



Optimalisasi Program E-Peken dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM di Kota Surabaya

Andhika Ramadhan Syaputra¹, Dida Rahmadanik², Ghulam Maulan Ilman³

^{1,2,3}Program Studi Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.30649/psr.v4i1.172>

CORRESPONDENCE

E-mail: andhikaramadhan603@gmail.com

KEYWORDS

Community Empowerment; E-Peken; MSMEs; Productivity; Digitalization

ABSTRACT

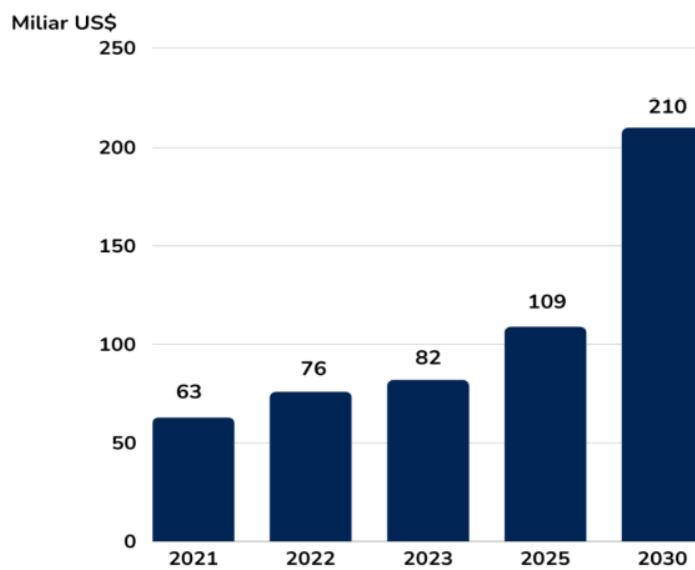
This study aims to analyze the impact of community empowerment through the E-Peken Program on increasing the productivity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Surabaya City. E-Peken is a locally developed digital platform designed to facilitate MSMEs in accessing online markets while enhancing business capacity through technical training and field mentoring. The research uses a qualitative approach with data collection methods including in-depth interviews with government officials, application managers, MSME users, and non-user community members. The results indicate that the E-Peken Program has significantly improved digital skills, business confidence, and market access for MSME participants. Intensive mentoring and a user-friendly system supported by a website and WhatsApp integration are key factors contributing to the program's success. However, the findings also reveal that public awareness of the program remains limited, preventing broader community involvement as potential consumers. Therefore, inclusive promotional strategies and greater community engagement are essential to optimize the program's effectiveness in enhancing MSME productivity and strengthening the local digital economic ecosystem.

PENDAHULUAN

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat yang lebih baik dan sejahtera, masyarakat yang memahami lingkungannya diharapkan dapat menemukan peluang usaha yang diharapkan dapat berperan sebagai pertumbuhan ekonomi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dibutuhkannya lapangan kerja dengan memiliki kemampuan dan dapat melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha, salah satunya yaitu melalui pembentukan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro,Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha kecil yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan dalam undang-undang. UMKM di Indonesia memiliki peran yang penting dalam perekonomian nasional. Namun, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan dan kontribusinya. Persaingan yang ketat dengan perusahaan besar dan produk impor menambah tantangan bagi pelaku UMKM. Dengan sumber daya terbatas dan rendahnya literasi digital menjadi hambatan yang signifikan dalam era transformasi digital saat ini.

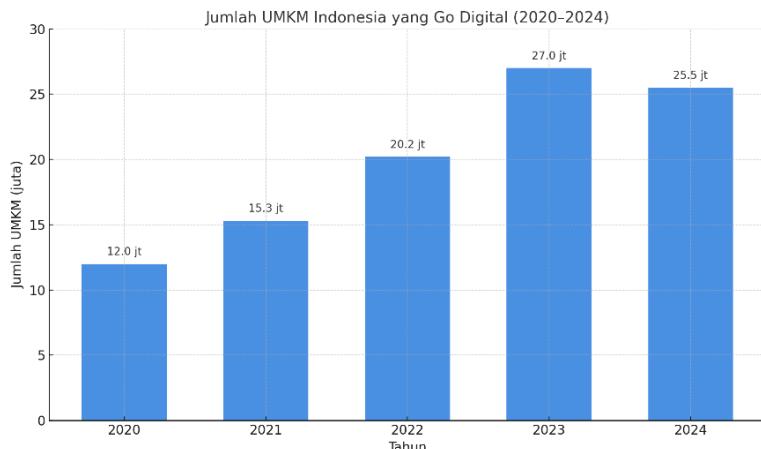
Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada 5 tahun terakhir, pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah UMKM sebesar 64 juta yang diikuti kenaikan pada tahun 2021 menjadi 65,46 juta. Jumlahnya kembali turun pada 2022 menjadi 65 juta, selanjutnya pada tahun 2023 mengalami kenaikan dengan total 66 juta pelaku UMKM dan di tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 65,50 juta. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, terutama sejak pandemi COVID-19, mendorong akselerasi digitalisasi yang turut meningkatkan aktivitas ekonomi termasuk di sektor UMKM. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, terutama dalam pemasaran produk. Digitalisasi UMKM, yang melibatkan integrasi teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis, memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan lebih efisien melalui media sosial dan e-commerce (Mayasari *et al.*, 2023). Potensi pertumbuhan ekonomi digital Indonesia sangat menjanjikan, dengan nilai proyeksi ekonomi digital mencapai USD 82 miliar pada tahun 2023, diprediksi meningkat menjadi USD 109 miliar pada tahun 2025, dan berpotensi mencapai USD 360 miliar pada tahun 2030.



Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Digital

Sumber : Google, Temasek, dan Bain (2023)

Jumlah UMKM yang terdigitalisasi terus meningkat dari tahun ke tahun, dengan target pemerintah mencapai 30 juta UMKM pada 2024. Hingga pertengahan 2024, sekitar 32 juta merchant menggunakan QRIS, 95% di antaranya adalah UMKM (Saputra, 2023).



Gambar 2. Diagram batang jumlah UMKM indonesia yang terdigitalisasi

Sumber : (GoodStats, 2023, Nurpermana, 2022, Respati, 2022, Kamalina, 2023, Ayudiana, 2024)

Digitalisasi UMKM khususnya di Jawa Timur menunjukkan tren positif meskipun fluktuatif, dengan jumlah UMKM meningkat dari 828.482 unit pada 2020 menjadi 977.471 unit pada 2023. Berbagai daerah seperti Yogyakarta dan Mojokerto memiliki inisiatif digital melalui platform SiBakul Jogja dan TUMBAS untuk mendukung pemasaran produk lokal (Satria *et al.*, 2023).

Provinsi	2020	2021	2022	2023
JAWA TENGAH	898.162	855.488	892.108	862.926
JAWA TIMUR	828.482	762.015	874.497	977.471
JAWA BARAT	625.943	622.225	667.795	641.639
DI YOGYAKARTA	137.499	107.891	123.572	134.025
DKI JAKARTA	59.017	62.108	55.163	79.992

Gambar 3. Jumlah UMKM di Provinsi

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Kota Surabaya, dengan populasi sekitar 3 juta jiwa, menghadapi tantangan digitalisasi UMKM yang signifikan. Saat ini, pola transaksi dalam kegiatan pemasaran mengalami pergeseran dari sistem konvensional menuju pendekatan digital. Melihat perkembangan tersebut, Pemerintah Kota Surabaya dituntut untuk proaktif dalam memahami urgensi pemasaran digital sebagai sarana yang dapat mendorong peningkatan daya saing UMKM melalui perluasan jangkauan pasar produk-produk unggulan mereka. Hal ini sejalan dengan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2021–2026, di mana salah satu misi utama Pemerintah

Kota Surabaya adalah memperkuat transformasi birokrasi menuju sistem digital yang bersih, adaptif, dan responsif. Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kota Surabaya sebagai penyedia layanan publik memiliki kewajiban untuk menciptakan layanan yang mampu memberikan kepuasan optimal bagi seluruh masyarakatnya (Aryani *et al.*, 2021). terutama akibat rendahnya pemanfaatan teknologi informasi pada tahun 2021. Pemerintah Kota Surabaya merespons situasi ini melalui peluncuran aplikasi E-Peken pada Oktober 2021. Aplikasi ini berfungsi sebagai platform e-commerce yang bertujuan memperluas pasar digital UMKM. Meskipun aplikasi ini menjanjikan, jumlah pelaku UMKM di E-Peken mengalami fluktuasi yang mencerminkan tantangan berkelanjutan dalam adaptasi digital.

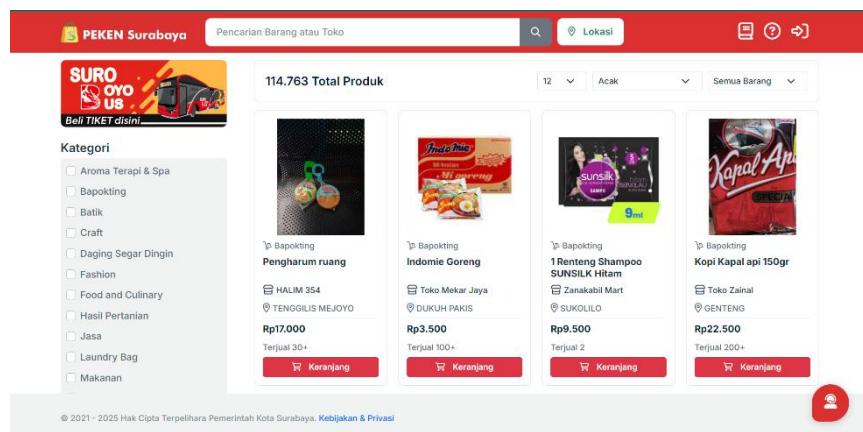
E-Peken yang merupakan singkatan dari Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo yang dirilis pada tanggal 31 Oktober 2021. Aplikasi ini dirancang untuk meningkatkan akses UMKM ke pasar digital dan memberikan pelatihan serta pendampingan kepada pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam menjalankan bisnis mereka. E-Peken bukanlah sekadar platform *e-commerce*, ia juga berfungsi sebagai alat pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan menyediakan fitur-fitur yang mendukung transaksi online antara pelaku UMKM dan konsumen (Akbhari & Prathama, 2023).



