



## **UPAYA PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KEPUTRAN KEJAMBON II MELALUI WEB E-PEKEN SURABAYA**

**Isna Masmira Dwijayanti<sup>1\*</sup>, Budi Prabowo<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

\*E-mail: [21042010251@student.upnjatim.ac.id](mailto:21042010251@student.upnjatim.ac.id)

### **ABSTRAK**

Setelah pandemi Covid-19 berakhir, Pemerintah Kota Surabaya berupaya untuk membangun ulang perekonomian di Kota Surabaya yang mengalami pelemahan. Pemerintah Kota Surabaya berupaya dalam meningkatkan daya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebab dinilai sangat berpotensi memperbaiki perekonomian yang sedang melemah, untuk mengembangkan UMKM Kota Surabaya menjadi lebih besar lagi Pemerintah Kota Surabaya membuat suatu inovasi bagi pelaku UMKM. Pemerintah Kota Surabaya menciptakan platform digital sebagai sarana pemasaran secara online berupa web E-Peken. Adanya web ini dinilai sangat membantu oleh pelaku UMKM di Keputran Kejambon II dalam kegiatan usahanya. Metode yang diterapkan dalam penulisan artikel ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran suatu fenomena berdasarkan data dan informasi yang terperinci mengenai objek penelitian. Dampak dari pandemi Covid-19 termanifestasi dalam penurunan aktivitas ekonomi di Kota Surabaya, dengan adanya penurunan ini maka Pemerintah Kota Surabaya membuat suatu inovasi berupa web yang dapat membantu pelaku UMKM untuk menjangkau pelanggan lebih luas di seluruh wilayah Kota Surabaya. Web tersebut diberi nama E-Peken Kota Surabaya, dengan adanya web ini Pemerintah berharap pelaku UMKM dapat menjangkau pelanggan diluar daerahnya dan memudahkan transaksi antar penjual dan pembeli. Pelaku UMKM di Keputran Kejambon merasa dengan adanya Web ini produknya menjadi lebih dikenal oleh masyarakat diluar daerahnya. Web E-peken ini di atur dan diawasi oleh Pemerintah Kota Surabaya, maka dalam pelaksanaan kegiatan jual beli dalam web E-Peken Pemerintah dapat lebih mudah melakukan pengawasan yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi pelaku UMKM.

**Kata kunci:** web e-peken; pengembangan UMKM; peningkatan ekonomi; Keputran Kejambon II

## **EFFORTS TO DEVELOP MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSME) IN KEPUTRAN KEJAMBON II THROUGH THE E-PEKEN SURABAYA**

### **ABSTRACT**

Ending of the Covid-19 pandemic, the Surabaya City Government is striving to rebuild the weakened economy of Surabaya. The government is focusing on the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) as they are considered to have the potential to revive the struggling economy. To further expand the MSMEs in Surabaya, the Surabaya City Government has innovatively created a platform for MSME practitioners. This initiative comes in the form of a digital marketing platform known as the E-Peken website. This website has proven to be highly beneficial for MSME practitioners in the Keputran Kejambon II area in their business activities. The method employed in writing this article is the qualitative descriptive method, aiming to provide a comprehensive depiction of a phenomenon based on detailed data and information regarding the research subject. The impact of the Covid-19 pandemic is evident in the decline of economic activities in Surabaya. In response to this downturn, the Surabaya City Government introduced the E-Peken website as an innovative solution to assist MSME practitioners in reaching a broader customer base throughout the city. The website facilitates online marketing, and its implementation has been particularly advantageous for entrepreneurs in the Keputran Kejambon II area. Named E-Peken Kota Surabaya, the website serves as a platform for MSMEs to connect with customers beyond their localities and streamline transactions between sellers and buyers. The Surabaya City Government regulates and oversees this website, allowing for easier supervision of transactions within E-Peken, which can be used for evaluating the performance of MSME practitioners. MSME entrepreneurs in Keputran Kejambon have expressed that the website has increased the visibility of their products to a wider audience. The government's hope is that E-Peken will enable MSME practitioners to reach customers beyond their immediate areas and facilitate transactions efficiently. The government's involvement in monitoring and regulating the E-Peken website also allows for easier oversight and evaluation of MSME activities.

