

Optimalisasi UMKM dengan Revitalisasi Kawasan Perdagangan Citra Niaga di Kota Samarinda

Optimizing MSMEs by Revitalizing the Citra Niaga Trading Area in Samarinda City

Nurwulan Depriatin¹, Maulida Fitri², Normalinda³, Yesi Aprianti^{1✉},
Andra Sulindrina⁴

Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉Corresponding author: yesi.aprianti@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Citra Niaga merupakan kawasan perdangan yang di khususkan untuk menyediakan souvenir khas Kota Samarinda. Pelayanan Pemerintah dalam mendukung UMKM Citra Niaga adalah dengan melakukan revitalisasi yang diharapkan sebagai upaya strategis untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik kawasan perdagangan. Kegiatan dilakukan untuk memberikan sosialisasi kepada UMKM untuk optimalisasi usaha pasca revitalisasi, yaitu dengan pemanfaatan tepat guna sarana publik yang dibangun. Sosialisasi dilakukan berbasis diskusi identifikasi kebutuhan UMKM, pemanfaatan fasilitas publik dan sistem pengelolaan kawasan citra niaga. Hasil kegiatan menekankan pada kolaborasi UMKM dengan pengelola citra niaga, dimana pentingnya integrasi manajemen parkir yang efektif; pemanfaatan dan pemeliharaan toilet umum dan kolaborasi UMKM dalam penyediaan kebutuhan konsumen. Rekomendasi strategis meliputi penerapan sistem parkir elektronik, penataan tata ruang yang mendukung, serta edukasi dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Dengan pendekatan holistik tersebut, revitalisasi citra niaga dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pengembangan ekonomi lokal dan keberlanjutan UMKM di Samarinda.

Abstract

Citra Niaga is a trading area dedicated to providing souvenirs typical of Samarinda City. Government services in supporting Citra Niaga MSMEs include revitalization, which is expected to be a strategic effort to increase the competitiveness and attractiveness of the trading area. Activities were carried out to provide outreach to MSMEs on post-revitalization business optimization, namely through the appropriate use of constructed public facilities. The outreach was based on discussions identifying MSME needs, utilizing public facilities, and the Citra Niaga area management system. The results of the activities emphasized collaboration between MSMEs and Citra Niaga managers, highlighting the importance of effective parking management integration; the use and maintenance of public restrooms; and MSME collaboration in meeting consumer needs. Strategic recommendations include the implementation of an electronic parking system, supportive spatial planning, and education and collaboration between the government, businesses, and the community. With this holistic approach, the revitalization of Citra Niaga can contribute significantly to local economic development and the sustainability of MSMEs in Samarinda.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Nurwulan Depriatin, Maulida Fitri, Normalinda, Yesi Aprianti, Andra Sulindrina.

Article history

Received 2025-05-07

Accepted 2025-08-20

Published 2025-09-30

Kata kunci

Revitalisasi Kawasan
Perdagangan;
Fasilitas Publik;
Pengembangan
Ekonomi Lokal.

Keywords

Trade Area
Revitalization;
Public Facilities;
Local Economic
Development.

1. Pendahuluan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) didefinisikan sebagai unit usaha produktif yang independen atau berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha di seluruh sektor ekonomi. (Chalim et al., 2022). UMKM sendiri diatur oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Tujuan utama dari undang-undang ini adalah untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah (UMKM) sebagai bagian penting dari ekonomi rakyat, meningkatkan peran mereka dalam struktur perekonomian nasional, dan menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan. Undang-undang ini dibuat sebagai pengganti Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, yang sebelumnya hanya mengatur usaha kecil. Dengan demikian, UMKM akan dapat memperoleh kepastian dan keadilan usaha. Kota Samarinda adalah pusat perdagangan dan jasa di Kalimantan Timur, dan memberikan keuntungan bagi UMKM karena memiliki akses pasar yang luas dan permintaan yang tinggi. Jumlah usaha mikro di Samarinda sangat besar, dengan sebagian besar bergerak dalam industri kuliner, fashion, dan perdagangan. Berbagai sektor dapat memengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara, tetapi menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, sektor perdagangan adalah yang paling banyak memengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Tahun 2020, sektor perdagangan memiliki kemampuan untuk berkontribusi sebesar 13.20% terhadap perekonomian Indonesia, menurut Suhariyanto, Kepala Badan Pusat Statistik (BPS). (Ajheng et al., 2022).

