



Otimalisasi Potensi Ekonomi Lokal: Strategi Penguatan Dan Implikasi Positif Peran Umkm Kelurahan Made Kota Surabaya

Yola Erlanda

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : yolaerlanda@gmail.com

Ghulam Maulana Ilman

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : ghulammaulana@untag-sby.ac.id

Abstrak : *Made Village in Surabaya City has diverse economic potential, especially in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector. This potential includes local products, handicrafts, traditional food, and tourism. MSMEs in Made Village include the processing of sengon nuts and soy milk. However, there are opportunities to develop these MSMEs through appropriate strengthening strategies. Strengthening MSMEs in Made Village through approaches such as skills training, increasing market access through digital platforms, developing collaboration networks, and implementing information technology can be strategic steps to increase the competitiveness and growth of MSMEs. This research uses a qualitative descriptive method. The author uses secondary research data sources to support research obtained from print and electronic media. Secondary data is a previously existing data source, obtained by researchers indirectly through intermediary media. With diverse economic potential, especially in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector. From the author's short interview with MSME partners, sengon bean and soy milk entrepreneurs. Strategy efforts to strengthen MSMEs in Made Village, Surabaya City start from ensuring the quality of the products or services offered remains superior, to maintaining good relationships with customers. This also includes monitoring the market and being flexible to changing trends and consumer needs. What is no less important is paying attention to operational efficiency and managing finances wisely to maintain the financial health of entrepreneurs. Strategic efforts are needed to strengthen such as developing local partnerships, community empowerment, promotion and marketing, product diversification and access to financing. Apart from that, the government needs to make efforts to support MSMEs through Article 97 of the Job Creation Law. The government allocates funds to the community to help MSMEs to operate and reach the market. thus providing positive implications for entrepreneurs (MSMEs) and local residents. Advice from researchers for MSME business actors to innovate more creatively and keep up with current developments by utilizing the latest technology, and also involving local residents to participate in improving the local economy.*

Keywords : *strengthening, UMKM, Kelurahan Made*

Abstract : *Desa Made di Kota Surabaya memiliki potensi ekonomi yang beragam, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Potensi ini mencakup produk-produk lokal, kerajinan tangan, makanan tradisional, serta wisata. UMKM yang ada di Kelurahan Made seperti pengolahan kacang sengon dan susu kedelai. Namun, ada peluang untuk mengembangkan UMKM ini melalui strategi penguatan yang tepat. Penguatan UMKM Kelurahan Made melalui pendekatan seperti pelatihan keterampilan, peningkatan akses pasar melalui platform digital, pengembangan jaringan kerjasama, dan penerapan teknologi informasi dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis menggunakan sumber data penelitian sekunder sebagai pendukung penelitian yang diperoleh dari media cetak dan media elektronik. Data sekunder adalah sumber data yang telah ada sebelumnya, diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Dengan adanya potensi ekonomi yang beragam, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari wawancara singkat penulis dengan mitra UMKM pengusaha kacang sengon dan susu kedelai Upaya Strategi Penguatan UMKM di Desa Made, Kota Surabaya mulai dari memastikan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan tetap unggul, hingga menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Ini juga termasuk dalam memantau pasar dan bersikap fleksibel terhadap perubahan tren dan kebutuhan konsumen. Yang tak kalah pentingnya adalah memperhatikan efisiensi operasional dan mengelola keuangan dengan bijak untuk menjaga kesehatan finansial pengusaha. Diperlukan upaya strategi dalam penguatan seperti pengembangan kemitraan lokal, pemberdayaan komunitas, promosi dan pemasaran, diversifikasi produk dan akses pembiayaan. Selain itu, perlu upaya pemerintah untuk mendukung umkm melalui Pasal 97 Undang-Undang Cipta kerja pemerintah mengalokasikan dana kepada masyarakat untuk membantu UMKM untuk operasional maupun untuk menjangkau pasar. sehingga memberikan implikasi positif kepada pengusaha (UMKM) dan warga sekitar. Saran dari peneliti untuk para pelaku usaha umkm untuk berinovasi lebih*

kreatif dan mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi terbaru, dan juga melibatkan warga sekitar untuk ikut serta dalam meningkatkan ekonomi lokal.