**Keywords:** E-peken website; development of MSME; economic improvement; Keputran Kejambon II



## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada badan usaha perorangan yang mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM memiliki peran yang sangat penting didalam mengembangkan perekonomian lokal dan berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja. Meskipun memiliki potensi untuk ekonomi nasional, banyak UMKM di setiap daerah yang kurang mendapatkan dukungan dalam hal kualitas dan pengetahuan sumber daya manusia, sehingga kontribusinya terhadap pengembangan masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan dianggap kurang maksimal dibandingkan dengan usaha besar (Prabowo & Gamaputra, 2023). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mendefinisikan UMKM sebagai suatu aktivitas ekonomi produktif yang dikelola oleh perseorangan, sesuai dengan ciri yang ditentukan didalam UU. Dalam pelaksanaan suatu kegiatan ekonomi adanya inovasi sangat dibutuhkan sebagai penerapan yang efektif UU tersebut. Pentingnya suatu inovasi bagi UMKM ini juga harus mendapat dukungan dari pemerintah. Pemerintah harus mengupayakan inovasi bagi pelaku UMKM sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman. Dalam hal ini, inovasi menjadi sangat penting untuk implementasi nyata undang-undang tersebut.

Pemerintah Kota Surabaya mengakui potensi besar beberapa UMKM dalam meningkatkan ekonomi. Untuk lebih mengembangkan UMKM ini dan beradaptasi dengan era digital, pemerintah secara inovatif memperkenalkan platform web E-Peken. Tujuan dari web E-Peken adalah untuk meningkatkan pengembangan UMKM dan menjawab kebutuhan digitalisasi. Keberadaannya diharapkan dapat memudahkan transaksi online antara penjual dan pembeli di Surabaya. Dengan berfungsi seperti normalnya platform e-commerce, E-Peken memungkinkan pembeli melihat tampilan produk, harga, dan ketersediaan barang. Website ini dirancang untuk menjadi jembatan komunikasi antara pembeli dan penjual (Yusmalina, 2023).

Web E-Peken mendapat sambutan hangat dari masyarakat. Awalnya wajib bagi pegawai negeri di Surabaya, kini website ini terbuka untuk umum, dengan lebih dari 1.737 pedagang terdaftar di situs web E-Peken Surabaya. Pemerintah daerah mengalokasikan minimal 40% dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) untuk mendukung dan mengembangkan sektor UMKM di Surabaya (detik.com, 2022). Langkah ini menjawab tantangan yang dihadapi UMKM di Surabaya selama pandemi sebelumnya. Dalam upaya mengembangkan UMKM di Surabaya, pemerintah daerah juga memberikan bimbingan kepada pelaku UMKM agar dapat menyesuaikan diri dengan era digital melalui penggunaan web E-Peken Surabaya.

Digitalisasi UMKM menjadi kunci penting agar mereka dapat bertahan dan tumbuh. Secara berkelanjutan, digitalisasi dapat memperluas skala bisnis dan pasar bagi UMKM. Pernyataan ini didasari fakta bahwa seiring perkembangan zaman, banyak orang lebih memilih berbelanja kebutuhan mereka melalui e-commerce karena dianggap lebih praktis dan cepat. Sayangnya, hanya sekitar 13% dari jumlah total 64 juta UMKM yang tercatat di Indonesia yang kini memilih untuk beralih ke platform digital (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Pemanfaatan internet yang semakin meningkat saat ini berbanding lurus dengan kehidupan sehari-hari, terutama dalam bidang pemasaran dan ekonomi (Ardiyanto, 2018). E-commerce menjadi bentuk implementasi teknologi yang meningkatkan daya saing dalam dunia bisnis. Sebelumnya, pembeli biasanya pergi langsung ke toko untuk berbelanja, dengan ketidakpastian ketersediaan produk. Namun, dengan transaksi online melalui e-commerce, proses antara penjual dan pembeli menjadi lebih praktis. Konsumen tidak harus pergi mendatangi toko secara langsung, membuat proses menjadi lebih praktis. Dengan e-commerce, pembeli juga dapat memeriksa ketersediaan barang yang akan dibeli, memungkinkan mereka beralih ke toko lain jika barang yang diinginkan ternyata habis. Manfaat e-commerce bagi pelaku UMKM termasuk peningkatan jangkauan konsumen, potensi peningkatan pendapatan, kontribusi pada Produk Domestik Bruto Daerah, serta partisipasi dalam membentuk ekosistem ekonomi yang merata di seluruh Indonesia (Arisandi, 2017).