Dalam perspektif perkembangannya, UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar, Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. UMKM dapat diklasifikasikan menjadi: Kegiatan Penghidupan mewakili berbagai bentuk UMKM yang berfungsi sebagai jalan untuk menghasilkan lapangan kerja dan rezeki pendapatan, sering disebut sebagai sektor informal. Usaha Mikro dicirikan sebagai bagian dari UMKM yang menunjukkan ciri-ciri artisanal tetapi belum mengembangkan disposisi kewirausahaan yang lengkap. Enterprise Kecil Dinamias (Small Dynamic Enterprise) mewujudkan UMKM yang memiliki etos kewirausahaan dan mampu melakukan tugas subkontrak serta terlibat dalam kegiatan ekspor. Fast Moving Enterprise diklasifikasikan sebagai UMKM yang menunjukkan pola pikir kewirausahaan dan siap untuk transisi ke operasi bisnis skala yang lebih besar. (Ade Raselawati et al, 2011).

Optimalisasi UMKM di Kota Samarinda dilakukan Pemerintah, dengan melakukan revitalisasi pada kawasan perdagangan citra niaga. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), revitalisasi adalah proses, cara, atau perbuatan menghidupkan atau menggiatkan kembali. Menurut Rizky et. al., (2022) Revitalisasi sering digunakan dalam konteks perkotaan untuk meningkatkan nilai lahan atau area melalui pembangunan kembali, sehingga dapat meningkatkan fungsi area sebelumnya. Menurut PU Permen No. 18 Tahun 2010 tentang Pedoman Revitalisasi Daerah, revitalisasi merupakan upaya strategis yang bertujuan untuk meningkatkan nilai lahan melalui pembangunan kembali suatu daerah, sehingga menambah kapasitas operasional daerah yang telah ditetapkan sebelumnya. Sementara menurut Departemen Permukiman dan Prasarana Wilayah Kementerian PUPR, revitalisasi adalah rangkaian upaya menghidupkan kembali kawasan yang cenderung mati (Elmy Tasya Khairally, 2023). Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pasal 19, inisiatif penting yang dilakukan dalam konteks kemajuan bisnis, khususnya mengenai UMKM, melibatkan peningkatan sumber daya manusia melalui promosi dan pengembangan semangat kewirausahaan, bersamaan dengan pembentukan dan pengembangan lembaga pendidikan dan pelatihan yang bertujuan memfasilitasi pendidikan, pelatihan, penjangkauan, motivasi, dan inovasi dalam bisnis, serta pembinaan usaha wirausaha baru. Revitalisasi memerlukan keterlibatan masyarakat. Keterlibatan bukan hanya ikut serta untuk mendukung formalitas yang memerlukan partisipasi masyarakat; masyarakat yang terlibat adalah masyarakat dalam arti luas, bukan hanya masyarakat di lingkungan tersebut. Tujuan revitalisasi kawasan yaitu untuk meningkatkan vitalitas kawasan lama melalui usulan dan pelaksanaan program yang dapat meningkatkan kualitas ruang publik dan memuaskan wisatawan.

