

Perencanaan dan Pengembangan Bisnis UMKM Menuju Era Digital Melalui Platform E-Peken di Kota Surabaya

Syakirotul Hayati*¹
Intan Wiani²
Danar Bihas Nana³
Rusdi Hidayat⁴
Maharani Ikaningtyas⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*e-mail: 22042010129@student.upnjatim.ac.id¹, 22042010156@student.upnjatim.ac.id²,
22042010158@student.upnjatim.ac.id³

Abstrak

Perkembangan UMKM yang semakin pesat menjadi sektor penting untuk mendukung pertumbuhan perekonomian nasional. Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang mengalami peningkatan pertumbuhan ekonomi setiap tahunnya sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat pula. Sehubungan dengan itu, Pemerintah Kota Surabaya melakukan perencanaan dan pengembangan bisnis UMKM dengan menciptakan aplikasi mobile bernama E-Peken. E-peken merupakan aplikasi mobile yang dirancang untuk mendorong UMKM serta membantu masyarakat Kota Surabaya khususnya dalam hal pemenuhan kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan dan pengembangan UMKM di Kota Surabaya dengan adanya penggunaan aplikasi E-Peken. Metode yang digunakan untuk membahas dan menganalisis topik pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi E-Peken masih mengalami tantangan dan hambatan. Untuk mengatasi tantangan tersebut diperlukan kerjasama untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknologi UMKM. Selain itu, peningkatan regulasi yang kuat dan perlindungan konsumen akan memperkuat kepercayaan dalam penggunaan E-Peken.

Kata kunci: Aplikasi E-Peken, Ekonomi Digital, Perencanaan Bisnis, UMKM

Abstract

The rapid development of MSMEs is an important sector to support national economic growth. Surabaya City is one of the cities that has experienced an increase in economic growth every year, causing increasingly fierce competition. In connection with this, the Surabaya City government is planning and developing MSME businesses by creating a mobile application called E-Peken. E-peken is a mobile application designed to encourage MSMEs and help the people of Surabaya City, especially in fulfilling their needs. This research aims to analyze the planning and development of MSMEs in Surabaya City with the use of the E-Peken application. The method used to discuss and analyze the topic in this research is a descriptive qualitative approach. The results of this study indicate that the use of the E-Peken application still experiences challenges and obstacles. To overcome these challenges, cooperation is needed to improve the understanding and technological skills of MSMEs. In addition, increased strong regulation and consumer protection will strengthen confidence in the use of E-Peken.

Keywords: Business Planning, Digital Economy, E-Peken Application, MSMEs

PENDAHULUAN

Pada era digital yang berkembang pesat saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi salah satu sektor yang penting dalam perkembangan perekonomian nasional. UMKM memegang peranan vital dalam menyediakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi, serta memperkuat pertahanan ekonomi (Akbhari & Prathama, 2023). Namun, dalam proses implementasinya UMKM juga menghadapi banyak tantangan. Pada dasarnya tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini tidaklah sedikit, terutama dalam menghadapi transformasi paradigma bisnis di era revolusi industri 4.0. Banyak para UMKM yang pada akhirnya tidak dapat mempertahankan bisnisnya karena tidak mau atau tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi. Menghadapi permasalahan tersebut tentunya memerlukan peran dari

pemerintah untuk menumbuhkan kesadaran dan memberikan sosialisasi atau pelatihan kepada masyarakat pentingnya digitalisasi terutama untuk keberlanjutan bisnis saat ini.

Kota Surabaya seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, menjadi salah satu pusat perdagangan dan bisnis yang utama di Indonesia. Hal ini merupakan salah satu peluang baik sehingga Kota Surabaya dapat meningkatkan pendapatan daerah dan mengembangkan sektor-sektor yang ada.

Tabel Data Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
Pertumbuhan Ekonomi	6.09%	-4.85%	4.29%	6.51%	5.70%

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Surabaya

Dari data tabel diatas menunjukkan bagaimana laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Surabaya selama 5 tahun terakhir yaitu dari 2019-2023. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan tolok ukur penting untuk menilai keefektivitasan suatu pembangunan ekonomi pada suatu wilayah. Keberhasilan pembangunan bergantung pada kemampuan daerah dalam mengoptimalkan sumber daya yang terbatas. Hal ini dilakukan dengan mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh dan menciptakan struktur ekonomi yang seimbang (Mulia & Putri, 2022).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa laju pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020, laju pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya bernilai negatif yaitu -4.85% menunjukkan adanya keterlambatan yang signifikan dibanding dengan tahun sebelumnya yang mencapai 6.09%. Hal ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang membuat perekonomian menjadi lemah. Namun, pada tiga tahun setelahnya laju pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya telah mengalami pemulihan dan cenderung mengalami pertumbuhan yang baik. Untuk meningkatkan daya saing UMKM Kota Surabaya di tengah persaingan global yang semakin ketat, pengembangan aplikasi digital dapat membantu memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar global khususnya para era digitalisasi seperti saat ini. Isi pendahuluan umumnya hanya mencakup 10-20% dari keseluruhan paper. Jangan lupa menyertakan tujuan dari penelitian yang dilakukan pada paper ini.