## **METODE**

Metode yang diterapkan didalam penyusunan artikel penelitian ini yaitu tipe penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang menyajikan data tanpa manipulasi atau perlakuan tambahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran lengkap tentang suatu kejadian atau untuk mengungkap dan menjelaskan fenomena yang terjadi



(Rusandi & Rusli, 2020). Metode ini diterapkan untuk meneliti status suatu objek, kelompok manusia, kondisi, dan sistem pemikiran serta peristiwa yang akan terjadi (Rizal et al., 2022). Penelitian ini memfokuskan pada tahapan manajemen strategi, termasuk strategi peningkatan kemampuan finansial, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan pemasaran, serta strategi pengaturan dan pengendalian, sebagaimana dijelaskan oleh Sjarifudin (2015:16).

Ada dua jenis dari sumber data yang digunakan didalam penelitian ini, yakni data primer serta data sekunder. Data primer didapat langsung berasal responden melalui kuesioner, kelompok fokus, atau wawancara. Wawancara dilakukan dengan Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, Staf di jabatan Pengelola Data Dinas Koperasi Kota Surabaya, dan pengguna aplikasi E-Peken. Data sekunder, sementara itu, adalah informasi yang diperoleh tidak langsung melalui peraturan, dokumen resmi, dan laporan yang mendukung penelitian.

Sumber data dikumpulkan menggunakan 3 metode, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Observasi melibatkan pengamatan langsung fenomena terutama pada jabatan Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, Staf di jabatan Pengelola Data, dan pengguna aplikasi. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang relevan. Metode dokumentasi melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai dokumen seperti Rencana Strategis, Rencana Kerja, Standar Operasional Prosedur, dan dokumen lain yang mendukung penelitian.

Analisis data melibatkan pengumpulan, reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Data yang dikumpulkan melalui 3 metode, yakni dokumentasi, observasi, dan wawancara. Reduksi data melibatkan seleksi, penekanan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah. Penyajian data dilakukan melalui tabel coding sebagai bentuk penyajian hasil, dengan mengelompokkan informasi dari wawancara dengan beberapa narasumber. Verifikasi data dilakukan melalui diskusi tentang Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Surabaya didalam strateginya memberdayakan masyarakat UMKM melalui platform Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (Peken) di Kota Surabaya, dengan menyimpulkan berdasarkan hasil analisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pemberdayaan UMKM merujuk pada rangkaian inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, keterampilan, dan potensi ekonomi bagi para pelaksana UMKM. Tujuan dari pemberdayaan UMKM adalah untuk membantu pengusaha kecil agar dapat bersaing lebih efektif di pasar, meningkatkan produksi dan produktivitas, serta menciptakan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi lokal. Beberapa kegiatan pemberdayaan UMKM yang umumnya dilakukan melibatkan aspek-aspek berikut:

1. Pendidikan dan Pelatihan: Memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pelaku UMKM mengenai manajemen usaha, pemasaran, keuangan, teknologi, dan keterampilan lainnya yang diperlukan untuk mengelola usaha mereka dengan lebih baik.
2. Akses ke Keuangan: Meningkatkan akses pelaku UMKM ke layanan keuangan seperti pinjaman usaha, kredit mikro, atau dukungan keuangan lainnya guna membantu modal usaha dan pertumbuhan bisnis.
3. Pemasaran dan Promosi: Mendukung pemasaran produk UMKM, baik secara lokal maupun melalui platform online, dengan melibatkan strategi promosi, branding, dan dukungan dalam mengakses pasar yang lebih luas.
4. Teknologi dan Inovasi: Mendorong penerapan teknologi dalam operasional UMKM untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing, termasuk penggunaan platform e-commerce, digitalisasi proses bisnis, atau penerapan teknologi informasi lainnya.
5. Infrastruktur dan Sarana Produksi: Memberikan dukungan terhadap penyediaan infrastruktur dan sarana produksi yang diperlukan agar UMKM dapat mengoptimalkan kegiatan produksinya.
6. Jaringan dan Kemitraan: Membangun jaringan dan kemitraan antara UMKM, lembaga pemerintah, sektor swasta, dan lembaga lainnya untuk meningkatkan dukungan, akses pasar, dan pertukaran pengetahuan.

Pemberdayaan UMKM bertujuan untuk meningkatkan daya saing, ketahanan ekonomi, dan kontribusi mereka terhadap pembangunan ekonomi lokal dan nasional. Pendekatan ini tidak hanya



melibatkan bantuan finansial, tetapi juga memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

Aplikasi e-Peken Surabaya (Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo) adalah sebuah platform berbasis website yang digunakan oleh pegawai lingkup Pemerintah Kota Surabaya dan masyarakat untuk melakukan pemesanan barang dari toko kelontong yang tersedia di setiap kecamatan di Kota Surabaya. Aplikasi ini menyediakan beberapa fitur, termasuk fitur pencarian yang memungkinkan pengguna mencari barang atau toko kelontong berdasarkan nama, fitur berdasarkan kecamatan dengan opsi filter untuk menampilkan toko di kecamatan tertentu, dan fitur berdasarkan harga dengan kolom pencarian untuk memfilter barang berdasarkan harga minimal dan maksimal yang diinginkan oleh pembeli. Pengembangan aplikasi ini memberikan peluang bagi pedagang, toko kelontong, UMKM, dan SWK binaan Kota Surabaya untuk melakukan pemasaran secara online. Untuk menjalankan ini secara efektif, diperlukan strategi yang baik, sebagaimana diuraikan oleh Sjarifudin (2015:66).

Strategi dalam meningkatkan kemampuan dari finansial seseorang merupakan perkembangan dari beberapa jenis dari penguatan finansial untuk pelaku UMKM, menunjukkan komitmen pemerintah seperti yang diungkapkan oleh Sjarifuddin (2015:66). Fokus program ini adalah peningkatan fasilitas permodalan bagi pelaku UMKM untuk mendukung pengembangan usaha, perluasan layanan usaha, dan peningkatan volume usaha UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitasi pembiayaan menjadi kunci dalam penguatan finansial para pelaku UMKM. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas finansial para pelaku UMKM melalui dukungan modal, perluasan layanan, dan peningkatan volume usaha, sejalan dengan komitmen pemerintah dalam memperkuat sektor UMKM. Dinkopdag Kota Surabaya tidak menyediakan fasilitasi pembiayaan modal bagi UMKM, tetapi hanya berperan sebagai perantara antara bank dan UMKM untuk mendapatkan pinjaman modal. Dalam konteks ini, Dinas memberikan petunjuk kepada pelaku UMKM bahwa mereka dapat mengajukan pinjaman modal melalui BPR, Bank Jatim, Bank Mandiri, dan Bank BNI. Dinas juga memberikan pendampingan di setiap Kecamatan di Kota Surabaya melalui kegiatan sosialisasi.

Dalam analisis berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, peneliti menemukan bahwa instansi pemerintah seharusnya memberikan bantuan permodalan, baik berupa dana hibah maupun pinjaman modal. Mardikanto dan Soebito menekankan bahwa pembinaan usaha merupakan langkah krusial dalam pemberdayaan, dan Dinas sebagai fasilitator dengan lembaga bank seharusnya memberikan biaya fasilitasi pembiayaan modal kepada pelaku UMKM di Kota Surabaya. Pandangan ini sesuai dengan peraturan dan pandangan para ahli. Munawir (2014:19) menunjukkan bahwa modal merupakan suatu hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik dari sebuah perusahaan, dan Dinas seharusnya menyediakan fasilitasi pembiayaan modal langsung kepada pelaku UMKM.