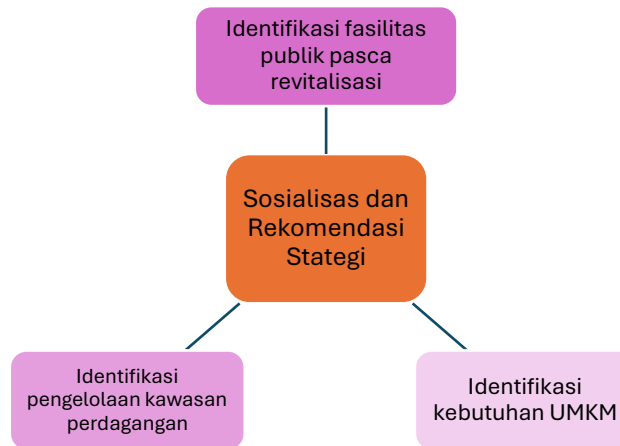
Revitalisasi kawasan untuk peningkatan UMKM telah dikaji misalnya oleh (Faraswacyen et al., 2018) tentang pemberdayaan UMKM dalam revitalisasi kampung tekstil di Pasar Cipadu yang menunjukkan bahwa revitalisasi dapat dilakukan melalui perbaikan sarana dan prasarana serta pengelompokan UMKM dengan konsep *cluster industry*. Hal tersebut didukung oleh hasil kajian (Aziezy et al., 2024) yang lebih kompleks melihat inovasi digital yang juga dapat memainkan peran penting dalam revitalisasi UMKM, terutama dalam meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas pasar seperti yang dijabarkan dalam penelitian yang mereka lakukan di Desa Waluyo.

Revitalisasi juga ditujukan untuk pemberdayaan ekonomi lokal yang difokuskan kepada peningkatan fasilitas (Deswita Putri et al., 2025). Citra Niaga merupakan salah satu kawasan perdagangan yang memiliki nilai historis dan peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi lokal terus mendapatkan revitalisasi oleh Pemerintah Samarinda. UMKM pada Citra Niaga memiliki ciri khas untuk penyediaan souvenir khas Kota Samarinda. UMKM yang menjadi fokus utama dalam revitalisasi kawasan Citra Niaga di Samarinda, dengan penyediaan ruang usaha yang lebih representatif dan fasilitas yang memadai (Marga Rahayu, 2025). Sejak berdirinya kawasan ini menjadi tempat berkumpulnya berbagai jenis usaha yang melayani kebutuhan masyarakat setempat. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Citra Niaga menghadapi tantangan berupa penurunan daya tarik akibat kondisi infrastruktur yang kurang memadai, tata ruang yang tidak teratur, serta persaingan dari pusat perbelanjaan modern. Hal ini berdampak langsung pada keberlangsungan usaha para pelaku UMKM yang bergantung pada aktivitas ekonomi di kawasan tersebut. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Pemerintah Kota Samarinda mengambil langkah strategis dengan melakukan revitalisasi Citra Niaga. Revitalisasi ini mencakup perbaikan infrastruktur fisik, pembangunan taman sebagai ruang publik, serta penataan kawasan agar lebih estetik dan nyaman bagi pengunjung. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke Citra Niaga sekaligus mendukung perkembangan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi lokal. Namun, perubahan besar yang terjadi akibat revitalisasi juga membawa tantangan baru bagi pelaku UMKM, seperti persaingan usaha yang semakin ketat, serta kebutuhan untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang baru.

Kegiatan bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh revitalisasi Citra Niaga terhadap UMKM di Samarinda dengan melakukan identifikasi kebutuhan fasilitas publik dari pelaku usaha dan pengunjung. Pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan pelaku UMKM digunakan untuk menggali pengalaman mereka secara langsung terkait dampak revitalisasi. Hasil identifikasi dijadikan dasar kepada pengelola kawasan untuk sinergi pemanfaatan kawasan perdagangan, dan merumuskan kebijakan lanjutan yang lebih efektif untuk mendukung keberlanjutan usaha para pelaku UMKM di tengah perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademis tetapi juga relevansi praktis bagi pengembangan ekonomi lokal di Samarinda.

2. Metode

Kegiatan berbasis identifikasi dan sosialisasi secara kualitatif yang berfokus untuk menganalisis kegiatan revitalisasi Citra Niaga terhadap UMKM di Samarinda. Objek penelitian yang digunakan adalah kawasan Citra Niaga di Samarinda, sedangkan subjek penelitian adalah pelaku UMKM yang beroperasi di kawasan tersebut. Dengan alir kegiatan sebagai berikut.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan

Tempat penelitian dilakukan di Citra Niaga yang berlokasi di Jl. Citra Niaga, Pelabuhan, Kecamatan Samarinda Kota, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Waktu pelaksanaan wawancara/identifikasi dengan pedagang dan pengunjung Citra Niaga dilakukan pada tanggal 14 Maret 2025, sedangkan wawancara/sosialisasi dengan pengelola Citra Niaga dilakukan pada tanggal 10 April 2025.