Kata kunci : Penguatan, UMKM, Kelurahan Made

LATAR BELAKANG

Desa Made di Kota Surabaya memiliki potensi ekonomi yang beragam, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Potensi ini mencakup produk-produk lokal, kerajinan tangan, makanan tradisional, serta wisata. UMKM yang ada di Kelurahan Made seperti pengolahan kacang sengon dan susu kedelai

Warga awalnya memiliki ide untuk membuat Usaha Kacang Sengon sebagai produk penjualan dikarenakan lokasi made yang sangat strategis dengan pohon sengon yang tepatnya di Citraland sehingga berpikiran bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis kacang sengon memiliki potensi yang menarik dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat di berbagai daerah tropis. Kacang sengon, dengan kemampuannya tumbuh cepat dan memiliki banyak manfaat, menjadi sumber daya yang berharga bagi pelaku UMKM di sektor pertanian maupun industri pengolahan. UMKM dapat memanfaatkan kacang sengon untuk menghasilkan berbagai produk olahan. Pengolahan ini memberikan nilai tambah pada hasil panen kacang sengon dan menciptakan peluang bisnis lokal. Kacang sengon dapat menjadi bahan baku yang berkelanjutan bagi industri lokal (Akbhari & Prathama, 2023). dengan memanfaatkan sumber daya secara berkelanjutan dan memperkuat ketahanan lingkungan setempat. Ini juga memberikan peluang untuk mengembangkan pasar produk organik dan berkelanjutan. Melalui pelatihan, pendampingan, dan dukungan keuangan, UMKM kacang sengon dapat memberdayakan masyarakat lokal untuk menjadi pelaku ekonomi yang mandiri. Hal ini membantu mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan di Kelurahan Made . UMKM berbasis kacang sengon memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan, tetapi juga mempromosikan pengelolaan sumber daya alam yang bertanggung jawab dan pembangunan komunitas yang berdaya.

Selain kacang sengon, UMKM di Kelurahan Made yaitu produk susu kedelai. Penjual memanfaatkan peluang pasar yang terus berkembang, termasuk konsumen yang alergi terhadap susu sapi, intoleransi laktosa, atau yang mencari alternatif nabati yang sehat. Peningkatan kesadaran akan manfaat susu kedelai bagi kesehatan membuatnya menjadi produk yang diminati di berbagai segmen pasar. Lalu kemudahan dalam proses Produksi susu kedelai

relatif mudah dan memerlukan investasi awal yang terjangkau. Proses produksi yang sederhana memungkinkan UMKM untuk memulai bisnis dengan modal yang terbatas. Susu kedelai merupakan alternatif sehat dan ramah lingkungan bagi konsumen yang ingin mengurangi konsumsi produk susu hewani atau memiliki preferensi diet vegan atau vegetarian. Susu kedelai menjadi salah satu produk yang diminati karena kandungan gizinya yang seimbang dan rendah lemak jenuh. UMKM susu kedelai dapat melakukan inovasi dalam pengembangan produk, seperti variasi rasa (misalnya original, cokelat, vanilla, atau stroberi) inovasi ini dapat menarik minat konsumen baru dan memperluas pangsa pasar. Melalui pendekatan UMKM susu kedelai, masyarakat dapat lebih mudah mengakses alternatif susu yang sehat dan berkualitas tinggi. Dukungan untuk pengusaha kecil ini tidak hanya menggerakkan ekonomi lokal, tetapi juga mempromosikan gaya hidup yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan. Perkembangan UMKM susu kedelai juga mencerminkan perubahan menuju pangan yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan di masa mendatang.

UMKM memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian lokal. Memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, serta pelestarian budaya dan tradisi lokal. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM Desa Made juga menghadapi tantangan seperti akses terbatas terhadap pasar, pendanaan, teknologi, dan manajemen. Namun, ada peluang untuk mengembangkan UMKM ini melalui strategi penguatan yang tepat. Penguatan UMKM Kelurahan Made melalui pendekatan seperti pelatihan keterampilan, peningkatan akses pasar melalui platform digital, pengembangan jaringan kerjasama, dan penerapan teknologi informasi dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM. Penguatan UMKM Kelurahan Made di Kota Surabaya memiliki implikasi positif yang luas, antara lain peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, pelestarian kearifan lokal, diversifikasi ekonomi, dan pengurangan disparitas ekonomi antara perkotaan dan pedesaan.