Gambar 4. Tampilan logo aplikasi E.Peken

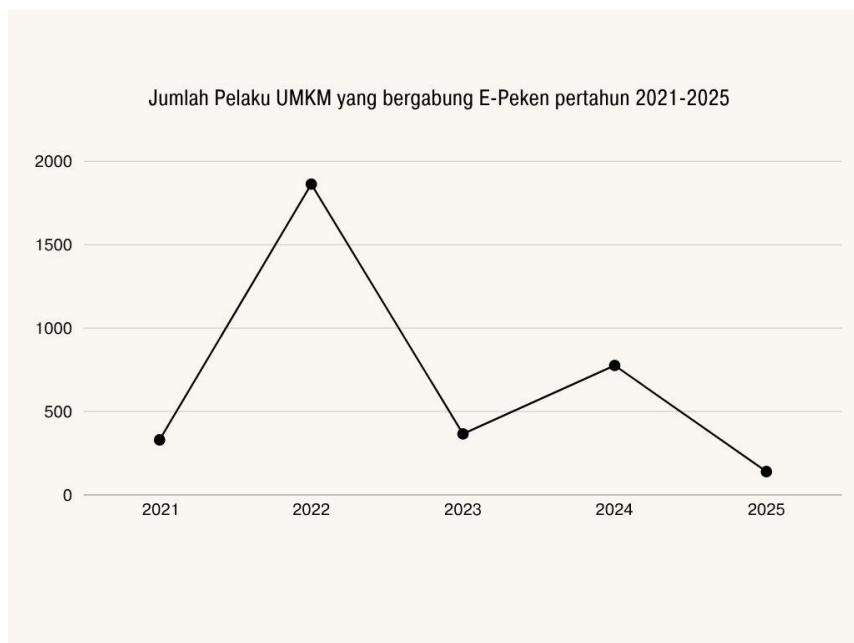
Sumber : Aplikasi E-Peken

Aplikasi ini menawarkan beragam produk yang dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama, yakni produk olahan dari rumah tangga atau UMKM, kuliner dari Sentra Wisata Kuliner (SWK), serta bahan kebutuhan pokok dari toko kelontong, termasuk produk fesyen dan kerajinan tangan. Peluncuran aplikasi ini menjadi langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus mempermudah masyarakat dalam memperoleh kebutuhan sehari-hari. Sebagian besar pengguna aplikasi ini berasal dari kalangan Aparatur Sipil Negara (ASN) di lingkungan Pemerintah Kota Surabaya, di mana ASN diwajibkan memenuhi kebutuhan pokok mereka melalui platform E-Peken. (Brianita *et al.*, 2023).



Gambar 5. Tampilan beranda pada aplikasi E-Peken

Sumber: Aplikasi E-Peken



Gambar 6. Grafik jumlah pelaku UMKM dari tahun 2021-2023

Sumber : Akbhari & Prathama, 2023; Dinkopdag Kota Surabaya, 2023

Hingga Maret 2024, tercatat sebanyak 2.559 UMKM terdaftar di E-Peken, dengan transaksi mencapai lebih dari Rp84,1 miliar dari 2021 hingga Mei 2023. Kendala utama yang dihadapi meliputi rendahnya literasi digital, infrastruktur teknologi terbatas, dan kurangnya integrasi dengan ekosistem digital lain. Didasarkan atas Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Percepatan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri Dan Produk Usaha Mikro, Usaha Kecil, Dan Koperasi Dalam Rangka Menyukseskan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia Pada Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa. Selain itu, E-Peken juga dibuka untuk masyarakat umum untuk berbelanja melalui aplikasi ini. Adanya teknologi digital dan aplikasi ini dapat membantu mempercepat transaksi dan memajukan sektor UMKM di Surabaya. Hingga maret 2024, sebanyak 2559 UMKM telah terdaftar dengan rincian 2196 UMKM makanan dan minuman, 233 UMKM *fashion* , dan 130 UMKM kerajinan (Akbhari & Prathama, 2023). Pada gambar 5 dapat dilihat ntuk transaksi dari program E-peken sendiri sejak Oktober 2021 hingga Mei 2023, mencapai lebih Rp84,1 miliar. Rinciannya Oktober-Desember 2023 total transaksi sebesar Rp5,2 miliar, Januari-Desember 2022 Rp45,1 miliar, dan Januari-Mei 2023 Rp27,7 miliar, pada tahun 2024 Rp48,1 miliar, januari-mei 2025 Rp15,6 miliar.