Metode wawancara untuk mengidentifikasi efektif untuk memperoleh wawasan yang lebih tentang pandangan, pengalaman, serta pemahaman individu terkait fenomena yang sedang diteliti. Selanjutnya pada pengelola citra niagar dilakukan pertukaran informasi untuk menggali bagaimana pelaku UMKM melihat perubahan citra niaga yang diterapkan pada usaha mereka dan bagaimana perubahan tersebut berdampak terhadap keberlanjutan serta perkembangan usaha mereka. Metode ini menjadi cara untuk menyusun rekomendasi untuk peningkatan UMKM pada kawasan citra niaga.

3. Hasil dan Pembahasan

Pemerintah Kota (Pemkot) Samarinda telah mempercepat revitalisasi kawasan di Citra Niaga sejak tahun 2023. Ini merupakan langkah strategis untuk menambah daya tarik wisata dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Selama bertahun-tahun, Citra Niaga telah menjadi langganan oleh-oleh khas Kalimantan bagi wisatawan dengan tampilan yang kini lebih menarik dan modern. Tujuan utama dari revitalisasi ini adalah untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan pedagang, mengatasi masalah keamanan seperti premanisme, dan memperbaiki tata kelola dan kebersihan lapak dagang. Diharapkan juga dengan revitalisasi ini, Citra Niaga dapat menjadi pusat bisnis modern dan menarik wisatawan dengan konsep *city walk* yang ramah pejalan kaki.

Revitalisasi ini mencakup perbaikan drainase, pelebaran trotoar, dan pembuatan jalur *pedestrian* yang nyaman di sisi Jalan Niaga Utara dengan lantai bercorak Ulap Doyoq khas dari Kalimantan untuk menambah daya tarik pengunjung. Langkah ini tidak hanya memperindah kawasan, tetapi juga mempertahankan identitas lokal yang khas (Arumanto, 2024). Jalan yang direvitalisasi diharapkan membuat para pengunjung nyaman untuk berjalan-jalan di kawasan Citra Niaga serta jalur ini juga didesain ramah untuk disabilitas. Selain itu, fasad bangunan diperbarui untuk menjadikannya lebih seragam dan menarik. Untuk menciptakan suasana asri dan nyaman, penataan ruang publik juga dilengkapi dengan taman dan tanaman hijau. Jalanan yang ada disekitar kawasan Citra Niaga pun diperbaiki agar para pengunjung dari lokal maupun luar daerah merasa nyaman saat melewati jalan tersebut dan tertarik untuk singgah dan membeli ataupun hanya melihat kawasan Citra Niaga. Penambahan fasilitas umum seperti toilet yang akan menambah kenyamanan para pengunjung yang ingin datang ke kawasan Citra Niaga, juga pembangunan tempat ibadah seperti mushola agar pengunjung maupun pedagang lebih dekat dan nyaman untuk beribadah (MAF, 2025).

Program revitalisasi yang ada di Citra Niaga dasarnya belum berdampak terhadap pendapatan pedagang yang terlihat dari faktor-faktor ekonomi. Pengelompokan dampak revitalisasi berdasarkan hasil wawancara dengan UMKM adalah:

1) Faktor Penjualan:

Dalam konteks bisnis, penjualan adalah proses pertukaran produk atau jasa dari perusahaan kepada konsumen, yang mencakup tindakan seperti penetapan harga, distribusi, dan pembayaran. Penjualan dalam hal ini didefinisikan sebagai suatu transaksi jual beli yang melibatkan dua belah pihak atau lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah. Perkembangan penjualan di Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda dapat dilihat dari banyaknya jumlah transaksi sebelum dan sesudah dilakukannya program revitalisasi. Menurut beberapa penjual yang diwawancarai, revitalisasi dapat meningkatkan jumlah pengunjung, namun terkhusus pada UMKM souvenir masih terjadi penurunan jumlah transaksi dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. secara umum, rata-rata jumlah transaksi dalam satu hari sebanyak sepuluh transaksi terjadi setiap hari.