Keterlibatan pemerintah daerah dan lembaga pendidikan, seperti perguruan tinggi, dalam mendukung optimalisasi potensi ekonomi lokal menjadi kunci sukses dalam mewujudkan strategi penguatan UMKM Kelurahan Made. Kolaborasi ini akan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Dengan demikian, upaya optimalisasi potensi ekonomi lokal melalui penguatan UMKM Kelurahan Made di Kota Surabaya bukan hanya akan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat, tetapi juga akan berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi daerah secara keseluruhan. Diperlukan komitmen dan sinergi dari berbagai pihak untuk mewujudkan visi ini demi mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat lokal.

KAJIAN TEORITIS

Pengembangan ekonomi di setiap daerah dapat diartikan proses pemerintah daerah dan masyarakatnya untuk memanfaatkan beberapa sumber daya lokal yang ada dan diharapkan dapat membuat pengembangan perekonomian bisa sedikit meningkat. Hal tersebut menyebabkan pengembangan ekonomi lokal sangat penting, karena dapat digunakan untuk menghasilkan suatu kesempatan atau lapangan kerja baru dan mendorong pembangunan perkembangan pertumbuhan ekonomi dalam suatu wilayah tersebut. Seperti Kebijakan yang mendukung usaha kecil dan menengah (UKM), insentif pajak, dan regulasi yang kondusif bagi investasi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Mendorong pengembangan sektor-sektor potensial lokal seperti pariwisata, pertanian, atau industri kreatif dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan daerah. Pemanfaatan sumber daya alam yang berkelanjutan dan efisien dapat menjadi faktor penting dalam menggerakkan ekonomi lokal, meskipun harus dikelola secara bertanggung jawab. Pentingnya perkembangan ekonomi lokal adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi disparitas ekonomi antarwilayah.

Strategi pemasaran menurut (Yanti & Idayanti, 2022) merupakan perencanaan menjangkau tujuan pasar serta konsumen yang menggunakan produk sehingga produk perusahaan dapat dikenal serta digunakan oleh konsumen selamanya. Penguatan dari strategi pemasaran yang baik akan meningkatkan produktivitas pemasaran di sebuah usaha. Strategi penguatan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat membantu dalam meningkatkan daya saing, pertumbuhan, dan keberlanjutan bisnis. Fokus pada peningkatan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini bisa meliputi peningkatan bahan baku, desain produk, atau proses produksi (Mohammad Nur Singgih, 2007). Mengembangkan variasi atau rangkaian produk yang lebih luas untuk menarik pelanggan yang berbeda dan mengurangi risiko bergantung pada satu produk saja. Meninjau dan meningkatkan efisiensi operasional serta proses bisnis, termasuk manajemen persediaan, produksi, dan distribusi, untuk mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas. Memperkuat upaya pemasaran dan branding untuk meningkatkan visibilitas dan citra merek UMKM. Ini dapat mencakup penggunaan media sosial, promosi lokal, dan kemitraan dengan influencer atau komunitas. Memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada pemilik UMKM dan karyawan untuk meningkatkan kemampuan manajerial, pemasaran, dan keuangan. Membangun kemitraan dengan pemasok lokal, distributor, atau institusi keuangan untuk mendapatkan akses ke sumber daya tambahan, pasar

baru, atau pembiayaan. Memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar Strategi penguatan UMKM haruslah berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan serta kondisi spesifik dari setiap bisnis. Kombinasi beberapa strategi ini dapat membantu UMKM tumbuh dan berhasil dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Menurut (Putra et al., 2021) pendidikan sebagai penyiapan tenaga kerja diartikan sebagai kegiatan membimbing peserta didik sehingga memiliki bekal dasar untuk bekerja. Melalui pendidikan seseorang dipersiapkan untuk memiliki bekal agar siap atau mengenal dan mengembangkan metode berfikir secara sistematis agar dapat memecahkan masalah yang akan dihadapi dalam kehidupan dikemudian hari. UMKM memiliki peran yang vital dalam menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan serta membantu mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Mendukung UMKM dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada perkembangan sosial dan ekonomi suatu negara.

METODE PENELITIAN

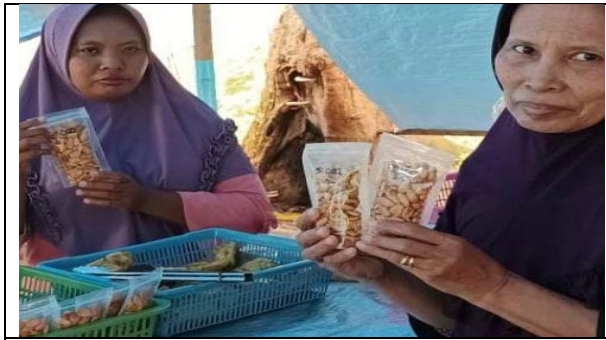
Metode penelitian yang adalah penelitian kualitatif, melalui pendekatan untuk memahami fenomena manusia melalui analisis deskriptif, tanpa menggunakan angka atau statistik. Metode ini melibatkan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, atau analisis teks untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konteks dan makna dari suatu fenomena.

Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden atau yang di berikan dari pemilik UMKM kacang sengon atas nama Bu Satomi dan UMKM Susu kedelai atas nama bapak Firman berdasarkan hasil wawancara yang diolah oleh penulis. Dan data sekunder penelitian ini dilakukan penelitian melalui jurnal, artikel serta dokumen yang masih berhubungan dengan materi dari peneliti yang berupa gambaran umum mengenai UMKM kacang sengon dan UMKM sari kedelai di Kelurahan Made, Kota Surabaya seperti Jurnal ilmu pemerintahan dari E- Peken sampai jurnal strategi pemasaran..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya potensi ekonomi yang beragam, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Potensi ini mencakup produk-produk lokal, kerajinan tangan, makanan tradisional, serta wisata. UMKM yang ada di Kelurahan Made seperti pengolahan kacang sengon dan susu kedelai sehingga menjadi pr bagaimana mempertahankan potensi tersebut.

Mempertahankan sebuah UMKM melibatkan berbagai strategi, mulai dari memastikan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan tetap unggul, hingga menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Permata Sari et al., 2023). Ini juga termasuk dalam memantau pasar dan bersikap fleksibel terhadap perubahan tren dan kebutuhan konsumen. Yang tak kalah pentingnya adalah memperhatikan efisiensi operasional dan mengelola keuangan dengan bijak untuk menjaga kesehatan finansial pengusaha.



Gambar 2. UMKM Kacang Sengon



Gambar 3. UMKM Susu Sari Kedelai

Dari wawancara singkat penulis dengan mitra UMKM pengusaha kacang sengon dan susu kedelai Upaya Strategi Penguatan UMKM di Desa Made, Kota Surabaya terdapat beberapa poin yang harus diperhatikan

1. Pengembangan Kemitraan Lokal

Mendorong UMKM Kelurahan Made untuk berkolaborasi dengan pemasok lokal, pengrajin, atau petani setempat guna memperluas jaringan pasokan dan menciptakan nilai tambah bagi produk-produk lokal. Pengembangan produk lokal bagi UMKM bisa melibatkan beberapa langkah, seperti riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen lokal, inovasi produk untuk membedakan dari pesaing, dan pemasaran yang tepat sasaran. Menggandeng komunitas lokal atau memanfaatkan bahan baku lokal juga bisa menjadi strategi yang baik.

2. Pemberdayaan Komunitas

Mengadakan program pelatihan dan pendampingan untuk membantu UMKM meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Pemberdayaan komunitas UMKM bisa dilakukan melalui berbagai cara, seperti pelatihan keterampilan, pendampingan dalam manajemen bisnis, akses ke pasar yang lebih luas melalui kolaborasi atau platform digital, serta pengembangan jaringan dan kerjasama antar-UMKM. Melibatkan mereka dalam kegiatan sosial dan pengembangan di wilayah Kelurahan Made juga dapat meningkatkan rasa memiliki dan keberlanjutan bisnis mereka.

3. Promosi dan Pemasaran

Menggunakan platform digital dan strategi promosi lokal untuk meningkatkan visibilitas UMKM Kelurahan Made, seperti melalui pameran lokal, media sosial, dan kemitraan dengan influencer lokal. Hal ini Promosi dan pemasaran bagi UMKM bisa dilakukan melalui berbagai saluran, mulai dari

media sosial, marketplace online, hingga acara lokal atau festival pasar. Memanfaatkan konten visual yang menarik, testimonial pelanggan, dan kolaborasi dengan influencer atau komunitas lokal juga dapat membantu meningkatkan eksposur dan penjualan. Penting juga untuk membangun identitas merek yang kuat dan konsisten untuk membedakan dari pesaing atau pengusaha yang lain di dalam UMKM ataupun diluar UMKM.