Gambar 7. Grafik total transaksi program E-Peken pada tahun 2021-2025

Meskipun E-Peken menawarkan berbagai peluang, keberhasilan program ini dalam meningkatkan produktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum sepenuhnya optimal. Berbagai kendala masih dihadapi, seperti rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, infrastruktur teknologi yang terbatas, dan kurangnya integrasi antara program E-Peken dengan ekosistem digital lainnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang efektif untuk memastikan E-Peken dapat menjadi dorongan pertumbuhan UMKM di Surabaya (Fernanda *et al.*, 2024). Berdasarkan penjelasan diatas dapat diharapkan membantu memperluas jangkauan produk UMKM yang sebelumnya terbatas dilingkup domisili pelaku UMKM menjadi lebih luas, dengan adanya inovasi aplikasi E-Peken dapat memanfaatkan teknologi yang terinspirasi dari *E-commerce* besar sehingga pemerintah membuat inovasi *E-commerce* lokal untuk membantu usaha masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini dipilih untuk memberikan gambaran yang mendalam mengenai peran dan kontribusi Program E-Peken dalam strategi pemberdayaan UMKM serta bagaimana program ini mendukung dalam meningkatkan produktivitas UMKM di Kota Surabaya meliputi Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag). Penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif Miles and Huberman (Sugiyono, 2015) yang terdiri atas pengumpulan data, penyajian data, kondensasi data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh pemberdayaan masyarakat melalui Program E-Peken terhadap peningkatan produktivitas UMKM di Kota Surabaya. Proses pengumpulan data melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Beberapa pihak yang dilibatkan dalam penelitian ini berfungsi untuk menguji validitas dan kepercayaan dari kebenaran sesuai dengan tujuan dalam mengetahui pengaruh pemberdayaan masyarakat melalui Program E-Peken terhadap peningkatan produktivitas UMKM di Kota Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program E-Peken yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Surabaya memiliki pengaruh yang signifikan dalam pemberdayaan

masyarakat, khususnya dalam peningkatan produktivitas pelaku UMKM. Program ini dirancang sebagai platform pemasaran digital lokal untuk membantu UMKM tetap bertahan dan berkembang di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya setelah pandemi COVID-19. Dalam Program E-Peken, pengkajian dilakukan secara partisipatif dan berbasis lapangan melalui verifikasi langsung ke rumah produksi UMKM oleh Dinas Koperasi dan pengelola aplikasi. Proses ini meliputi observasi kondisi fisik usaha, legalitas, proses produksi, dan semangat pelaku usaha. Verifikasi tidak hanya bergantung pada data administratif, tetapi juga mempertimbangkan aspek subjektif seperti motivasi pelaku usaha. Kriteria utama meliputi domisili di Surabaya, keberadaan rumah produksi di kota, dan aktivitas usaha yang berjalan aktif. Pengkajian juga mencakup wawancara langsung untuk menggali kebutuhan spesifik dan tantangan selama pandemi. Temuan ini digunakan untuk merancang program pendampingan yang relevan. Di sisi lain, adanya UMKM yang belum terjangkau menunjukkan perlunya perluasan cakupan agar program lebih inklusif. Proses ini menunjukkan keberhasilan dalam seleksi peserta yang tepat sasaran, membangun hubungan personal, serta menciptakan rasa dihargai di kalangan UMKM. Namun, aspek jangkauan masih perlu ditingkatkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemberdayaan masyarakat melalui Program E-Peken berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas UMKM di Kota Surabaya. Program ini dijalankan dengan mengikuti tujuh tahapan pemberdayaan masyarakat menurut Soekanto (1987), yaitu tahap persiapan, pengkajian, perencanaan alternatif, formulasi rencana aksi, pelaksanaan, evaluasi, dan terminasi. Berikut penjabaran hasil penelitian berdasarkan ketujuh tahapan tersebut:

Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan fase awal di mana pemerintah melakukan sosialisasi dan pengenalan program kepada masyarakat sasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Koperasi dan Perdagangan Kota Surabaya, diketahui bahwa tahap ini dilaksanakan melalui pendekatan komunitas, yaitu menyasar paguyuban-paguyuban UMKM di 31 kecamatan. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan penerimaan awal dan kesiapan pelaku usaha mengikuti program. Hasil temuan di lapangan mengindikasikan bahwa pemerintah tidak hanya fokus merancang sistem E-Peken dari sisi teknis, tetapi juga mengintegrasikan strategi sosial dengan mengoptimalkan peran paguyuban UMKM yang telah terbentuk di tingkat kecamatan. Strategi ini membuat pelaku usaha merasa lebih dekat dan tidak canggung dengan kehadiran program tersebut. Proses sosialisasi juga dilaksanakan melalui forum-forum komunitas di tingkat kelurahan, yang terbukti efektif dalam menjangkau pelaku usaha informal yang sebelumnya belum terlibat dalam aktivitas digital.

Upaya pendekatan berbasis komunitas ini terbukti efektif dalam mempercepat penyebaran informasi program sekaligus membangun rasa kebersamaan di antara para pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bersama pihak Dinas Koperasi dan pengelola aplikasi, yang menyebutkan bahwa metode pendekatan informal, partisipatif, dan edukatif menjadi faktor utama diterimanya E-Peken di kalangan UMKM. Sementara itu, dari hasil wawancara dengan pengguna aplikasi, diketahui bahwa ketertarikan mereka tidak

hanya karena fitur atau manfaat teknis E-Peken, tetapi juga karena adanya pendampingan intensif yang diberikan secara langsung.