Perkembangan pemasaran dalam suatu usaha memegang peran krusial untuk memastikan kelangsungan usaha, oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengadopsi inovasi dan strategi pemasaran produk agar dapat bertahan dan bersaing di antara para pelaku UMKM lainnya. Kesuksesan strategi pengembangan pemasaran akan memiliki dampak langsung terhadap keberhasilan bisnis saat ini dan investasi di masa mendatang. Penelitian lapangan menunjukkan bahwa Dinas memperkenalkan produk UMKM kepada masyarakat Kota Surabaya melalui peluncuran aplikasi E-Peken. Aplikasi ini diimplementasikan sebagai upaya pengembangan pemasaran untuk meningkatkan daya tahan dan daya saingnya terhadap platform E-Commerce lainnya. Dinas mengajak Kelurahan dan Kecamatan di Kota Surabaya untuk berbelanja melalui aplikasi ini, dengan harapan bahwa pemasaran produk UMKM akan mendapatkan peningkatan dan dikenal oleh lebih banyak kalangan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dilakukan dengan merujuk pada pandangan Gitosudarmo (2012:182) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran dapat ditempuh melalui promo, dekorasi toko yang menarik, iklan baru, pemotongan harga, dan pelayanan yang menarik. Namun, implementasi langkah-langkah strategi ini belum sepenuhnya terealisasi oleh Dinas, yang dapat disebabkan oleh kurangnya optimalisasi pengembangan pemasaran. Kendala dalam pemasaran juga dialami oleh pengguna aplikasi, terbukti dengan tidak adanya fitur pembayaran Cash On Delivery (COD), yang dapat menyulitkan konsumen, terutama yang sudah lanjut usia dan tidak akrab dengan perkembangan teknologi, dalam melakukan transaksi pembelian.



Menurut Setiono (2020), strategi lain untuk menjaga keberlangsungan usaha melibatkan perbaikan kualitas dan kuantitas produk, optimalisasi pemanfaatan teknologi, dan persiapan bisnis yang lebih matang dengan menyelaraskan kemampuan para pelaku usaha. Melihat hal ini, dapat dianalisis bahwa dalam mencapai pencapaian yang optimal, instansi perlu meningkatkan kinerjanya. Meskipun instansi telah mencoba memperkenalkan aplikasi melalui himbuan pada tingkat Kelurahan dan Kecamatan di Kota Surabaya, metode ini dianggap kurang efektif menurut peneliti. Seharusnya, dalam era kemajuan teknologi, instansi dapat memanfaatkan platform digital marketing, contohnya yaitu Tiktok Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, dan pemasangan iklan di jalan untuk lebih luas memperkenalkan aplikasi Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi (E-Peken). Dengan demikian, pengenalan aplikasi secara meluas melalui pemasaran online dapat membantu memperkenalkan aplikasi tersebut kepada khalayak umum dan meningkatkan daya saingnya terhadap platform E-Commerce besar di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan sebagainya.

Pengembangan sumber daya manusia melibatkan interaksi antara tenaga kerja dan teknologi dengan fokus pada pembinaan yang diperuntukkan pelaku usaha dan peningkatan kualitas sumber daya manusia secara berkelanjutan. Program ini merupakan bagian integral dari setiap agenda pemerintahan, sebagaimana dijelaskan oleh Sjarifuddin (2015:66). Tujuan dari program pengembangan sumber daya manusia ini adalah untuk meningkatkan kualitas individu yang terlibat dalam UMKM dengan memupuk semangat tangguh dan jiwa wirausaha. Sasaran utamanya adalah peningkatan kapabilitas sumber daya manusia di sektor UMKM, dengan harapan terbentuknya pelaku UMKM yang mampu bersaing dengan yang lainnya. Implementasi dari upaya pengembangan ini melibatkan serangkaian pelatihan dan pendampingan, yang dikomunikasikan melalui grup WhatsApp.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan, bimbingan, dan pendampingan ini dijalankan secara langsung dengan menghadirkan narasumber yang memiliki keahlian di bidangnya. Peserta dalam kegiatan ini mencakup pelaku usaha yang sudah tergabung dalam aplikasi, melibatkan berbagai jenis usaha seperti toko kelontong, usaha mikro, kecil menengah, dan sentra wisata kuliner. Dokumentasi dari pelaksanaan pelatihan dan bimbingan dapat ditemukan sebagai bagian dari kegiatan ini.