2) Faktor Penghasilan

Penghasilan adalah total uang yang diterima seseorang atau perusahaan setelah dikurangi biaya dan pengeluaran lainnya. Dalam keuangan, penghasilan biasanya disebut pendapatan bersih atau neto. Ini menunjukkan kemampuan untuk mempertahankan sebagian dari pendapatan sambil memenuhi kebutuhan dasar dan pengeluaran rutin. Hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa program revitalisasi kawasan Citra Niaga Kota Samarinda menurunkan pendapatan mereka. Hal ini sejalan dengan penurunan jumlah transaksi penjualan.

3) Faktor Keuntungan

Keuntungan dicapai dengan mengurangi semua pengeluaran dari pendapatan perusahaan. Dengan menggunakan keuntungan ini, pemilik perusahaan dapat menyimpan uang tunai, memberikan dividen kepada pemegang saham, atau menginvestasikannya kembali ke perusahaan. Dengan melihat perbedaan antara pendapatan pedagang sebelum dan sesudah program revitalisasi Citra Niaga, kita dapat mengetahui bahwa keuntungan pedagang di wilayah Citra Niaga telah menurun. Setelah melakukan wawancara dengan para pedagang dan menghitung pendapatan rata-rata dari semua pedagang yang ada, ternyata menurunkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dengan menurunkan pendapatan mereka. Keuntungan bulanan dan tahunan menurun, seperti yang ditunjukkan oleh perbedaan keuntungan sebelum dan sesudah revitalisasi. (Hasil wawancara dengan pedagang yang ada di Citra Niaga, 2025)

Dari uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa revitalisasi Citra Niaga di Samarinda memberikan belum memberikan dampak yang beragam terhadap pelaku UMKM, terutama pedagang souvenir yang beroperasi di kawasan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, dapat dilihat bahwa revitalisasi Citra Niaga meskipun secara fisik memberikan wajah baru yang lebih tertata dan modern, namun belum mampu menjawab secara menyeluruh kebutuhan ekonomi para pelaku UMKM di kawasan tersebut. Banyak pelaku UMKM di Citra Niaga merasa bahwa perubahan tata letak, relokasi lapak, hingga sistem penataan baru justru membuat mereka kehilangan pelanggan lama, karena lokasi menjadi kurang strategis atau tidak lagi mudah diakses seperti sebelumnya. hal ini didukung dalam pernyataan (Defrico Alfian Saputra, 2023) harian kompas, dimana adanya Pedagang Citra Niaga mengeluh tentang penurunan jumlah pengunjung dan pendapatan. Khususnya mengenai lahan parkir yang membuat para pelanggan lama enggan untuk membeli produk UMKM di Citra Niaga lagi dengan alasan susah nya akses parkir langsung ke toko. Pedagang menyatakan bahwa warga lokal Samarinda sudah terbiasa untuk berbelanja di kawasan Citra Niaga yang langsung parkir di depan toko yang diminati, namun setelah dilakukannya revitalisasi para warga lokal Samarinda harus beradaptasi dengan jauhnya jarak lahan parkir toko yang dituju. Mengakibatkan menurunnya minat warga lokal untuk berbelanja di kawasan Citra Niaga. Identifikasi permasalahan selanjutnya berada pada tingkat regenerasi usaha yang rendah karena generasi muda tidak ingin melanjutkan usaha orang tua mereka, serta kesulitan mendapatkan produk yang dapat dijual (Yuliana Ashari, 2024).