Berdasarkan yang telah dipaparkan di atas pada saat terjadi pandemi COVID-19, UMKM menghadapi tantangan baru untuk terus berkembang atau menghentikan operasi usahanya selama pandemi berlangsung. Isu ini mendorong pemerintah Surabaya untuk bertindak cepat dan tanggap untuk mengembangkan ekonomi digital di Kota Surabaya. Pemerintah Kota Surabaya berupaya mengembangkan ekonomi digital dengan pengembangan aplikasi mobile yang bernama E-peken. E-peken merupakan aplikasi mobile yang dirancang untuk mendorong UMKM serta membantu masyarakat Surabaya khususnya dalam hal pemenuhan kebutuhan. Nama E-peken ini sendiri adalah singkatan dari aplikasi Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo. Dengan adanya E-Peken ini diharapkan dapat membantu mempermudah transaksi jual beli dengan fitur-fitur pendukung di dalamnya.

Ada beberapa dampak positif dari ekonomi digital terhadap pelaku jejaring sosial, antara lain seperti : 1) Meningkatkan kemampuannya dalam industri melalui penggunaan teknologi yang memperluas jenis produksi dan operasi yang diawasi. 2) Adanya media sosial berbasis teknologi, yang memudahkan pencarian dan transaksi produk secara langsung dan mudah, memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi ekonomi yang menguntungkan produsen atau pelaku ekonomi utama dengan sistem transaksi yang berjalan. (Albarsyah, 2023)

Wali Kota Surabaya, Eri Cahyadi, berpendapat bahwa kunci keberhasilan Surabaya bangkit dari keterpurukan ekonomi karena dampak pandemi COVID-19 adalah dengan menggerakkan ekonomi kerakyatan. Semua kebutuhan di Kota Surabaya itu dapat dipenuhi oleh

produk-produk lokal (Detik.com dalam Ernawati et al., 2022). Dengan mengkaji peran teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis UMKM, serta menganalisis strategi perencanaan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM di Kota Surabaya, E-peken ini berupaya untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan UMKM secara berkelanjutan di era digital ini.

Menurut laporan McKinsey, perdagangan online akan berdampak pada empat hal, yaitu: 1) Manfaat keuangan, di mana ekonomi digital memberikan manfaat yang sangat besar bagi ekonomi negara; 2) Penciptaan pekerjaan, di mana pengembangan UMKM akan mempengaruhi jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia; dan 3) Manfaat pembeli, di mana barang dan jasa yang dijual di pasar e-commerce atau platform online akan lebih murah; 4) Kesetaraan sosial, dengan hadirnya ekonomi digital diharapkan dapat memberikan manfaat besar bagi kesetaraan gender, pemerataan pertumbuhan, inklusi layanan keuangan, serta berbagai permasalahan sosial lainnya (Alysia, 2021).

Dengan terwujudnya peluncuran aplikasi mobile E-peken untuk para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Surabaya telah membantu mendorong transaksi jual beli online di era digital sebagai upaya pemulihan pertumbuhan ekonomi, khususnya saat dan setelah terjadinya pandemi. Dilansir dari website Pemerintah Kota Surabaya, Koordinator Toko Kelontong E-Peken Surabaya, Pinto Yuliwati, mengatakan bahwa jumlah pedagang toko kelontong yang bergabung sudah mencapai 30 orang dari yang awalnya hanya 18 orang. E-Peken memberikan banyak manfaat bagi para pedagang. Sebelum bergabung dengan E-Peken, para pedagang hanya meraup omzet sampai Rp 5 juta per bulan, dan setelah bergabung dengan E-Peken omzet mereka naik drastis dari Rp 10-50 juta per bulannya (Surabaya.go.id, 2022). Dapat disimpulkan bahwa adanya E-Peken menyebabkan dampak yang positif terutama bagi pelaku usaha atau UMKM jika dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan data yang telah ada, penelitian ini memiliki beberapa tujuan. Pertama, untuk mengetahui perencanaan bisnis UMKM melalui E-Peken di Kota Surabaya. Adanya perencanaan ini penting untuk dilakukan dengan tepat sehingga tujuan mendorong UMKM untuk melek digitalisasi akan mudah terlaksana. Kedua, untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran dan promosi melalui platform E-Peken dalam mengembangkan produk UMKM di Kota Surabaya. Adanya E-Peken untuk membantu para UMKM Surabaya tentunya diperlukan dukungan teknis supaya situs tersebut dapat digunakan dengan mudah dan fleksibel. Ketiga, untuk mengetahui tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Surabaya dalam mengembangkan bisnis melalui E-peken. Mengetahui tantangan dan hambatan mempermudah pemerintah dan para UMKM untuk melakukan evaluasi dan perencanaan yang efektif supaya E-Peken dapat digunakan dan dioperasionalkan dengan tepat. Keempat, untuk mengetahui solusi menghadapi tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Surabaya dalam mengembangkan bisnis melalui E-Peken. Keberhasilan penggunaan E-Peken memerlukan kerjasama dari berbagai pihak. Penetapan solusi yang tepat akan memudahkan untuk menghadapi tantangan dan hambatan yang ada.

METODE

Menurut Gounder & Williams dalam (Waruwu, 2023), metode penelitian merupakan prosedur dan skema yang digunakan dalam penelitian. Metode penelitian memungkinkan suatu penelitian dapat dilakukan secara terencana, ilmiah, netral dan juga bernilai. Metode penelitian digunakan sebagai acuan strategi untuk mengumpulkan data dan menemukan solusi pada suatu masalah berdasarkan fakta yang ada.