Tahap Pengkajian

Tahap pengkajian dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi, kebutuhan, dan kesiapan pelaku UMKM sebelum bergabung dengan E-Peken. Pendamping lapangan melakukan verifikasi rumah produksi, mengecek legalitas, serta memastikan pelaku usaha berdomisili dan berproduksi di wilayah Kota Surabaya. Hasil pengkajian ini menjadi dasar seleksi peserta program. Pilihan strategi ini tentu tidak diambil secara sembarangan. Berdasarkan hasil pengkajian di lapangan, sebagian besar pelaku UMKM lokal dinilai belum memiliki kesiapan untuk berkompetisi di platform marketplace nasional yang memiliki tingkat kompleksitas dan persaingan yang tinggi. Dari sisi kemampuan teknis, masih banyak pelaku usaha yang belum memahami fitur-fitur digital yang lebih kompleks, seperti sistem pembayaran otomatis, pengelolaan algoritma promosi, hingga optimasi produk melalui SEO.

Atas dasar itu, pemerintah akhirnya memilih untuk mengembangkan sistem lokal yang lebih sederhana, mudah dioperasikan, berbasis website ringan, dan memanfaatkan WhatsApp sebagai saluran komunikasi utama. Pilihan ini menunjukkan bahwa program dirancang dengan mempertimbangkan kapasitas nyata masyarakat, sehingga solusi yang diambil lebih kontekstual dan sesuai kebutuhan, bukan sekadar penerapan sistem secara top-down.



Gambar 8. Tata Cara Pendaftaran E-Peken

Sumber : suarasurabaya.net

Lebih lanjut, proses perencanaan Program E-Peken sendiri telah melewati kajian analitis terhadap tiga opsi utama dalam mendorong digitalisasi UMKM. Opsi pertama adalah menjalin kerja sama dengan marketplace nasional seperti Shopee atau Tokopedia yang sempat dipertimbangkan karena potensi jangkauan pasarnya yang luas. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, opsi ini dinilai mengandung risiko biaya

operasional yang tinggi serta persaingan tidak seimbang dengan pelaku usaha besar. Opsi kedua adalah pemberdayaan UMKM melalui serangkaian pelatihan teknis yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Perdagangan guna meningkatkan kapasitas usaha, namun belum sepenuhnya menyelesaikan kendala akses pasar. Sedangkan alternatif ketiga, yaitu pengembangan platform lokal E-Peken, akhirnya dipilih sebagai solusi paling relevan. Hal ini disebabkan karena E-Peken mampu menjawab tantangan spesifik UMKM Surabaya, seperti kebutuhan pendampingan langsung, dukungan pemasaran yang ramah teknologi, serta perlindungan pasar lokal. Selain itu, pengembangan platform ini juga sejalan dengan amanat kebijakan nasional, yaitu Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021, serta mendukung target pembangunan daerah dalam RPJMD Kota Surabaya.

Tahap Perencanaan Alternatif

Perencanaan alternatif adalah penyusunan berbagai opsi solusi untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pemerintah memilih untuk tidak mendorong UMKM masuk ke marketplace nasional yang dinilai terlalu kompleks, melainkan menciptakan platform lokal E-Peken yang sederhana dan terintegrasi dengan WhatsApp. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa Pemerintah Kota Surabaya secara strategis memutuskan untuk tidak mendorong UMKM lokal bergabung dengan marketplace nasional seperti Shopee atau Tokopedia. Alasannya, platform tersebut dinilai memiliki tingkat kompleksitas yang cukup tinggi dan belum sesuai dengan kemampuan mayoritas pelaku UMKM mikro di Surabaya. Sebagai solusi alternatif, pemerintah mengembangkan sebuah platform digital lokal bernama E-Peken yang dirancang dengan tampilan sederhana, tidak memerlukan proses instalasi aplikasi, dan dapat diakses melalui browser dengan kebutuhan koneksi internet yang minimal. E-Peken juga terintegrasi langsung dengan WhatsApp sebagai media komunikasi utama antara pembeli dan penjual, memanfaatkan aplikasi yang sudah akrab digunakan oleh sebagian besar pelaku UMKM.

Keputusan ini diambil bukan tanpa analisis yang mendalam. Berdasarkan hasil kajian lapangan, mayoritas pelaku UMKM di Surabaya dinilai belum siap untuk bersaing di marketplace skala nasional yang memiliki tantangan teknis tinggi dan tingkat persaingan yang ketat. Secara khusus, banyak pelaku usaha yang masih belum memahami berbagai fitur digital lanjutan seperti sistem pembayaran otomatis, algoritma promosi, hingga optimalisasi produk melalui SEO. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, pemerintah memilih mengembangkan sistem lokal yang lebih ramah pengguna, berbasis website ringan, serta memanfaatkan WhatsApp yang telah familiar bagi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan yang diambil tidak hanya fokus pada aspek teknis, tetapi juga memperhatikan kapasitas dan kesiapan masyarakat agar solusi yang diterapkan benar-benar kontekstual.