Revitalisasi yang tidak dibarengi dengan strategi promosi dan pengembangan kawasan yang menyeluruh. Minimnya kegiatan promosi, event budaya, dan integrasi antara kawasan perdagangan dengan sektor wisata membuat Citra Niaga belum menjadi magnet kunjungan baru. Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata lokal, kawasan seperti Citra Niaga sangat berpotensi menjadi pusat interaksi ekonomi, seni, dan budaya jika dikelola secara terpadu. Dalam identifikasi yang dilakukan, pedagang menyatakan kurang mendapatkan pelatihan atau akses informasi yang memadai, sehingga kesulitan mengikuti ritme perubahan sistem pengolahan kawasan, maupun optimalisasi hasil penjualan.

Berdasarkan dari wawancara dengan beberapa pengunjung, pengunjung dari luar daerah mulai tertarik untuk berkunjung ke kawasan Citra Niaga setelah dilakukannya revitalisasi karena ingin melihat secara langsung bagaimana citra niaga setelah di revitalisasi. Namun banyaknya pengunjung dari luar daerah tidak sebanding dengan warga lokal yang memang sudah terbiasa dengan kawasan Citra Niaga yang lama yaitu yang lebih efisien waktu dibandingkan dengan estetika. Warga lokal lebih memilih untuk datang ke pusat perbelanjaan yang lebih efisien waktu dan tenaga dibandingkan dengan datang ke kawasan Citra Niaga yang sekarang menurut mereka tidak efisien. Oleh, karena itu meskipun banyaknya pengunjung yang datang, namun para pedagang tetap banyak yang tutup karena warga lokal masih belum terbiasa dengan kawasan Citra Niaga yang baru.

Sejak awal tahun 2020, sekelompok pelaku usaha kuliner yang masih berusia muda membuka gerai di Citra Niaga. Citra Niaga kemudian menjadi sebuah tempat nongkrong yang selalu ramai setiap malam (Fachrizal Muliawan, 2020). Bukan karena dampak dari revitalisasi, namun kenaikan jumlah pedagang di Citra Niaga disebabkan karena banyaknya usaha perkopian yang masuk ke kawasan Citra Niaga. Tercatat ada 20 cafe yang bergabung untuk meramaikan kembali kawasan Citra Niaga (Ajheng et al., 2022). Setelah revitalisasi, jumlah pengunjung memang meningkat, terutama dari kalangan lokal, namun daya beli masyarakat masih rendah sehingga omset pedagang belum naik secara signifikan. Selain itu, pengunjung cenderung datang untuk bersantai atau berfoto, bukan untuk bertransaksi, sehingga penjualan pedagang tidak meningkat (Redaksi, 2024). Selain itu terdapat ketimpangan pada jumlah pengunjung yang dimana pengunjung lebih memilih untuk datang ke area usaha baru yaitu kedai kopi dibandingkan datang ke toko *souvenir* khas Kalimantan.

Hasil tersebut telah dikordinasikan dengan pengelola citra niaga. Diperlukan optimalisasi terutama pada pelayanan tambahan kepada wisatawan luar. Di kawasan Citra Niaga juga belum terdapat *Tourism Information Center* yang berupa penjelasan langsung dan juga sarana pelayanan tambahan lainnya (Sulistiawan, 2020).



Gambar 2. Sinergi Hasil identifikasi dengan pengelola Citra Niaga

Optimalisasi UMKM dengan Revitalisasi Kawasan Perdagangan

Berbasis kegiatan identifikasi yang dilakukan, rekomendasi kebijakan yang bisa dilakukan oleh pemerintah atau pengelola citra niaga adalah:

- 1) Dalam upaya menyediakan parkir tambahan bagi masyarakat, pemerintah dan pengelola wilayah dapat memanfaatkan ruang parkir yang masih tersedia di tempat lain, seperti Ex Plaza 21. Dinas Perhubungan Samarinda sudah menyarankan hal ini untuk mengurangi parkir liar dan tata letak yang tidak teratur di Citra Niaga.
- 2) Mengadopsi sistem manajemen parkir berbasis teknologi, seperti sistem reservasi parkir, pembayaran QR code, dan kamera pengenalan plat nomor, untuk mengoptimalkan manajemen dan pengawasan parkir. Sistem ini memiliki kemampuan untuk meningkatkan keamanan, mengurangi biaya manajemen, dan menyediakan data analitik untuk peningkatan berkelanjutan.
- 3) Membangun kemitraan antara pemerintah dan pemilik lahan swasta untuk memanfaatkan lahan kosong sebagai area parkir resmi melalui skema kerja sama pemerintah dan badan usaha (KPBU) atau kerja sama pemerintah dan swasta (KPS). Pendekatan ini dapat memperluas kapasitas parkir tanpa harus membeli lahan baru.
- 4) Pengelola area Citra Niaga bisa mengadakan *event-event* yang bisa menyesuaikan sesuai musim-musim tertentu seperti festival kuliner untuk meningkatkan daya tarik masyarakat di Samarinda maupun di luar daerah.
- 5) Kerjasama pemerintah daerah dengan hotel untuk pemberian informasi keberadaan citra niaga pada wisatawan. Serta penambahan sarana *Tourism Information Center* yang berupa penjelasan langsung dan juga sarana pelayanan tambahan lainnya.
- 6) Meningkatkan estetika standar 2025 kawasan citra niaga agar dapat mudah dikenali seperti penambahan warna-warna ruko, gedung, dan odah menjadi lebih menarik.
- 7) Penambahan fasilitas taman bermain untuk anak-anak karna Citra Niaga setelah di revitalisasi adalah tempat wisata, wastafel, dan lightning yang menarik agar anak muda bisa berkumpul dengan positif dan pemandangan indah.
- 8) Dibangunnya kawasan hijau karena minimnya tempat berteduh yang ada di kawasan Citra niaga mengakibatkan pengunjung malas untuk datang.
- 9) Di era digitalisasi seperti sekarang ini pemerintah dapat memberikan ruang untuk pengunjung maupun pedagang yang ingin memberikan saran dan masukan untuk pengembangan kawasan Citra Niaga dengan cara setiap sudut yang ada diberikan *bar code* yang terhubung langsung dengan pengelola kawasan Citra Niaga.

4. Simpulan

Revitalisasi Citra Niaga di Samarinda memberikan pengaruh yang beragam pada UMKM di wilayah tersebut. Revitalisasi ini meningkatkan daya tarik estetika dan daya pikat lokalitas, sehingga menarik masuknya pengunjung yang lebih besar dan menciptakan peluang bisnis baru bagi UMKM kuliner. Pengaturan spasial area telah beralih ke desain yang lebih kontemporer dan nyaman, menampilkan trotoar dan ruang publik yang diperbarui, yang akibatnya menumbuhkan rasa nyaman di antara pengunjung dan pemilik bisnis. Selain itu, revitalisasi memfasilitasi UMKM dalam mengakses prospek ekonomi melalui jalan seperti infus modal, program pelatihan, pendampingan, dan peningkatan branding dan inisiatif pemasaran digital. Peningkatan ini dapat menyebabkan peningkatan kualitas produk dan layanan mereka, serta perluasan jangkauan pasar mereka. Namun revitalisasi belum mampu meningkatkan pengembangan pada UMKM sektor ekonomi kreatif daerah seperti souvenir, kriya dan penjualan kain/sarung samarinda. Adanya keterbatasan pada fasilitas parkir menimbulkan ketidaknyamanan bagi pelanggan, menghambat mobilitas, dan mengurangi minat pengunjung di zona komersial. Penyediaan fasilitas parkir yang memadai dan terorganisir secara sistematis diperkirakan akan secara signifikan meningkatkan kenyamanan pengunjung dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Dengan menerapkan solusi yang tepat, revitalisasi Citra Niaga dapat dijalankan secara optimal, sehingga memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi usaha kecil di Samarinda.