Metode yang digunakan untuk mengkaji dan menganalisis penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah atau fenomena dengan tujuan untuk memahami konteks masalah, memahami karakteristik masalah, dan memahami kompleksitas masalah secara mendalam tanpa menggunakan analisis statistik atau pengukuran (Purwanza et al., 2022).

Proses analisis penelitian ini ditujukan untuk menggali pengetahuan atau teori yang lebih dalam dari penelitian terdahulu melalui jurnal nasional, jurnal nasional dan juga buku. Selanjutnya, data-data yang ada dianalisis dengan cara mengklasifikasi, menemukan adanya persamaan maupun perbedaannya, menguraikan pendapat untuk digabungkan.

Dengan menggunakan pendekatan ini dilakukan beberapa langkah umum. Pertama, merencanakan penelitian dan tujuan penelitian supaya diketahui gambaran jelas terkait topik penelitian yang akan dibahas. Kedua, setelah diketahui tujuan dan topik penelitian peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan data sekunder, seperti jurnal-jurnal, buku, atau skripsi terdahulu. Ketiga, melakukan analisis data secara mendalam dan deskriptif dengan diidentifikasi pola, tema, atau tren yang ditemukan dari data yang ada. Keempat, melakukan interpretasi data yaitu suatu proses untuk menganalisis data lebih mendalam sehingga ditemukan pemahaman yang luas terkait topik yang diteliti. Kelima, melakukan penyajian data dari hasil teknik pengumpulan data yang telah dilakukan. Tujuan menyajikan data yaitu supaya peneliti dapat menjelaskan dan memahami suatu masalah yang sedang diteliti. Keenam, melakukan validasi dan verifikasi untuk memastikan bahwa data atau pernyataan yang telah disusun benar-benar valid atau teruji. Jika terdapat data yang salah maka akan dilakukan revisi atau evaluasi berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-Peken merupakan suatu platform jual beli online atau marketplace yang didirikan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk umum sejak tahun 2021. Tujuan dari dibentuknya E-Peken ini adalah untuk meningkatkan pemasaran produk-produk UMKM di Kota Surabaya dan sebagai upaya untuk membantu memenuhi kebutuhan seluruh warga khususnya warga Kota Surabaya.

E-Peken menjadi situs belanja online milik Pemkot Surabaya yang dinyatakan Go Publik pada 1 April 2022. Platform ini menunjukkan kenaikan transaksi sebesar 74 persen jika dibandingkan transaksi pada Maret 2022. Selama Juli 2021 - April 2022, total transaksi e-Peken mencapai Rp 14,491 miliar (Surabaya.go.id, 2022). Situs web ini tidak mengambil untung, sehingga e-Peken hanya sebagai regulator untuk memfasilitasi pelaku Toko Kelontong, UMKM, dan konsumen. E-Peken Surabaya merupakan mitra daring Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang Jasa Pemerintah (LKPP) pada Bela (Belanja Langsung Awal) launching E-Peken Surabaya, pemkot mewajibkan seluruh ASN untuk memindahkan kebiasaan belanjanya ke E-Peken Surabaya.

Meskipun penjualan produk menggunakan E-Peken hanya bisa dilakukan oleh penjual yang ber-KTP Surabaya, akan tetapi masyarakat luar kota dapat berbelanja melalui situs E-Peken. Omset E-Peken dari tahun ke tahun mengalami peningkatan hingga mencapai Rp 60 miliar dengan jumlah pengguna kurang lebih ratusan ribu orang. Berbelanja di E-Peken masyarakat dapat menemukan toko kelontong online yang menjual kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari. Selain itu, juga banyak ditemukan produk-produk dari UMKM yang menjual fashion atau pakaian, handycraft, hingga kuliner.

Dalam hal ini E-Peken telah menunjukkan potensi besar sebagai platform e-commerce yang berfokus pada produk lokal. Dengan pengembangan yang berkelanjutan dan kolaborasi dengan berbagai pihak. E-Peken dapat menjadi platform yang menjembatani UMKM Surabaya dengan konsumen di seluruh Indonesia. Dengan ini akhirnya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional.

1. Perencanaan Bisnis UMKM Melalui E-Peken di Kota Surabaya

Perencanaan bisnis yang tepat merupakan langkah awal untuk dalam menentukan keberlanjutan bisnis yang akan dijalankan. Melalui rencana bisnis yang tepat para UMKM akan memiliki gambaran terkait hal-hal apa saja yang harus dilakukan dan dipersiapkan ketika menggunakan E-Peken untuk berwirausaha. Tanpa perencanaan yang tepat, tujuan yang ingin dicapai sulit untuk tercapai. Dalam menetapkan perencanaan bisnis, para UMKM di kota Surabaya juga perlu menyesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki sehingga kegiatan operasional bisnis yang dijalankan berjalan dengan semestinya. Perencanaan bisnis melalui E-Peken tidak hanya

dilakukan oleh para UMKM tetapi juga pemerintah setempat. Hal ini, dikarenakan pemerintah yang menghadirkan situs E-Peken dan sudah semestinya mereka mempersiapkan dukungan teknis, sehingga E-Peken dapat dioperasikan dengan baik.

