

PERAN DINAS PERDAGANGAN KOTA SURABAYA DALAM MENINGKATKAN UMKM DI KOTA SURABAYA

Eka Noer Rizki

*Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Surel: ekanoerrizky05@gmail.com*

Muchammad Wahyono

*Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Surel: wahyono@untag-sby.ac.id*

Sukarno

*Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Surel: sukarno_hs@untag-sby.ac.id*

Abstrak

Menciptakan suatu lapangan pekerjaan biasanya dengan cara membuka usaha industri. Industri yang dibuat tidak harus dalam skala yang besar, tapi bisa dalam skala kecil ataupun menengah. Sekarang ini usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha yang sangat potensial. Karena banyak orang yang sukses berkat usaha kecil ataupun menengah. Usaha mikro kecil menengah biasanya lebih diminati karena tidak memerlukan modal yang besar dan belum banyak pesaingnya. Selain itu dalam menjalankan usahanya, usaha mikro kecil menengah lebih mudah dan sederhana. Upaya ini diharapkan bisa menjadi penekan angka pengangguran yang ada di Kota Surabaya. Terdapat pula peranan Dinas Perdagangan dalam meningkatkan daya saing dan kreatifitas pelaku usaha mikro. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian yaitu Dinas Perdagangan Kota Surabaya cukup berperan besar dalam meningkatkan usaha mikro, namun juga terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi usaha Dinas Perdagangan dalam meningkatkan UMKM.

Kata Kunci: *Dinas Perdagangan, Industri, UMKM*

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi suatu daerah atau suatu negara pada dasarnya merupakan interaksi dari berbagai kelompok variabel, antara lain sumber daya manusia, sumber daya alam, modal, teknologi dan lain-lain. Indonesia sebagai sebuah negara dalam pembangunan, pada hakikatnya memiliki salah satu tujuan yaitu memajukan kesejahteraan umum rakyatnya. Kondisi perekonomian Indonesia sekarang ini masih tertinggal dibandingkan Negara-negara tetangga. Hal ini dapat dilihat dari tingginya angka pengangguran di Indonesia dan tingkat kemakmuran rakyat yang masih dibilang dalam kaetgori kurang. Pertumbuhan penduduk juga sangat mempengaruhi tingkat kemakmuran Negara.

Menciptakan suatu lapangan pekerjaan biasanya dengan cara membuka usaha industri. Industri yang dibuat tidak harus dalam skala yang besar, tapi bisa dalam skala kecil ataupun menengah. Sekarang ini usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha yang sangat potensial. Karena banyak orang yang sukses berkat usaha kecil ataupun menengah. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang perekonomian bangsa. Usaha mikro kecil menengah adalah salah satu sumber penghasilan negara melalui pajak yang dibayarnya. Tidak hanya untuk negara, usaha

mikro kecil dan menengah juga membantu untuk menyerap tenaga kerja agar dapat mengurangi angka pengangguran yang ada. Selain itu untuk membantu meningkatkan penghasilan masyarakat sehingga kesejahteraan masyarakat bisa bertambah.

Saat ini di Surabaya sudah terdapat usaha mikro kecil dan menengah. Dengan semakin banyaknya usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Surabaya ini maka pemerintah kota bisa terbantu dalam mengatasi angka pengangguran yang ada di Surabaya. Namun dalam menjalankan usahanya, para pelaku usaha mikro kecil dan menengah masih memiliki beberapa hambatan. Hambatan yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah di Surabaya dari mulai adanya usaha untuk meningkatkan produktivitas dan kemampuannya memanfaatkan secara optimal sumber daya alam dan daya produksi lainnya yang dapat menjadi penghambat perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Surabaya yang mengakibatkan terpuruknya perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di wilayah Surabaya.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Sentra UMKM Siola yang bermitra dengan “Surabaya Square” dan Dinas Perdagangan Kota Surabaya. Adapun fokus dari penelitian ini yaitu beberapa pokok pembahasan yang terkait dengan permasalahan yang diangkat yaitu tentang Peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Surabaya Dalam Meningkatkan UMKM. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 6 variabel implementasi kebijakan menurut Van Meter dan Van Horn yang meliputi standar dan sasaran kebijakan / ukuran dan tujuan kebijakan, sumber daya, karakteristik organisasi pelaksana, komunikasi antar organisasi terkait dan kegiatan-kegiatan pelaksanaan, disposisi atau sikap para pelaksana, dan lingkungan sosial, ekonomi dan politik.