Daftar Pustaka

- Ade Raselawati, O., & Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, J. (2011). Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ukm Di Indonesia.
- Ajheng, R., Syativa, O., Kusuma, A. R., & Rande, S. (2022). EFEKTIVITAS REVITALISASI KAWASAN CITRA NIAGA KOTA SAMARINDA.
- Arumanto. (2024). Pemkot Samarinda komitmen pertahankan identitas lokal di Citra Niaga. ANTARAKALTIM. <https://kaltim.antaranews.com/berita/204720/pemkot-samarinda-komitmen-pertahankan-identitas-lokal-di-citra-niaga>
- Aziezy, E., Pahlevi, A., Ramadhan, S., Saputra, A. A., Program,), Manajemen, S., Ekonomika, F., & Bisnis, D. (2024). Revitalisasi Bisnis UMKM di Desa Waluyo Melalui Inovasi Digital. 4(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i3.761>
- Chalim, M. A., Listyowati, P. R., Hanim, L., & Noorman, MS. (2022). PERAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN KOPERASI MODERN DAN UMKM BERDASARKAN PP NO. 7 TAHUN 2021. Audi Et AP: Jurnal Penelitian Hukum, 1(01), 21–29. <https://doi.org/10.24967/jaeap.v1i01.1490>
- Defrico Alfian Saputra. (2023). Dampak Revitalisasi, Pedagang Citra Niaga Keluhkan Penurunan Jumlah Pengunjung dan Omset Sebanyak 20 Persen. Kaltim Today. <https://kaltimtoday.co/dampak-revitalisasi-pedagang-citra-niaga-keluhkan-penurunan-jumlah-pengunjung-dan-omset-sebanyak-20-persen>
- Deswita Putri, R., Oktafiana Simbolon, L. B., Wandarizqa, N., & Pangestoeti, W. (2025). Analisis Dampak Revitalisasi Infrastruktur Publik dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal Melalui UMKM Kawasan Kota Lama Tanjungpinang. Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi, 8.
- Elmy Tasya Khairally. (2023). Apa yang Dimaksud Revitalisasi? Ini Pengertian, Aspek, Tujuan dan Contohnya. Detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6817422/apa-yang-dimaksud-revitalisasi-ini-pengertian-aspek-tujuan-dan-contohnya>
- Fachrizal Muliawan. (2020). Citra Niaga, Citra Kota yang Puluhan Tahun Terlupa hingga Berhasil Dibangunkan Kembali oleh Kaum Muda. Kaltimkece. <https://kaltimkece.id/historia/citra-niaga-citra-kota-yang-puluhan-tahun-terlupa-hingga-berhasil-dibangunkan-kembali-oleh-kaum-muda>
- Faraswacyen, D., Gaol, L., & Meidiyustiani, R. (2018). MODEL PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM REVITALISASI KAMPUNG TEKSTIL. 1. <http://jakarta.bisnis.com/read/20150309/383/>
- MAF. (2025). Revitalisasi Citra Niaga Demi Kenyamanan Pengunjung. PPID. <https://ppid.samarindakota.go.id/berita/berita-pembangunan/revitalisasi-citra-niaga-demi-kenyamanan-pengunjung>
- Marga Rahayu. (2025). Pemkot Samarinda Terus Benahi Kawasan Citra Niaga. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/wisata/1261860/pemkot-samarinda-terus-benahi-kawasan-citra-niaga>
- nitahernita,+3.+1680-Article+Text-7051-1-2-20211118_Alya+Ilham+Rizky_IAIN+Syeck+Nurjati+Cirebon_361-376. (n.d.).
- Redaksi. (2024). Revitalisasi Citra Niaga Belum Sepenuhnya Memikat Pengunjung. Kliksamarinda.Com. <https://kliksamarinda.com/revitalisasi-citra-niaga-samarinda-belum-sepenuhnya-memikat-pengunjung/>
- Sulistiawan, A. H. (2020). Redesain Pusat Cindera Mata Di Kawasan Wisata Budaya Citra Niaga Samarinda Dengan Pendekatan Regionalisme. 1–251.
- Yuliana Ashari. (2024). Paska Direvitalisasi Pengunjung Citra Niaga Meningkat, tapi Omset Pedagang Belum Naik. Niaga Asia. <https://www.niaga.asia/paska-direvitalisasi-pengunjung-citra-niaga-meningkat-tapi-omset-pedagang-belum-naik/>