Terdapat beberapa langkah umum yang dapat dilakukan pemerintah ketika meluncurkan E-Peken bagi UMKM:

- a. Mempersiapkan pendaftaran E-Peken untuk UMKM di Kota Surabaya. Sebelum dapat bergabung di E-Peken, para UMKM diberikan beberapa persyaratan khusus untuk pendaftaran produk atau bisnisnya di web E-Peken. Pemerintah Kota Surabaya mempersiapkan pendaftaran yang mudah dengan memanfaatkan jejaring online. UMKM yang kesulitan mendaftar akan dialihkan untuk menghubungi nomor terkait. Pemerintah Kota Surabaya menyediakan E-Peken dengan tidak dipungut biaya sehingga dapat memudahkan para UMKM yang memiliki modal dan kendala terbatas. Hal ini, juga menjadi pembeda situs E-Peken dengan situs jual beli online lainnya.
- b. Melakukan pendidikan, pelatihan, dan promosi terkait E-Peken kepada masyarakat umum. Melalui media sosial Pemerintah Kota Surabaya perlu mensosialisasikan adanya E-Peken khususnya bagi UMKM untuk dapat dikenal dan dipelajari. Selain itu, masyarakat umum perlu diajak untuk berbelanja melalui E-Peken. Pendidikan, pelatihan, dan promosi terkait E-Peken perlu mendapatkan bantuan dari berbagai pihak seperti komunitas sosial atau civitas akademika yang ada. Hal ini akan membantu pemerintah untuk memperkenalkan E-Peken dengan cepat kepada masyarakat di Kota Surabaya. Saat ini penggunaan E-Peken telah dimanfaatkan oleh sebagian besar UMKM di kelurahan Surabaya, seperti pada Kelurahan Semolowaru dan Kelurahan Keputran Kejambon (Brianita et al., 2023).
- c. Mempersiapkan jaringan koneksi dan dukungan teknis. Pemerintah Kota Surabaya perlu memperbaiki web E-Peken untuk menyediakan fitur-fitur atau layanan yang memudahkan para UMKM untuk menjalankan operasional bisnisnya. Saat ini E-Peken berbasis situs web mobil, diharapkan kedepannya sudah berbasis Android atau IOS. Fitur-fitur yang telah disediakan tersebut nantinya akan menjadi faktor kuat untuk mempengaruhi para UMKM menggunakan E-Peken. Kemudahan menggunakan fitur yang ada perlu diperhatikan mengingat masih banyak UMKM yang gagap teknologi. Selain itu, para UMKM perlu difasilitasi jaringan koneksi dengan investor dan pelaku bisnis lain. Dengan adanya jembatan koneksi tersebut dapat memudahkan untuk mengembangkan bisnis melalui E-Peken.

Para UMKM yang ingin memanfaatkan E-Peken untuk merencanakan bisnisnya juga perlu melakukan beberapa langkah. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan diantaranya:

- a. Melakukan analisis SWOT. Melalui analisis SWOT para UMKM dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan atau ancaman untuk merencanakan bisnisnya melalui E-Peken. Dengan analisis SWOT para UMKM dapat mempersiapkan sumber daya dengan efektif dan efisien sehingga akan meminimalisir tantangan dan hambatan yang akan terjadi. E-Peken merupakan sebuah platform marketplace baru yang didirikan oleh Pemerintah Kota Surabaya, sehingga perlu adanya adaptasi dan penyesuaian bagi para penggunanya.
- b. Mempersiapkan berkas atau persyaratan yang akan digunakan untuk mendaftarkan bisnisnya di web E-Peken. Para UMKM perlu mempersiapkan dokumen atau surat penting untuk melakukan pendaftaran atau registrasi awal menggunakan E-Peken. Langkah ini sangat penting untuk diperhatikan karena akan mempengaruhi status pendaftaran bisnis kedepannya. Jika terdapat kesalahan pada langkah pendaftaran maka dapat menghambat proses yang lain dalam melakukan pendaftaran.

Adapun syarat-syarat pendaftaran E-Peken bagi UMKM di kota Surabaya yaitu :

- 1) Memiliki KTP Surabaya.
- 2) Memiliki NIB atau legalitas usaha.
- 3) Memproduksi produk di Surabaya.
- 4) Produk yang dijual adalah buatan sendiri, bukan produk orang lain atau reseller.

- 5) Mengaktifkan rekening Bank Jatim.
 - 6) Membuat kode QRIS Bank Jatim.
 - 7) Memiliki merchant Jatim.
 - 8) Memiliki Key Jatim.
 - 9) Memastikan untuk terminal user Jatim.
 - 10) Mengisi formulir di kantor Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Surabaya (Gedung Siola lantai 3, Jl. Tunjungan no. 1-3, Surabaya).
- c. Mempelajari informasi E-Peken khususnya fitur-fitur yang telah disediakan. Langkah ini menjadi langkah pokok bagi para UMKM untuk menentukan berhasil atau tidaknya kegiatan bisnis atau usahanya dengan menggunakan E-Peken. Pertama, para UMKM harus memahami informasi bisnisnya dengan baik seperti deskripsi produk terkait atau informasi umum terkait usaha atau bisnisnya. Kedua, mencantumkan data lengkap termasuk nama lengkap, nama bisnis, nomer telepon, alamat, dan lain sebagainya pada E-Peken supaya mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari konsumen yang berbelanja di E-Peken. Ketiga, mempersiapkan foto atau gambar produk atau layanan yang nantinya akan dipromosikan pada web E-Peken. Hal ini, juga akan mempengaruhi kelayakan usaha atau bisnis pada E-Peken sehingga para UMKM dapat meningkatkan omset dan profitnya. Keempat, mempelajari cara sistem penjualan pada web E-Peken mulai dari menerima pesanan sampai mengirim pesanan kepada konsumen. Selain itu, juga mempelajari sistem transaksi atau pembayaran dari E-Peken.