4. Diversifikasi Produk

Mendorong UMKM di Kelurahan Made untuk mengembangkan variasi produk berbasis potensi lokal, seperti produk makanan khas, kerajinan tangan, atau pariwisata berbasis budaya. Hal ini langkah strategis bagi UMKM untuk menjangkau lebih banyak segmen pasar dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk. Ini bisa dilakukan dengan mengeksplorasi variasi produk baru yang relevan dengan kebutuhan pasar, memperluas rangkaian produk dengan menambah fitur atau varian, atau mengembangkan produk terkait yang saling melengkapi. Melakukan riset pasar dan mendengarkan umpan balik konsumen dapat membantu mengidentifikasi peluang diversifikasi yang tepat.

5. Akses Pembiayaan

Membantu UMKM di Kelurahan Made mengakses pembiayaan mikro atau program dukungan keuangan lainnya untuk investasi dalam peralatan, bahan baku, atau pengembangan infrastruktur. Akses pembiayaan merupakan faktor penting bagi pertumbuhan UMKM. Mereka dapat mencari pembiayaan dari berbagai sumber, seperti lembaga keuangan tradisional, program pemerintah untuk UMKM, investor swasta, atau crowdfunding. Selain itu, membangun hubungan yang baik dengan bank atau lembaga keuangan lokal dan memiliki dokumen keuangan yang lengkap dan transparan dapat meningkatkan kemungkinan mendapatkan pembiayaan. Alternatif lain adalah memanfaatkan layanan fintech yang menyediakan pinjaman online dengan proses yang lebih cepat dan lebih mudah.



Gambar 1. Peran Kelurahan Made dalam mendukung program UMKM

Sesuai Pasal 97 Undang-Undang Cipta kerja pemerintah mengalokasikan dana kepada masyarakat untuk membantu UMKM untuk operasional maupun untuk menjangkau pasar. Sehingga, Pemerintah memiliki peran penting dalam perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) melalui kebijakan yang mendukung, penyediaan akses keuangan, pelatihan keterampilan, pembinaan, serta fasilitasi dalam pemasaran dan pengembangan pasar.

Ini membantu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan penciptaan lapangan kerja. Implikasi Positif Peran UMKM Desa Made, Kota Surabaya seperti :

1. Pemberdayaan Ekonomi Lokal

UMKM Desa Made dapat menjadi motor penggerak ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan sektor lainnya. UMKM dapat memberdayakan ekonomi lokal dengan berbagai cara, seperti Penyerapan Tenaga Kerja Lokal yang Memberikan peluang kerja bagi penduduk setempat untuk membantu mengurangi tingkat pengangguran di komunitas lokal. berkolaborasi dengan Pemasok Lokal Menggunakan bahan baku dari pemasok lokal untuk mendukung pertumbuhan ekonomi di sekitar dan memperkuat rantai pasok lokal, Mengadopsi Praktik Bisnis Berkelanjutan Mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasi bisnis untuk mendukung lingkungan dan masyarakat lokal, Memberikan Pelatihan dan Pendampingan dengan Mengadakan program pelatihan dan pendampingan untuk pengusaha lokal guna meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola bisnis, Promosi Produk Lokal yang Memasarkan produk-produk lokal secara aktif baik secara online maupun offline untuk meningkatkan kesadaran dan popularitas produk-produk lokal, Berpartisipasi dalam Inisiatif Komunitas Terlibat dalam kegiatan sosial atau program pengembangan ekonomi lokal seperti pasar petani atau festival seni untuk memperkuat ikatan dengan komunitas.

Dengan berkontribusi pada ekonomi lokal, UMKM dapat memainkan peran penting dalam memajukan pertumbuhan dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

2. Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

Keberhasilan UMKM Desa Made akan berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat setempat dengan meningkatkan daya beli dan akses terhadap produk dan layanan. Peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui UMKM dapat terjadi melalui beberapa cara seperti UMKM sering kali menjadi penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja di tingkat lokal. Dengan memberikan kesempatan kerja kepada penduduk setempat, UMKM membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan rumah tangga, Lalu Melalui pelatihan dan pendampingan, UMKM dapat membantu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan anggota masyarakat dalam berbagai bidang, seperti produksi, manajemen, dan pemasaran. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas UMKM tetapi juga membuka peluang karir yang lebih baik bagi masyarakat setempat, UMKM sering kali memiliki keterlibatan langsung dalam komunitas lokal, sehingga pendapatan yang dihasilkan dari bisnis tersebut dapat berputar kembali dalam ekonomi lokal melalui pembelian barang dan jasa dari usaha lainnya dalam komunitas tersebut, UMKM dapat menjadi sarana untuk pemberdayaan wanita dan kelompok rentan dalam masyarakat, seperti kaum muda atau difabel, dengan memberikan peluang kerja dan pendidikan keterampilan yang inklusif, UMKM sering kali terlibat dalam kegiatan sosial dan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dapat memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, seperti dukungan untuk pendidikan, kesehatan, atau lingkungan hidup.