Lebih jauh, proses perencanaan Program E-Peken diawali dengan analisis atas tiga opsi utama dalam mendorong digitalisasi UMKM. Alternatif pertama adalah menjalin kerja sama dengan marketplace besar seperti Shopee atau Tokopedia yang sempat dipertimbangkan karena keunggulan jangkauan pasar yang luas. Namun, hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa opsi ini mengandung kendala berupa biaya operasional yang cukup tinggi dan persaingan yang tidak seimbang, khususnya terhadap pelaku usaha

berskala besar. Opsi kedua adalah pemberdayaan UMKM melalui pelatihan teknis yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Perdagangan untuk meningkatkan kapasitas dan produktivitas UMKM secara bertahap. Sementara itu, pengembangan platform E-Peken dipilih sebagai langkah yang dinilai paling relevan dan sesuai dengan tantangan spesifik yang dihadapi UMKM di Surabaya, sekaligus mendukung upaya peningkatan produktivitas berbasis teknologi.

Tahap Formulasi Rencana Aksi

Rencana aksi disusun dengan operasionalisasi kegiatan pelatihan, pendampingan, aktivasi akun, serta pengelolaan konten produk. Program pendampingan dilaksanakan bergilir di seluruh kecamatan, disertai materi edukasi digital dasar. Perencanaan operasional dalam Program Pemberdayaan UMKM melalui E-Peken dirancang secara sistematis untuk mengatasi berbagai permasalahan terkait digitalisasi pelaku usaha di Kota Surabaya. Pelaksanaan pelatihan yang memadukan sesi tatap muka di seluruh kecamatan dengan penyediaan materi pembelajaran daring berhasil memperluas jangkauan program, termasuk kepada pelaku UMKM yang sebelumnya masih bergantung pada metode penjualan tradisional.



Gambar 9. Pendapatan dan Jumlah UMKM 2021

Sumber : timesindonesia.co.id

Upaya pendampingan secara intensif melalui grup WhatsApp dan kunjungan berkala ke pelaku usaha mencerminkan komitmen serius dalam membina UMKM hingga mampu menjalankan aktivitas pemasaran digital secara mandiri. Pelaksanaan program ini telah memberikan dampak nyata, terutama dalam peningkatan keterampilan digital serta pertumbuhan pendapatan para pelaku usaha. Adanya pembagian tugas yang jelas antara dinas terkait dan pendamping lapangan turut mendorong efektivitas implementasi di lapangan. Capaian program ini juga berkontribusi terhadap target pembangunan daerah, khususnya dalam penanggulangan pengangguran dan kemiskinan melalui penguatan ekonomi berbasis digital. Kolaborasi lintas sektor, baik dengan pemerintah kelurahan maupun institusi akademik, turut memperluas cakupan program serta mendukung keberlanjutan pelaksanaannya di masa mendatang. Ke depan, peningkatan sosialisasi kepada masyarakat perlu dioptimalkan agar semakin banyak warga yang tertarik dan terlibat dalam pemanfaatan aplikasi E-Peken.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan Program E-Peken dimulai dengan aktivasi akun UMKM, unggah produk, serta penerimaan dan pemrosesan transaksi pembeli. Pelaku UMKM yang diwawancara mengaku mengalami peningkatan kepercayaan diri dan produktivitas setelah mengikuti program ini. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pelaksanaan Program E-Peken tidak hanya menyentuh aspek teknis, tetapi juga memberikan dampak emosional dan sosial bagi pelaku UMKM. Pelaku usaha yang sebelumnya kurang percaya diri dalam memasarkan produk kini mulai berani menerima pesanan dari konsumen di luar lingkaran kenalan mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir pelaku UMKM dari sistem usaha konvensional menuju model bisnis berbasis digital. Salah satu faktor utama yang mendorong keberhasilan program ini adalah adanya pendampingan aktif yang tetap dilakukan meskipun akun UMKM telah teraktivasi. Hubungan komunikasi dua arah antara pelaku usaha dan tim pendamping memungkinkan setiap kendala atau permasalahan teknis dapat segera ditangani.

Berdasarkan temuan di lapangan, implementasi Program E-Peken telah menunjukkan perkembangan signifikan dalam pemberdayaan UMKM di Kota Surabaya. Aktivasi akun, dukungan teknis yang diberikan secara intensif, serta pendampingan berkelanjutan terbukti efektif mendorong peningkatan produktivitas UMKM. Keberhasilan program tercermin dari meningkatnya omzet para pelaku usaha yang terlibat, disertai dengan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan pendampingan yang responsif, termasuk ketersediaan konsultasi hingga malam hari. Dari sisi teknis, pengelolaan sistem E-Peken juga mengalami peningkatan melalui upaya perbaikan berkelanjutan yang berfokus pada kestabilan platform, meskipun tantangan seperti lonjakan trafik masih perlu ditangani. Menariknya, penerapan sistem penjualan hybrid, yang mengombinasikan metode online dan offline, memberikan hasil positif, khususnya untuk produk kebutuhan pokok seperti sembako yang menjadi salah satu komoditas unggulan. Namun demikian, tantangan tetap ada, terutama dalam menjangkau pelaku UMKM tradisional yang masih merasa ragu untuk beralih ke platform digital karena kekhawatiran terhadap kerumitan sistem. Secara keseluruhan, pencapaian ini tidak hanya memperkuat daya saing UMKM secara individu, tetapi juga berperan dalam mendorong terbentuknya ekosistem digital lokal yang lebih inklusif di Surabaya.