Langkah- langkah yang dilakukan Pemerintah Kota Surabaya dan para UMKM untuk merencanakan usaha atau bisnis melalui E-Peken perlu dipertimbangkan dengan baik. Adanya persiapan yang matang dan edukasi yang lengkap terkait E-Peken akan memudahkan para UMKM untuk meraih kesuksesan usahanya dengan memanfaatkan E-Peken. Pemerintah daerah juga akan mendapatkan keuntungan jika kondisi UMKM semakin membaik. Keuntungan bagi pemerintah daerah antara lain yaitu:

- 1) E-Peken membantu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan membantu UMKM Surabaya berkembang dan menciptakan lapangan pekerjaan.
- 2) Peningkatan pendapatan UMKM dan penciptaan lapangan pekerjaan akan meningkatkan pendapatan pajak bagi pemerintah daerah.
- 3) E-Peken berperan dalam memperkuat ekonomi digital di Surabaya dan mendorong transformasi digital bagi UMKM.
- 4) Keberhasilan E-Peken dapat meningkatkan citra Kota Surabaya sebagai kota yang inovatif dan ramah UMKM.

2. Bagaimana Efektivitas Strategi Pemasaran dan Promosi Melalui Platform E-Peken dalam Mengembangkan Produk UMKM di Kota Surabaya.

Berdasarkan idtesis.com dalam (Vanni & Nadan, 2023), efektivitas pemasaran berkaitan dengan sejauh mana perusahaan atau dalam penelitian ini UMKM di Kota Surabaya dapat mencapai sasaran yang sebelumnya telah ditetapkan. Dengan kata lain, apabila suatu strategi pemasaran dapat dilakukan secara maksimal sesuai dengan yang telah direncanakan atau ditargetkan sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa pemasarannya sudah efektif.

Mengukur efektivitas dari suatu proses strategi pemasaran merupakan suatu kegiatan merencanakan, menentukan harga, melakukan kegiatan promosi dan pendistribusian barang serta melakukan evaluasi hasil dari kegiatan seorang pemasar. Proses ini dilakukan untuk mengetahui apakah proses dalam suatu promosi sudah terlaksana dengan tepat atau belum.

Menurut Yusmalina & Dharmawan (2023) terdapat beberapa fungsi dan keunggulan E-Peken dalam mendukung efektivitas strategi pemasaran dan promosi dalam mengembangkan produk UMKM di Kota Surabaya. Fungsi dan keunggulan E-Peken meliputi:

- a. Dapat melakukan promosi digital. Dalam E-Peken para UMKM dapat melakukan promosi atau iklan dengan lebih mudah. Hal ini dapat menghemat sumber daya yang dimiliki serta meningkatkan branding dari produk UMKM terkait. Selain itu, dalam E-Peken para UMKM difasilitasi untuk tetap terhubung di media sosial yang lain, sehingga kegiatan promosi dapat

dilakukan dengan efektif dan efisien. Banyak peluang melakukan promosi juga meningkatkan penjualan dan pembelian yang terjadi di E-Peken. Dengan hal tersebut, UMKM yang ada perlahan akan mampu bersaing dengan sektor bisnis yang lebih besar, sehingga tetap bertahan mengikuti perkembangan zaman.

