyarakat dengan jumlah pengunjung mencapai 9.000 orang per hari. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan cukup efektif, baik melalui media informasi pemerintah, media lokal, maupun penyebaran informasi kepada masyarakat. Promosi tersebut bertujuan untuk menarik minat pengunjung sekaligus memperluas jangkauan informasi mengenai kegiatan expo.

4) Kerja sama dengan pihak lain (Sponsor, Marketplace, Instansi)

Dalam pelaksanaannya, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disdagperin) Provinsi Kalimantan Tengah bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk Event Organizer CV. Sola Gracia Optima yang bertanggung jawab atas teknis pelaksanaan di lapangan. Selain itu, keterlibatan instansi pemerintah, BUMN/BUMD, perbankan, asosiasi, serta pelaku usaha menunjukkan adanya kolaborasi yang kuat dalam menyukseskan kegiatan ini. Kerja sama tersebut juga mendukung kelancaran penyelenggaraan serta memperluas dampak ekonomi dari expo.

Implementasi di Lapangan

1) Cara penataan stand

Menurut laporan kegiatan, penataan stand dilakukan dengan membagi area menjadi bagian indoor dan outdoor. Penyelenggara menyiapkan tata letak yang terorganisir agar alur pengunjung dapat dikelola dengan baik. Setiap stand dilengkapi dengan fasilitas dasar seperti listrik, penerangan, dan identitas peserta. Penataan ini bertujuan mempermudah pengunjung dalam mengakses serta mengenali produk yang dipamerkan.

2) Interaksi dengan pengunjung

Laporan tersebut menyebutkan bahwa kegiatan expo mendorong terjadinya interaksi langsung antara pelaku usaha dan pengunjung. Pelaku usaha memanfaatkan kesempatan ini untuk memperkenalkan produk, menjelaskan keunggulan, serta menjalin komunikasi dengan calon konsumen. Interaksi ini menjadi faktor krusial dalam meningkatkan minat beli dan memperluas jaringan bisnis.

3) Teknik promosi yang digunakan pelaku usaha

Laporan menunjukkan bahwa pelaku usaha menggunakan expo sebagai sarana promosi langsung. Produk dipamerkan dengan berbagai variasi dan keunggulan masing-masing. Selain itu, beberapa pelaku usaha memberikan penawaran khusus selama acara berlangsung. Strategi ini bertujuan untuk menarik minat pengunjung dan meningkatkan penjualan selama expo.

Hasil dan Dampak

1. Peningkatan penjualan selama expo

Salah satu hasil dari pelaksanaan Kalteng Expo 2023 adalah meningkatnya penjualan produk selama acara berlangsung. Berdasarkan data laporan, total omzet transaksi selama lima hari mencapai sekitar Rp7 miliar, dengan rata-rata penjualan sekitar Rp1,4 miliar per hari. Pencapaian ini bahkan melampaui target awal sebesar Rp6 miliar.

Peningkatan penjualan tersebut menunjukkan bahwa expo memiliki peran penting dalam mendorong daya beli masyarakat terhadap produk lokal, khususnya produk yang dihasilkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Industri Kecil dan Menengah (IKM). Selain itu, tingginya jumlah pengunjung yang mencapai sekitar 9.000 orang per hari juga menjadi faktor pendukung naiknya transaksi penjualan selama acara.

Dengan demikian, Kalteng Expo 2023 tidak hanya berfungsi sebagai ajang promosi, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha serta menjadi langkah penting dalam mendukung pemulihan ekonomi

daerah pasca pandemi.

2. Penambahan relasi bisnis atau mitra

Pelaksanaan Kalteng Expo 2023 tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memberikan manfaat dalam memperluas jaringan bisnis atau mitra bagi pelaku usaha. Kegiatan ini menjadi wadah interaksi langsung antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Industri Kecil dan Menengah (IKM) dengan berbagai pihak, seperti pembeli, investor, dan instansi terkait.