Tahap Evaluasi

Evaluasi program dilakukan melalui dua mekanisme, yaitu pemantauan data transaksi di server E-Peken dan laporan rutin dari pendamping lapangan. Evaluasi ini berguna untuk mengidentifikasi UMKM yang aktif dan mereka yang masih membutuhkan pendampingan tambahan. Program E-Peken telah memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan UMKM di Surabaya melalui pendekatan yang komprehensif dan mencakup berbagai aspek pengembangan usaha. Inisiatif ini tidak sekadar menitikberatkan pada sisi teknis digitalisasi, melainkan turut mendorong terjadinya perubahan signifikan dalam kapasitas pelaku UMKM, salah satunya tercermin dari peningkatan keterampilan digital mereka. Program ini tidak hanya memberikan pelatihan dasar, tetapi juga menyentuh aspek-aspek strategis yang lebih luas, seperti perluasan jaringan pemasaran, penguatan jejaring antar pelaku usaha, serta kemudahan akses terhadap fasilitas pembiayaan. Lebih jauh, E-Peken berhasil membangun

sebuah ekosistem usaha yang berkelanjutan, yang memungkinkan pelaku UMKM tidak hanya bertahan di tengah tantangan pasar, tetapi juga berkembang dan menunjukkan peningkatan ketahanan usaha secara signifikan. Dampak dari keberhasilan ini juga terlihat pada penguatan perekonomian lokal, khususnya melalui penciptaan lapangan kerja baru dan peningkatan pendapatan masyarakat di Kota Surabaya.

Tabel 1. Pendapatan 2023-2024

Total Pendapatan tahun terbaru 2023-2024	
2023	2024
Rp 27,7 M	Rp 48,1M

Sumber : diolah peneliti (2025)

Namun demikian, salah satu aspek yang masih perlu ditingkatkan adalah promosi dan sosialisasi program kepada masyarakat umum, khususnya melalui optimalisasi penggunaan media sosial. Upaya ini diperlukan agar keberadaan E-Peken semakin dikenal luas, sehingga tidak hanya menarik minat pelaku UMKM, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat sebagai konsumen.

Di sisi lain, proses evaluasi program dilakukan bukan hanya untuk mengukur tingkat keberhasilan atau kegagalan, tetapi menjadi dasar dalam merumuskan strategi pendampingan lanjutan yang lebih efektif. UMKM yang terpantau kurang aktif atau mengalami penurunan kinerja akan segera mendapatkan perhatian melalui pendekatan yang solutif, seperti pendampingan tambahan atau perbaikan strategi pemasaran. Hal ini sejalan dengan pandangan Soekanto yang menekankan bahwa evaluasi bukan sekadar penilaian kuantitatif, melainkan juga perlu memperhatikan aspek sosial dan psikologis peserta program. Evaluasi bersifat korektif, bukan menghukum, sehingga UMKM yang mengalami penurunan omzet akan diberikan pelatihan ulang, pendampingan teknis tambahan, hingga perbaikan konten promosi produk. Pendekatan evaluasi yang demikian menjaga kesinambungan program, memastikan adanya proses pembelajaran berkelanjutan, dan meningkatkan peluang keberhasilan UMKM dalam jangka panjang.

Tahap Terminasi

Tahap terminasi merupakan momen di mana pelaku UMKM dinyatakan telah cukup mandiri dan tidak lagi membutuhkan pendampingan aktif. Dalam Program E-Peken, UMKM yang telah konsisten mengelola akun, melakukan transaksi rutin, dan mampu menyelesaikan masalah secara mandiri akan dilepaskan secara bertahap. Namun terminasi tidak berarti terputus. Akses ke forum diskusi, bantuan teknis, dan pelatihan lanjutan tetap dibuka. Bahkan, pelaku UMKM yang telah berhasil justru dilibatkan sebagai mentor bagi peserta baru. Hal ini sesuai dengan prinsip Soekanto (1987) bahwa terminasi adalah proses pengalihan peran – dari penerima manfaat menjadi pelaku utama pemberdayaan berikutnya. Bahwa Program E-Peken telah berhasil menciptakan mekanisme terminasi yang berorientasi pada kemandirian berkelanjutan. Program ini tidak sekadar berakhir dengan penyelesaian

pendampingan, tetapi telah menyiapkan strategi komprehensif untuk memastikan UMKM dapat terus berkembang secara mandiri.