Pelaksanaan pendampingan dan bimbingan dalam upaya pemberdayaan sesuai dengan prinsip yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1908 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Menurut undang-undang tersebut, pendidikan merupakan suatu usaha untuk mempersiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan latihan agar mereka dapat memenuhi peran yang dibutuhkan di masa depan. Pemberian pendidikan kepada masyarakat Kota Surabaya, dalam konteks ini, dianggap sebagai investasi dalam pengembangan sumber daya manusia yang akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang. Implementasi pendampingan adalah langkah untuk meningkatkan kinerja dan inovasi pelaku UMKM, diharapkan agar mereka memiliki potensi yang kuat untuk menghadapi tantangan dan permasalahan di masa depan. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Mashoed (2015:40) yang menyatakan bahwa "pelatihan melibatkan upaya berencana untuk mencapai penguasaan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang relevan terhadap pekerjaan."

Meskipun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan, bimbingan, pendampingan, pembinaan, pengembangan, dan promosi produk UMKM, awalnya dilakukan secara rutin oleh Dinkopdag Kota Surabaya. Namun, saat ini, kegiatan tersebut hanya dilakukan ketika pelaku UMKM membutuhkan program tersebut melalui Kecamatan. Pihak Kecamatan kemudian menghubungi narasumber untuk menyelenggarakan kegiatan pelatihan, bimbingan, pendampingan, pembinaan, pengembangan, dan promosi produk UMKM. Dalam hal ini, seharusnya Dinkopdag Kota Surabaya masih menggunakan timeline seperti yang dilakukan pada awal sosialisasi kepada pelaku UMKM. Dengan adanya timeline ini, masyarakat tetap dapat berpartisipasi dan belajar untuk meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan usaha mereka melalui aplikasi Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi (Peken).

Program strategi pengaturan dan pengendalian merupakan suatu inisiatif pemerintah yang dilakukan dengan cepat dan responsif untuk memantau perkembangan pelaku UMKM, sesuai dengan penjelasan Sjarifuddin (2015:66). Fokus dari program ini adalah mencapai sasaran dari berbagai strategi yang sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, proses strategi pengaturan dan pengendalian melibatkan analisis untuk merumuskan rencana dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan, dengan menghasilkan informasi yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah atau mengambil tindakan korektif. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa para pengguna



aplikasi, yaitu pelaku usaha, diharuskan untuk memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan dan dijelaskan melalui tabel tertentu.

Jika berkas telah lengkap, pendaftaran pada aplikasi Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi (E-Peken) akan diproses dalam waktu 1x24 jam, dan setelah itu, para pelaku UMKM dapat langsung menggunakan aplikasi tersebut. Proses pengaturan dan pemantauan perkembangan pelaku UMKM dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya melalui pendampingan di setiap Kecamatan di Kota Surabaya. Selain itu, instansi juga melakukan sosialisasi kepada para pelaku usaha untuk menjelaskan keunggulan bekerja sama dengan aplikasi Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi. Hingga saat ini, banyak pelaku UMKM, pelaku toko kelontong, dan pelaku Sentra Wisata Kuliner (SWK) yang telah mengikuti inovasi yang diciptakan oleh Pemkot Surabaya melalui Dinkopdag Kota Surabaya. Jumlah produk yang tersedia dalam aplikasi Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi (E-Peken) telah mencapai 96.419 produk.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, strategi pengaturan dan pengendalian yang dilakukan oleh instansi dinilai berjalan dengan optimal. Observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti dengan informan yang ditentukan menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh pihak instansi merata dan valid, sehingga pelaku toko kelontong, UMKM, dan Sentra Wisata Kuliner menerima informasi yang akurat. Peran instansi dalam aspek perizinan usaha juga sesuai dengan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah Pasal 7 ayat (1), yang menekankan penyederhanaan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu dan pembebasan biaya perizinan usaha. Instansi telah menyediakan pendamping di setiap Kecamatan di Kota Surabaya untuk mempermudah koordinasi pelaku usaha dengan instansi, sesuai dengan pandangan Pudyatmoko (2015:7) yang menyatakan bahwa perizinan pada umumnya merupakan persetujuan dari penguasa berdasarkan undang-undang atau peraturan pemerintah daerah dalam keadaan tertentu yang melibatkan pelanggaran terhadap ketentuan hukum.