Populasi dalam penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai responden penelitian. Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dalam penelitian ini populasinya adalah Dinas Perdagangan dan pemilik UKM. *Teknik sample random sampling* atau yang biasa disebut dengan istilah teknik acak sederhana. Sampel atau responden adalah UKM dan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer adalah data yang diambil dari data tertulis, pencatatan sumber data ini melalui wawancara dan pengamatan serta merupakan gabungan dari melihat, mendengar dan bertanya. Dalam hal ini data primer diperoleh dari wawancara dengan Staff Perencana di Dinas Perdagangan Kota Surabaya, 2 orang pelaku UMKM di Kota Surabaya.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak yang tidak berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Data juga diperoleh dengan mempelajari bahan-bahan pustaka yang berupa buku-buku, literature, dokumen-dokumen, laporan-laporan, maupun arsip-arsip.

Untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder tersebut peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui kegiatan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek penelitian. Observasi memungkinkan peneliti untuk mengamati sendiri kemudian mencatat hal-hal yang berkaitan dengan fokus penelitian. Peneliti melakukan penelitian mengenai Peran Dinas Perdagangan Dalam Meningkatkan UMKM.
2. Wawancara, peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode wawancara terbuka. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan objek yang sedang diteliti.
3. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dari berbagai dokumen, baik berupa buku, laporan-laporan dan peraturan perundangan-undangan. Adapun dokumen yang diperlukan dalam Penelitian mengenai Peran Dinas Perdagangan Dalam Meningkatkan UMKM.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peran Dinas Perdagangan dalam meningkatkan UKM sangat penting, mengembangkan kewirausahaan untuk mewujudkan kemandirian lokal tersebut bisa diupayakan dalam bentuk usaha kecil dan menengah (UKM). Kemandirian lokal, melalui pengembangan produk unggulan yang mereka punya dan pengembangan UKM saat ini dapat menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah karena dari produk unggulan tersebut mampu mengangkat martabat suatu daerah yang berdampak pada peningkatan sumber keuangan daerah. Semakin banyak masyarakat yang berminat untuk bergabung UKM, maka berkurang juga angka pengangguran di Indonesia, khususnya di Kota Surabaya. Para pelaku UKM juga dibina dan sering diberi pelatihan oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya. Didalam model implementasi yang digunakan peneliti adalah Van Meter dan Van Horn ada 3 variabel yaitu ukuran dan tujuan, komunikasi antar organisasi, lingkungan sosial ekonomi dan politik. Peneliti juga mengaitkan tiga Konsep Peranan Menurut Soerjono Soekanto yaitu norma, konsep, dan perilaku. Berikut adalah pembahasan yang akan dipaparkan.

1) Ukuran dan Tujuan

Kinerja implementasi dapat diukur tingkat keberhasilannya dari ukuran dan tujuan kebijakan tersebut. Dalam menganalisis mengenai ukuran dan tujuan dapat dilihat dari pelaksanaan kebijakan dimana telah dituangkan dalam kebijakan bahwasanya perlunya memberdayakan atau mengembangkan usaha mikro, melihat dari upaya yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya yang telah untuk memperluas jangkauan pemasaran bagi para pelaku UKM. tujuannya adalah untuk membina para pelaku UKM agar lebih berinovasi dalam mengembangkan produknya. Pelaku usaha menjadi sasaran inovasi pengembangan UKM di Kota Surabaya. Menurut tanggapan para pelaku UKM yang dibina, Dinas Perdagangan Kota Surabaya sudah cukup mencapai keberhasilan, karena banyak anggota dari para pelaku UKM yang dibina oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya penghasilan mereka bertambah, para pelaku usaha mikro juga dapat bersaing

dalam memproduksi barangnya agar lebih baik. dan dapat membantu perekonomian masyarakat di Kota Surabaya.