Melalui kontribusi ini, UMKM dapat berperan sebagai agen perubahan positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat lokal.

3. Pelestarian Budaya dan Tradisi

UMKM yang menghasilkan produk berbasis budaya lokal akan membantu dalam melestarikan warisan budaya dan tradisi Desa Made, serta mempromosikan identitas daerah. Seperti di Kelurahan Made sangat kental dengan tradisi sedekah bumi turun temurun dari nenek moyang.

Sehingga peluang bagi UMKM dapat menggunakan produk mereka sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan budaya dan tradisi lokal kepada konsumen, UMKM dapat mendukung acara budaya lokal seperti festival seni, pasar tradisional, atau pameran budaya sebagai sponsor atau peserta aktif untuk memperkuat hubungan dengan komunitas dan mempromosikan warisan budaya.

Melalui upaya ini, UMKM dapat tidak hanya menjadi agen ekonomi tetapi juga pelaku penting dalam menjaga dan melestarikan keberagaman budaya dan tradisi lokal.

4. Keseimbangan Pembangunan Regional

Penguatan UMKM Desa Made dapat membantu menciptakan keseimbangan pembangunan antara perkotaan dan pedesaan di Kota Surabaya dengan memperkuat ekonomi di wilayah Kelurahan Made, Pemerintah dapat memberikan dukungan keuangan dan insentif pajak kepada UMKM yang berlokasi di daerah-daerah yang kurang berkembang untuk mendorong pertumbuhan bisnis, Pengembangan sektor pariwisata lokal dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi UMKM di daerah tersebut, sehingga membantu mengurangi ketimpangan pembangunan regional.

Pembahasan mengenai strategi penguatan UMKM di Desa Made, Kota Surabaya, dan implikasi positifnya akan memberikan gambaran tentang bagaimana UMKM dapat menjadi katalisator penting dalam mengoptimalkan potensi ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat identitas serta keberlanjutan wilayah tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat ditarik yaitu Mempertahankan sebuah UMKM melibatkan berbagai strategi, mulai dari memastikan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan tetap unggul, hingga menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Ini juga termasuk dalam memantau pasar dan bersikap fleksibel terhadap perubahan tren dan kebutuhan konsumen. Yang tak kalah pentingnya adalah memperhatikan efisiensi operasional dan mengelola keuangan dengan bijak untuk menjaga kesehatan finansial pengusaha.

Diperlukan upaya strategi dalam penguatan seperti pengembangan kemitraan lokal, pemberdayaan komunitas, promosi dan pemasaran, diversifikasi produk dan akses pembiayaan. Selain itu, perlu upaya pemerintah untuk mendukung umkm melalui Pasal 97

Undang-Undang Cipta kerja pemerintah mengalokasikan dana kepada masyarakat untuk membantu UMKM untuk operasional maupun untuk menjangkau pasar. sehingga memberikan implikasi positif kepada pengusaha (UMKM) dan warga sekitar.

Saran dari peneliti untuk para pelaku usaha umkm untuk berinovasi lebih kreatif dan mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi terbaru, dan juga melibatkan warga sekitar untuk ikut serta dalam meningkatkan ekonomi lokal.

Mengadapi perubahan pasar Terus pantau tren pasar dan kebutuhan pelanggan. Bersikaplah fleksibel dan siap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar serta persaingan yang ada. Manfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Mulailah dengan mengadopsi solusi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis Anda.

DAFTAR REFERENSI

- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). Inovasi Aplikasi E-Peken: Optimalisasi Potensi UMKM Kota Surabaya. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 396–409. <http://neorespublica.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/90/35>
- Mohammad Nur Singgih. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227.
- Permata Sari, F., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., Efdison, Z., Rahmayani, M., Sudrajat, J., Syamil, A., Iswahyudi, M., Nurcahyo, R., Pabulo, A. M. A., & Perdana, A. (2023). *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus*.
- Putra, G. P., Jatmika, D., Hariyono, T., Jahri, M., & Sampurnawati. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Pendidikan Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (Asn) Skpd Kamtrantib Pada Satpol Pp Dan Damkar Provinsi Kalimantan Selatan. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1, 20–30. <https://journal.irpi.or.id/index.php/ijbem/index>
- Yanti, I., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.