## **SIMPULAN**

Pelaksanaan pemberdayaan usaha mikro kecil menengah di Kota Surabaya dikelola oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perdagangan melalui penerapan strategi pemberdayaan menggunakan aplikasi E-Peken. Aplikasi tersebut, yang dikenal sebagai Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (PEKEN), berfungsi sebagai sebuah situs web yang digunakan oleh pegawai lingkup Pemerintah Kota Surabaya dan masyarakat untuk melakukan pemesanan barang melalui toko kelontong yang tersebar di setiap Kecamatan di Kota Surabaya. Pengembangan aplikasi ini awalnya dirumuskan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika, tetapi selanjutnya dikelola oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perdagangan dan diluncurkan pada bulan Oktober 2021. Adanya aplikasi ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian para pelaku usaha dengan memperluas pemahaman produk melalui teknologi informasi.

Dalam upaya peningkatan kemampuan finansial para pelaku UMKM, Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya tidak memberikan fasilitasi pembiayaan modal. Meskipun demikian, upaya bantuan dilakukan dengan mengarahkan pelaku UMKM untuk memperoleh modal melalui lembaga keuangan seperti Bank Jatim, Bank Mandiri, dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Proses peminjaman modal terbukti efektif karena Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya memberikan bimbingan dari pendaftaran hingga peminjaman modal melalui fasilitasi pendampingan di setiap Kecamatan Kota Surabaya.

Strategi pengembangan pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya mencakup himbuan kepada Kecamatan dan Kelurahan di Kota Surabaya agar melakukan pembelian melalui aplikasi E-Peken. Pegawai lingkup Pemerintah Kota Surabaya juga didorong untuk melakukan pembelian melalui aplikasi tersebut, sehingga secara tidak langsung memberikan kontribusi terhadap perekonomian para pelaku UMKM. Namun, pelaksanaan strategi pengembangan pemasaran belum berjalan secara efektif karena belum dilakukan promosi yang luas terkait aplikasi E-Peken oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Saran yang diajukan melibatkan pemanfaatan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube dalam upaya meningkatkan promosi secara online. Selain itu, disarankan untuk melibatkan kalangan anak muda agar pemasaran online dapat berjalan dengan lebih



efektif dan efisien. Perbaikan juga dapat dilakukan pada akses login aplikasi berbasis smartphone, dan disarankan untuk menyediakan metode pembayaran Cash On Delivery (COD).

Dalam memberikan bimbingan dan pelatihan kepada pelaku UMKM, strategi pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya tidak dilakukan secara terjadwal. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi ini kurang efektif. Saran yang diajukan adalah agar instansi menyusun jadwal terstruktur terkait pelaksanaan bimbingan, sehingga tujuan pelatihan dapat tercapai secara berkelanjutan. Dalam strategi pengaturan dan pengendalian, Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya mewajibkan para pelaku UMKM untuk memenuhi persyaratan dengan bergabung pada aplikasi E-Peken. Dinas ini juga memberikan fasilitasi pendampingan di setiap Kecamatan di Kota Surabaya untuk membantu pelaku UMKM dalam pengurusan perizinan. Dengan demikian, pelaksanaan strategi pengaturan dan pengendalian dapat dikatakan berjalan dengan efektif.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan Strategi Pemberdayaan UMKM Melalui Aplikasi E-Peken pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya, indikator Strategi Kemampuan Finansial dan Strategi Pengaturan dan Pengendalian berjalan efektif. Namun, Strategi Pengembangan Pemasaran dan Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia masih belum berjalan efektif.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan penyusunan artikel ini tepat pada jadwal yang ditentukan. Penulisan artikel ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan tugas akhir magang dalam program Kampus Merdeka.