- b. Dapat mencapai target pasar yang lebih luas. E-Peken merupakan marketplace yang tidak hanya bisa diakses oleh pembeli di Kota Surabaya, melainkan dapat diakses oleh masyarakat di luar Kota Surabaya. Hal ini, dapat meningkatkan keterjangkauan pasar yang lebih luas, sehingga produk UMKM tidak hanya dikenal oleh masyarakat Kota Surabaya sendiri, tetapi juga dikenal secara global. Peningkatan penjualan produk UMKM tentunya tidak hanya menguntungkan mereka sebagai penjual, tetapi juga menguntungkan bagi pemerintah untuk meningkatkan pendapatan melalui pajak penjualan atau mengeksport produk-produk UMKM di mancanegara.
- c. E-Peken menyediakan alat analisis yang membantu UMKM mengontrol perkembangan promosi atau pemasaran yang dilakukan. Dengan ini para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan fitur-fitur yang telah disediakan oleh E-Peken, seperti pemberian diskon untuk menarik minat pelanggan lokal (Meiliya & Dwiridotjahjono, 2024). Preferensi pasar dan kebutuhan atau permasalahan konsumen akan berubah mengikuti situasi dan kondisi yang ada. Melalui analisis data tersebut para UMKM dapat menjalankan evaluasi dan strategi pemasaran atau promosi dengan tepat. Penetapan strategi yang tepat tentunya tidak mudah untuk dilakukan. Oleh karena itu, perlu pemahaman dan analisis yang baik terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh secara signifikan.
- d. Adanya fitur toko online yang membantu para UMKM menjual produk kepada konsumen yang membeli melalui web E-Peken. Fitur ini menjadi sangat penting karena kegiatan pokok pada usaha adalah kemudahan bertransaksi dan berinteraksi antara penjual dengan pembeli. Dengan fitur tersebut para UMKM tidak perlu mengeluarkan uang untuk membeli ruko atau menyewa tempat lokasi usaha. Melalui toko online mereka dengan mudah memposting produk yang dijual dan dapat mengakses kapanpun dan dimanapun. Manajemen stok dan produksi dapat dijalankan dengan efektif dan efisien melalui web E-Peken.
- e. Menjalani mitra atau koneksi dengan pihak lain. E-Peken memberikan kesempatan bagi para UMKM untuk menjalin kerja sama dengan pemasok bahkan bekerjasama dengan platform jual beli online yang lain. Adanya kolaborasi ini diharapkan supaya membantu UMKM untuk meningkatkan citra merek mereka sehingga dapat dikenal dan dijangkau oleh masyarakat luas. Melalui E-Peken mengubah persaingan global menjadi peluang untuk tetap mengembangkan produk-produk yang ada.
- f. Menyediakan pelatihan atau edukasi gratis terkait E-Peken. Berbeda dengan platform jual beli online atau e-commerce pada umumnya, E-Peken tidak memungut biaya pendaftaran apapun dan menyediakan akses gratis untuk mempelajari dan mengakses tutorial yang telah disediakan. Walaupun terdapat biaya atau admin atau pajak yang dikenakan, jumlahnya tidak sebesar yang lain. Bahkan E-Peken memfasilitasi konsultasi gratis kepada bidang terkait sehingga para UMKM dapat menyelesaikan permasalahan dengan tepat.

Fungsi dan keunggulan yang dijabarkan di atas akan memengaruhi efektivitas strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan. Dengan memahami fungsi atau keunggulan tersebut diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan E-Peken dengan tepat sehingga mereka mudah untuk mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya. Untuk mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya, para pelaku UMKM dapat menyediakan layanan atau produk yang memiliki kualitas tinggi dan mendatangkan kepercayaan dari calon konsumen baik dari masyarakat Kota Surabaya sendiri maupun dari luar kota. Selain itu, para pelaku UMKM juga bisa melakukan inovasi produk maupun jasa yang ditawarkan agar tidak mengalami ketertinggalan dengan para pesaing (kompetitor).

3. Tantangan dan Hambatan yang Dihadapi oleh UMKM di Kota Surabaya dalam Mengembangkan Bisnis Melalui E-Peken.

Tantangan dan hambatan tentunya akan selalu dialami oleh para pelaku usaha terutama UMKM. Apalagi di era digital sekarang yang menyebabkan perubahan semakin cepat, para pelaku UMKM ini dituntut untuk terus mengikuti perkembangan perubahan yang ada agar tidak tertinggal dari yang lain. Namun, hal ini tidaklah mudah dilakukan oleh para pelaku UMKM yang masih berpatokan pada standar jual beli secara tradisional. Dengan demikian diperlukan peran pemerintah untuk membantu para pelaku UMKM ini untuk meminimalisir dan menghadapi adanya tantangan dan hambatan yang mengancam bisnis dari pelaku UMKM ini.

Menurut (Dwijayanti & Prabowo, 2023) agar langkah pemerintah dalam melaksanakan strategi kemampuan finansial dan strategi pengaturan serta pengendalian terkait E-Peken berjalan sesuai target dan rencana. Pemerintah perlu melakukan langkah untuk melaksanakan strategi pemasaran dan pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan pengguna E-Peken belum dilakukan secara maksimal. Berdasarkan hal tersebut mengakibatkan munculnya tantangan dan hambatan yang akan dihadapi oleh UMKM di Kota Surabaya dalam mengembangkan bisnis melalui E-Peken. Adapun tantangan dan hambatan tersebut meliputi :