Menurut laporan kegiatan, expo ini bertujuan untuk menciptakan ruang interaksi bisnis dan membangun kerja sama yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan pihak lain, sekaligus membuka peluang investasi di daerah (Laporan Kalteng Expo 2023). Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM dan IKM dapat memperluas jaringan usaha, menjalin komunikasi dengan calon mitra, serta meningkatkan peluang kerja sama bisnis di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa expo memberikan dampak tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan usaha secara berkelanjutan.

3. Peningkatan awareness produk lokal

Pelaksanaan Kalteng Expo 2023 juga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk-produk lokal. Melalui kegiatan ini, berbagai produk istimewa dari daerah dipajang langsung kepada masyarakat, sehingga masyarakat semakin mengenal dan tertarik dengan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah serta industri kecil dan menengah.

Berdasarkan laporan kegiatan, tujuan dari expo ini adalah untuk mempromosikan produk unggulan daerah dan memupuk rasa cinta masyarakat terhadap produk dalam negeri (Laporan Kalteng Expo 2023). Dengan demikian, kegiatan tersebut tidak hanya berdampak pada penjualan, tetapi juga membantu dalam membangun citra serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pada produk lokal.

Kendala yang Dihadapi

- Keterbatasan SDM atau anggaran

Keterbatasan jumlah panitia dan tenaga pendukung selama pelaksanaan expo. Hal ini mempengaruhi efektivitas koordinasi di lapangan. Selain itu, keterbatasan anggaran berdampak pada fasilitas dan pelayanan yang belum maksimal, seperti pengelolaan kebersihan dan kenyamanan area kegiatan.

- Persaingan antar produk

Banyaknya pelaku usaha yang terlibat dalam expo meningkatkan tingkat persaingan. Produk yang sejenis membuat pelaku usaha harus bersaing dalam

menarik perhatian pengunjung. Pelaku usaha yang tidak memiliki keunggulan produk atau strategi promosi yang kuat cenderung kurang diminati.

- Kurangnya pemahaman digital marketing

Sebagian pelaku UMKM dan IKM masih mengandalkan promosi langsung selama expo. Pemanfaatan media digital seperti media sosial dan marketplace belum optimal. Hal ini membatasi jangkauan promosi dan peluang pengembangan pasar setelah kegiatan expo selesai.

- Kendala teknis saat event berlangsung

Laporan juga mencatat adanya kendala teknis seperti penataan parkir yang belum tertata, kebersihan area yang perlu ditingkatkan, serta koordinasi antar panitia yang belum optimal. Kendala ini mempengaruhi kenyamanan pengunjung dan kelancaran kegiatan secara keseluruhan.

Perbandingan Strategi Dengan Teori yang Digunakan

Strategi yang diterapkan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian dalam pelaksanaan Kalteng Expo 2023 sejalan dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya promosi dan perluasan pasar dalam meningkatkan penjualan serta memperkenalkan produk kepada masyarakat. Menurut teori pemasaran, kegiatan pameran atau expo merupakan salah satu media promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen, membangun hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan citra produk di pasar. Hal ini terlihat dalam pelaksanaan Kalteng Expo yang menjadi sarana promosi produk unggulan UMKM/IKM Kalimantan Tengah agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Selain teori pemasaran, strategi yang diterapkan juga berkaitan dengan teori operasional. Teori operasional menekankan pentingnya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam mencapai tujuan kegiatan secara efektif dan efisien. Dalam pelaksanaan Kalteng Expo 2023, Disdagperin melakukan pengelolaan kegiatan secara terstruktur mulai dari persiapan stand pameran, pengaturan jadwal acara, koordinasi dengan peserta UMKM/IKM, hingga penyediaan hiburan pendukung untuk menarik pengunjung. Pengelolaan operasional yang baik tersebut mendukung kelancaran kegiatan expo sehingga tujuan promosi dan peningkatan daya saing produk lokal dapat tercapai secara optimal.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, Kalteng Expo 2023 menjadi salah satu strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam mendorong daya saing produk unggulan daerah pasca pandemi. Strategi yang dilakukan meliputi fasilitasi stand bagi UMKM dan IKM, promosi produk unggulan daerah, kerja sama dengan

berbagai pihak, serta penyelenggaraan kegiatan pendukung yang mampu menarik minat masyarakat. Kegiatan expo tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi sarana interaksi bisnis antara pelaku usaha, konsumen, dan investor.