Tabel 2. Total pelatihan Dinkopdag

Pelatihan 2024-2025		Peserta
2024	18	600
2025	9	250

Sumber : diolah peneliti (2025)

Transformasi nyata terlihat dari kemampuan UMKM dalam mengoperasikan platform secara independen, didukung oleh sistem alih kelola yang melibatkan pelaku usaha langsung sebagai administrator. Kebijakan wajib belanja ASN melalui E-Peken menciptakan stimulus pasar yang signifikan, sekaligus menjadi bukti komitmen pemerintah dalam membangun ekosistem usaha yang berkelanjutan. Mekanisme konsultasi terbatas melalui WhatsApp dan forum memastikan adanya safety net bagi UMKM dalam menghadapi kendala teknis. Yang paling strategis, program ini telah dirancang untuk terus beregenerasi melalui sistem replikasi dimana UMKM yang telah sukses menjadi mentor bagi pelaku usaha baru, menciptakan siklus pemberdayaan yang terus berputar dan meluas. Pendekatan terminasi seperti ini tidak hanya memastikan keberlanjutan program, tetapi juga menciptakan multiplier effect bagi penguatan ekonomi lokal Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian terkait upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan produktivitas UMKM melalui Program E-Peken di Kota Surabaya, dapat disimpulkan bahwa program ini memberikan dampak yang signifikan, khususnya dalam mendorong transformasi digital serta penguatan kapasitas pelaku usaha mikro. E-Peken tidak hanya berfungsi sebagai platform pemasaran berbasis daring, melainkan juga dirancang sebagai instrumen pemberdayaan yang melibatkan pelatihan teknis, pendampingan langsung di lapangan, serta pengembangan sistem yang ramah pengguna, sehingga dapat diakses dengan mudah oleh pelaku UMKM. Rangkaian pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga pengalaman praktis bagi pelaku usaha, sehingga dapat mendorong produktivitas dan peningkatan pendapatan mereka melalui pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, kegiatan sosialisasi turut berperan dalam mendukung keberhasilan pemberdayaan, meskipun implementasinya masih perlu diperluas.

Hasil wawancara dengan dinas, pengelola aplikasi, pelaku UMKM pengguna, serta warga masyarakat menunjukkan bahwa program ini secara umum berhasil meningkatkan akses pasar, keterampilan digital, dan kepercayaan diri pelaku usaha. Program juga memfasilitasi UMKM untuk mengembangkan produk secara lebih profesional melalui bimbingan intensif dan pembukaan jalur distribusi lokal. Namun, masih terdapat kelemahan dalam aspek sosialisasi dan keterlibatan masyarakat luas sebagai konsumen. Beberapa masyarakat, belum mengetahui keberadaan program, yang menunjukkan perlunya perluasan strategi komunikasi. Secara keseluruhan, Program E-Peken memberikan pengaruh positif terhadap produktivitas UMKM, tetapi pengaruh tersebut akan lebih optimal apabila program

didukung dengan pelibatan masyarakat yang lebih inklusif, dan pendekatan berbasis komunitas secara menyeluruh.

REFERENSI

- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). Inovasi Aplikasi E-Peken: Optimalisasi Potensi UMKM Kota Surabaya. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 396-409. <https://doi.org/10.52423/neores.v4i2.90>
- Ayudiana, S. (2024, October 14). Kemenkop UKM: 25,5 juta UMKM telah "go digital." Antara 2024.
- Brianita, O., Dindaputri, Z. N., & Harmawan, B. N. (2023). Sosialisasi Aplikasi E-Peken Sebagai Sarana Penjualan Online UMKM Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1640. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16334>
- Fernanda, F. F., Wardaya, W., & Priana, W. (2024). Evaluasi Dampak Platform E-Peken Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Kota Surabaya. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 10634-10643.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). E-Cconomy SEA 2023. Google, Temasek, Bain & Company. <https://economysea.withgoogle.com/report/>
- Kamalina, A. R. (2023, December 4). Pemerintah Optimistis Target 30 Juta UMKM Go Digital Tercapai pada 2024 Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Pemerintah Optimistis Target 30 Juta UMKM Go Digital Tercapai pada 2024. Bisnis.Com.
- Mayasari, V., Indyastuti, D. L., & Daryono, D. (2023). Model kualitas aset dan e-commerce pada kinerja UMKM yang dimoderasi oleh strategi persaingan produk. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 446-457. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.289>
- Respati, A. R. S. Y. (2022, November 17). Dorong Transformasi Digital, Kemenkop Ajak UMKM Optimalkan Pembayaran Elektronik. *Kompas.Com*.
- Saputra, B. (2023, December 4). Pemerintah optimistis 30 juta UMKM go digital pada 2024. Antara 2023.
- Satria, D., Akbar, A. H. A., Nabila, A., & Kurniasari, R. (2023). Pelatihan Manajemen Media Sosial bagi Wirausaha Muda untuk Mendukung UMKM Lokal di Jawa Timur. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 523-532. <https://doi.org/10.54082/jippm.169>
- Soekanto, Soerjono dan Mustafa Abdullah, *Sosiologi Hukum dalam Masyarakat*, Jakarta: CV. Rajawali, 1987.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Nurpermana, A. (2022). Peran Financial Technology, Digitalisasi Ekonomi, Sebagai Pendukung UMKM Terhadap Pertumbuhan PDB di Indonesia Periode 2019-2020. Issue 1. Ser. III, 24, PP. <https://doi.org/10.9790/487X-2401030106>