- a. Pengetahuan dan keterampilan yang terbatas bagi UMKM yang gagap teknologi. Seperti contohnya pelaku UMKM kurang atau bahkan tidak memahami bagaimana cara membuat laporan keuangan sederhana yang bisa dioperasikan lewat HP (Kusuma et al., 2023). Sosialisasi, promosi, atau pelatihan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengaplikasikan E-Peken belum merata secara keseluruhan. Apalagi kebanyakan UMKM adalah dari kalangan yang rata-rata tidak memiliki kemampuan digitalisasi yang kurang baik. Hal ini menjadi tugas bagi pemerintah untuk terus mensosialisasikan penggunaan E-Peken kepada para UMKM. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan tentunya akan menghambat para UMKM untuk menggunakan aplikasi E-Peken untuk mengoperasikan bisnis mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan jiwa ketekunan dan kegigihan menghadapi tantangan atau hambatan tersebut, serta mental positif untuk mengikuti perkembangan zaman.
- b. Bersaing dengan sektor bisnis yang lebih besar. Dengan para UMKM mengikuti perkembangan teknologi bukan berarti persaingan tidak terjadi lagi. Seperti halnya pada kasus penutupan aplikasi Tiktok Shop karena dianggap merugikan para penjual di Pasar Tanah Abang. Setelah Tiktok Shop ditutup bukan berarti penjualan akan bisnis kecil akan meningkat. Jadi, semua berasal dari kesadaran diri sendiri mau atau tidak mengikuti perkembangan zaman yang ada. Maka dari itu, persaingan yang ada seharusnya tidak digunakan sebagai ajang untuk mematikan bisnis, tetapi juga sebagai peluang untuk meningkatkan kerjasama dan menjalin kolaborasi untuk sama-sama meningkatkan omset penjualan.
- c. Kurangnya kepercayaan masyarakat untuk membeli produk di E-Peken. Hal ini juga dapat disebabkan oleh faktor sosialisasi yang kurang dari pemerintah maupun beberapa pihak terkait. Masyarakat yang memiliki pengetahuan kurang terkait E-Peken akan merasa ragu untuk melakukan pembelian dan berbelanja di aplikasi E-Peken. Oleh karena itu, menumbuhkan citra atau penilaian yang positif terhadap E-Peken harus melalui beberapa proses yang panjang. Hal inilah yang menjadi penghambat para UMKM melakukan penjualan produk melalui E-Peken. Jika tantangan dan hambatan ini diabaikan maka akan susah pelaku UMKM mengembangkan bisnisnya melalui E-Peken.
- d. Keamanan dan Privasi yang belum maksimal. Hal ini juga disebabkan oleh faktor sumber daya manusia yang belum optimal untuk menjalankan dukungan teknis pada E-Peken. Keamanan dan privasi juga menjadi kunci keberhasilan menggunakan menggunakan sebuah situs atau aplikasi. Adanya keamanan dan privasi yang baik tentunya akan mengurangi kepercayaan konsumen dan pengguna. Permasalahan keamanan dan privasi masih sering terjadi di berbagai e-commerce besar apalagi pada E-Peken yang berada pada tahap pertumbuhan dan pengembangan. Adanya hambatan dan tantangan tersebut juga perlu diperhatikan supaya tidak menghambat kegiatan yang dilakukan.

4. Solusi Menghadapi Tantangan dan Hambatan yang Dihadapi oleh UMKM di Kota Surabaya dalam Mengembangkan Bisnis Melalui E-Peken.

Perlu adanya kerjasama dari berbagai pihak untuk menghadapi dan menyelesaikan tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh para UMKM Kota Surabaya ketika menggunakan E-Peken. Adanya pemerintah, komunitas, paguyuban, dan kepentingan lainnya harus saling mendukung dan bekerjasama sampai permasalahan dapat diminimalisir dan tidak menyebabkan risiko yang besar. Adapun solusi yang dapat dilakukan diantaranya :

- a. Melaksanakan program sosialisasi, promosi, atau pelatihan secara rutin terkait E-Peken. Adanya program-program sosialisasi, promosi, atau pelatihan kepada UMKM bahkan masyarakat luas dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan terkait penggunaan teknologi pada situs E-Peken (Pujianti et al., 2022). Hal ini juga termasuk edukasi untuk memasarkan produk secara digital, tutorial untuk para pengguna pemula, pengelolaan manajemen, dan edukasi tentang keamanan cyber. Melalui program tersebut akan berpengaruh besar pada kondisi para UMKM yang memang benar-benar ingin memanfaatkan E-Peken untuk mengembangkan bisnisnya. Perlu adanya konsistensi dan sinergi dari pemerintah untuk selalu menggalakkan situs E-Peken untuk dipelajari oleh para UMKM dan masyarakat luas. Program ini tentunya tidak hanya bisa dilakukan oleh pemerintah setempat, melainkan juga berbagai pihak dengan kepentingan atau tujuan sama. Misalnya, dari komunitas wirausahawan mengadakan sosialisasi kepada para UMKM di suatu kelurahan sekitar terkait penggunaan E-Peken dalam mendukung keberlanjutan bisnis. Selain itu, bisa juga dari mahasiswa KKN atau Bina Desa yang memiliki program kerja untuk melakukan pelatihan kepada para UMKM lokal sebagai suatu bentuk pemberdayaan para pelaku UMKM (Gaza L et al., 2024). Pada sisi lain masyarakat setempat perlu ikut mendukung adanya E-Peken untuk memperbaiki ekonomi bersama dan memudahkan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Tanpa adanya kontribusi yang maksimal dari UMKM atau masyarakat luas program sosialisasi, promosi, atau pelatihan ini tidak akan berjalan dengan baik dan maksimal.
- b. Memperkuat regulasi bagi para pengguna E-Peken dan menjamin perlindungan konsumen. Hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas bagi para pengguna E-Peken. Beberapa cara yang dilakukan untuk memperkuat regulasi bagi para pengguna E-Peken dan menjamin perlindungan konsumen adalah dengan privasi data, keamanan bertransaksi online, dan perlindungan konsumen untuk membangun kepercayaan dalam operasional bisnis online. Hal ini akan membantu UMKM atau pembeli untuk terjamin keamanan dan kepercayaannya.
- c. Memperbaiki akses dan infrastruktur teknologi. Dalam hal ini adalah mencakup kemudahan dalam menggunakan situs E-Peken baik secara online maupun offline. Beberapa masyarakat mungkin masih terkendala dengan sistem internet. Oleh karena itu, penggunaan E-Peken diharapkan dapat tetap bekerja walaupun tidak ada jaringan internet. Selain itu, memperbaiki akses juga termasuk memberikan kemudahan bagi para UMKM untuk menjalin kemitraan bagi pihak luar dan menyediakan kebutuhan logistik dengan mudah seperti kemudahan pengiriman, kemudahan mengirim dan menerima dana transaksi, dan lain-lain. Hal ini secara tidak langsung akan mengurangi bahkan dapat menyelesaikan hambatan dan tantangan yang ada.