Pelaksanaan Kalteng Expo 2023 memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan promosi produk lokal. Berdasarkan laporan kegiatan, total omzet selama pelaksanaan expo mencapai sekitar Rp7 miliar dengan jumlah pengunjung sekitar 9.000 orang per hari. Hal ini menunjukkan bahwa expo mampu meningkatkan aktivitas ekonomi serta memperluas pengenalan produk UMKM dan IKM Kalimantan Tengah kepada masyarakat. Selain itu, kegiatan ini juga membantu memperkuat branding dan daya saing produk lokal di tengah persaingan pasar.

Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan SDM dan anggaran, persaingan antar produk, kurangnya pemahaman digital marketing, serta kendala teknis selama kegiatan berlangsung. Kendala tersebut menjadi bahan evaluasi agar pelaksanaan expo berikutnya dapat berjalan lebih optimal dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi pelaku usaha daerah.

Saran

Saran untuk Disdagperin; Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah diharapkan dapat meningkatkan pembinaan dan pelatihan bagi pelaku UMKM dan IKM, khususnya dalam bidang digital marketing, branding, dan inovasi produk. Selain itu, koordinasi pelaksanaan kegiatan perlu ditingkatkan agar kendala teknis selama expo dapat diminimalkan.

Saran untuk pelaku UMKM; Pelaku UMKM dan IKM diharapkan lebih aktif meningkatkan kualitas produk, kemasan, dan strategi pemasaran agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial dan marketplace juga perlu ditingkatkan agar promosi produk tidak hanya bergantung pada kegiatan expo.

Saran untuk event expo berikutnya; Pelaksanaan expo berikutnya diharapkan dapat menghadirkan lebih banyak inovasi kegiatan, memperluas kerja sama dengan investor dan marketplace, serta meningkatkan fasilitas dan kenyamanan pengunjung. Dengan demikian, expo dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap pengembangan ekonomi daerah dan peningkatan daya saing produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *ILMIAH KOMUNIKASI MAKNA*, 8(2), 87–98. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/jikm.8.2.87-98>

Handayani, A. D. (2023). DIGITALISASI UMKM : PENINGKATAN KAPASITAS

- MELALUI PROGRAM LITERASI DIGITAL. *SIGNAL*, 11(1).
- Pakpahan, A. K. (2020). *COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 20(April).
- Pangkey, I. S. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN EVENT ORGANIZER ONET TWENTY ONE ORGANIZER DESA SUWAAN MINAHASA UTARA PROVINSI SULAWESI UTARA*.
- Setiawati, D., Wahyono, A., & Pratiwi, Y. N. D. (2024). *Digitalisasi usaha kecil melalui website umkm sebagai upaya memperluas jaringan (studi kasus pada kwt azalea farm boyolali)*. 15(2), 60–68.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52972/hoaq.vol15no2.p60-68>
- Sulistiyani, Pratama, A., & Setiyanto. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31–39.
- Thaha, A. F. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *BRAND*, 2(1).
- Timbuleng, S., Tumbel, A. L., & Lintong, D. C. A. (2021). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (STUDI KASUS PADA FRISKA BEAUTY STUDIO TOMOHON). *EMBA*, 9(2), 1178–1184.
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BENTENAN CENTER SONDER MINAHASA. *EMBA*, 2(3), 1737–1749.
- Wowor, B. M. E., Kindangen, P., & Pondaag, J. (2020). ANALISIS DAYA SAING PRODUK PADA USAHA KECIL MENENGAH THE MANGO MANADO. *EMBA*, 8(4), 538–548.