Penulis juga ingin menyampaikan penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materiil, sehingga laporan ini dapat diselesaikan. Esensi terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU, selaku rector Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin., S.Sos., MM., MA, selaku Kepala Prodi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak Budi Prabowo, S.Sos, MM, selaku dosen pembimbing penulis dalam menulis laporan magang.
4. Ibu Dra. Ida Widyati MM. selaku Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak serta Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3APPKB).
5. Kak Ahmad Kholil, selaku mentor penulis selama kegiatan MSIB.
6. DP3APPKB, selaku dinas yang telah memberikan kesempatan penulis untuk magang dan belajar.
7. Bapak Sunardi, selaku lurah Kelurahan Embong Kaliasin yang telah mengizinkan dan mendukung program kerja magang bersertifikat.
8. Ibu Lely, selaku Kasi Kesejahteraan di Kelurahan Embong Kaliasin yang telah banyak membantu selama pelaksanaan magang bersertifikat.
9. Pengurus RT/RW dan kader di RW 12 Kelurahan Embong Kaliasin yang telah bekerja sama dalam mewujudkan program kerja magang bersertifikat.
10. Ayah dan Ibu serta Kakak yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama kegiatan magang ini.
11. Teman – teman satu bimbingan yang telah berjuang bersama – sama penulis dalam menyelesaikan kegiatan magang ini.
12. Saudari Karina, sebagai tokoh yang telah menginspirasi penulis untuk selalu bekerja keras dan menekuni setiap pekerjaan yang dijalankan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). Inovasi Aplikasi E-Peken: Optimalisasi Potensi UMKM Kota Surabaya. *NeoRespublica : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2).
- Alysia, V., & Islam Negeri Sunan Ampel Jl Ahmad Yani No, U. (2021). *KAJIAN PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MELALUI E-PEKEN DALAM UPAYA PEMULIHAN EKONOMI KOTA SURABAYA*. 1(3).  
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php>
- Diptyana, P., Pujiati, D., Setiyoko, N., Hermansyah, D., & Marta', L. S. (2022). Pelatihan Pengembangan Konten Digital Marketing Berbasis E-Peken di Leny Catering - Surabaya. *Jurnal ETAM*, 2(2). <https://doi.org/10.46964/etam.v2i2.281>
- Nauval, M., Prabowo, D., & Gamaputra, G. (n.d.). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Aplikasi E-Peken Pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya The Strategy For Empowerment Of Micro Small and Medium Enterprises Through E-Peken Application In Departement Cooperative Small and Medium Enterprises and Trade Of Surabaya City* (Vol. 1, Issue 1).
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis* (U. Faizti, Ed.; 1st ed.). PENERBIT DEEPUBLISH.
- Pujiati, D., Setiyoko, N., Diptyana, P., Marta, L. S., & Hermansyah, D. (2022). *PELATIHAN PENGEMBANGAN KONTEN DIGITAL MARKETING BERBASIS E-PEKEN DI LENY CATERING-SURABAYA TRAINING FOR DIGITAL MARKETING CONTENT BASED ON E-PEKEN APPLICATION IN LENY CATERING-SURABAYA*. 2(2), 148–155.  
<https://peken.surabaya.go.id>
- Rusli, M. (n.d.). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus*.  
<http://repository.uin->
- Tahun 2022, S. N. P. M. I., Penelitian, L., & Pengabdian, D. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi E-Peken bagi UMKM dan Masyarakat di Wilayah RT 07 Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. In *AGUSTUS 1945 SURABAYA* (Vol. 2, Issue 1).
- Yunus, E. (2016). *MANAJEMEN STRATEGIS* (A. Christian, Ed.; 1st ed.). Penerbit ANDI.