KESIMPULAN

Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, peran teknologi menjadi krusial bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperkuat posisi dan meningkatkan daya saingnya. Di Kota Surabaya, pemerintah telah meluncurkan platform E-Peken sebagai solusi untuk mendukung pemasaran produk-produk UMKM secara online. Namun, dalam mengimplementasikan E-Peken, berbagai tantangan dan hambatan telah muncul yang mempengaruhi efektivitas penggunaan platform ini oleh UMKM.

Dalam upaya memperkuat bisnis UMKM melalui E-Peken, Pemerintah Kota Surabaya telah merancang berbagai strategi perencanaan bisnis. Langkah-langkah ini meliputi pendaftaran,

pendidikan, pelatihan, promosi, serta penyediaan infrastruktur teknis yang mendukung. Namun, masih terdapat hambatan terkait pengetahuan dan keterampilan teknologi yang terbatas, persaingan dengan sektor bisnis yang lebih besar, kurangnya kepercayaan masyarakat, dan masalah keamanan serta privasi.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan kerjasama antara pemerintah, komunitas, dan berbagai pihak terkait. Program sosialisasi, promosi, dan pelatihan perlu ditingkatkan secara konsisten untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknologi UMKM. Selain itu, regulasi yang kuat dan perlindungan konsumen yang baik akan memperkuat kepercayaan dalam penggunaan E-Peken. Perbaikan akses dan infrastruktur teknologi juga diperlukan untuk memastikan kelancaran operasional platform ini.

Dengan adanya upaya bersama dalam mengatasi tantangan dan hambatan, diharapkan UMKM di Kota Surabaya dapat memanfaatkan E-Peken secara optimal untuk mengembangkan bisnis mereka. Hal ini tidak hanya akan memberikan manfaat ekonomi bagi UMKM itu sendiri, tetapi juga akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). Inovasi Aplikasi E-Peken: Optimalisasi Potensi UMKM Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4 (2), 396-409.
- Albarsyah, V. (2023). Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 90-97. <https://doi.org/10.59561/jmeb.v1i2.82>
- Alysia, V. (2021). Kajian Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui E-Peken Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 1 (2), 10-18.
- Brianita, O., Dindaputri, Z. N., & Harmawan, B. N. (2023). Sosialisasi Aplikasi E-Peken Sebagai Sarana Penjualan Online UMKM Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7 (3), 1640-1645.
- Dwijayanti, I. M., & Prabowo, B. (2023). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Keputran Kejambon II Melalui Web E-Peken Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (3), 287-294.
- Ernawati, Y., Sodikin, M., & Supeni, E. (2022). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2 (2), 390-404. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.192>
- Gaza L, N. D., Zawawi, & Warmana, G. O. (2024). Pemberdayaan UMKM Rusun Penjaringan Sari Melalui Pendampingan Pemanfaatan E-PEKEN Guna Bersaing Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, Vol. 5 (1), 886-891.
- Kusuma, P. F., Anggraini, D. I., & Pujiyanto. (2023). PPM Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Oleh Pedagang E-Peken Kecamatan Tegalsari Surabaya. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1-12.
- Meiliya, A., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Pengembangan UMKM Indogift Di Surabaya. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 6 (1), 340-347.
- Mulia, R. A., & Putri, R. P. (2022). Pengaruh Tingkat Kemiskinan dan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *JIEE: Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi*, 2 (1), 22-33.
- Pujianti, D., Setiyoko, N., Diptyana, P., & dkk. (2022). Pelatihan Pengembangan Konten Digital Marketing Berbasis E-Peken Di Leny Catering - Surabaya. *ETAM : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2 (2), 148-155.
- Purwanza, S. W., Wardhana, C. A., Mufidah, A., & dkk. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. CV. Media Sains Indonesia.
- Surabaya.go.id. (2022). Lewat E-Peken Surabaya, Omzet Toko Kelontong Bisa Mencapai Puluhan Juta. Pemerintah Kota Surabaya. Retrieved April 1, 2024, from

- <https://surabaya.go.id/id/berita/68372/lewat-e-peken-surabaya-omzet-toko-kelontong-bisa-mencapai-puluhan-juta>
- Surabaya.go.id. (2022). Transaksi E-Peken Sampai Dengan April 2022 Capai Rp 14.491 Miliar. Pemerintah Kota Surabaya. Retrieved April 1, 2024, from <https://www.surabaya.go.id/id/berita/66491/transaksi-e-peken-sampai-dengan>
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3 (2), 237-248.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (1), 2896-2910.
- Yusmalina, A. E., & Dharmawan, A. (2023). Komunikasi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Aplikasi E-Peken Di Surabaya. *The Commercium*, 6 (3), 62-71. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/52259>