2) Komunikasi antar Organisasi

Komunikasi yang terjalin antar organisasi juga menjadi salah satu variabel penting dalam implementasi kebijakan publik, semakin baik komunikasi yang terjalin, maka semakin kecil kesalahan-kesalahan yang terjadi pada suatu proses implementasi. Analisis yang ditemukan peneliti bahwasannya komunikasi antara Dinas Perdagangan Kota Surabaya dengan usaha mikro yang dibinanya sudah cukup baik. Dinas Perdagangan Kota Surabaya juga masih sering melakukan monitoring melalui group whatsapp, sosialisasi untuk memantau perkembangan mereka, dari pihak Dinas Perdagangan Kota Surabaya juga sering memberikan pelatihan fotografi dapat meningkatkan kreativitas produk yang dihasilkan oleh usaha mikro yang dibinanya. Adapun kerjasama antara pelaku usaha mikro dengan Dinas Perdagangan Kota Surabaya adalah jika usaha mikro dapat meningkat dan berkembang maka hal itu juga menjadi Nilai plus bagi Dinas Perdagangan, dan perekonomian masyarakat di Surabaya juga menjadi stabil. Dinas Perdagangan juga dinilai telah berhasil memberdayakan usaha mikro yang dibina. Cara bergabung menjadi UKM yang dibina oleh Dinas Perdagangan pertama-tama melalui Kecamatan, jadi UKM mendaftar ke Kecamatan masing-masing, kemudian dari Kecamatan diikuti pelatihan lalu didampingi dari Dinas Perdagangan, setelah itu produk UKM juga akan melewati tahap akurasi produk ke Siola, ke Dinas Perdagangan, kemudian jika sudah lolos akurasi, produk tersebut baru bisa di terima di Sentra UKM. Terdapat juga kerjasama dengan pihak swasta contohnya Hotel, Dinas Perdagangan juga melobi Hotel agar memakai produk dari usaha mikro contohnya sandal hotel dan batik, bagaimana juga produk UKM dapat masuk ke hotel agar membantu pemasukan UKM.

3) Lingkungan Sosial Ekonomi dan Politik

Variabel ini juga perlu diperhatikan guna menilai kinerja implementasi kebijakan adalah sejauh mana lingkungan eksternal turut mendorong keberhasilan kebijakan ini. Pada lingkungan sosial terdapat antusias para pelaku usaha mikro sangat baik setiap ada pembinaan atau pendampingan dari Dinas Perdagangan Kota Surabaya, jadi artinya masih banyak para pelaku usaha mikro yang masih mau belajar dan berkembang untuk lebih kreatif dan inovatif. Semakin sering mengikuti pelatihan untuk mengembangkan kreativitas yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro maka semakin baik juga kualitas yang diperbaiki oleh para pelaku terhadap barang yang dihasilkannya atau diproduksinya. Hal itu tentu saja menambah omset yang dihasilkan dari penjualan produknya. Jika usaha mikro nya terus berkembang dan terus naik maka dapat juga membantu perekonomian para pelaku UKM tersebut. Menurut pendapat pelaku usaha mikro ada faktor yang menghambat usahanya yaitu pada dana modal, para pelaku usaha mikro yang masih kekurangan modal usaha menjadi tidak dapat menerima pesanan produk yang dihasilkan dalam jumlah banyak. Dan jika lebih banyak masyarakat yang tertarik untuk mengikuti pelatihan yang telah disediakan oleh Dinas Perdagangan Surabaya maka semakin sedikit pula angka pengangguran di Kota Surabaya.

4) Norma

Pada indikator norma atau ketentuan, hal ini juga dapat mempengaruhi berhasil atau tidaknya upaya dari Peran Dinas Perdagangan Kota Surabaya dalam meningkatkan UKM yang ada di Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan para pelaksana lah yang merumuskan ketentuan. Sikap pelaksana menunjukkan bahwasannya para pelaku usaha mikro perlu sertifikasi merk untuk barang atau produknya ketika akan masuk pada sentra UKM. Produk dari pelaku usaha mikro harus mempunyai merk sendiri, dan tidak boleh sama dengan produk yang lain, jika ada yang sama dengan merk lain, maka merk nya tidak disetujui, dan merk tersebut tidak bisa pakai lagi, jika tidak ada merk di produk yang dikeluarkan oleh para pelaku usaha mikro, sentra UKM juga tidak mau terima produk dari para pelaku usaha mikro. Jadi ketentuan yang utama adalah harus memiliki merk pada barang produksinya.

5) Konsep

Salah satu faktor keberhasilan kebijakan juga bisa ditentukan dengan bagaimana konsep Dinas Perdagangan Kota Surabaya atas upaya meningkatkan UKM di Kota Surabaya. Dalam penelitian ini menemukan ciri ciri yang nantinya beberapa UKM itu harus dipilih sesuai levelnya, jika tingkatnya masih lokal, maka dari Dinas Perdagangan Kota Surabaya akan melakukan peningkatan berjenjang, yang awalnya lokal, bisa naik ke level nasional, tidak bisa dari lokal langsung ke internasional. Jadi maksud dari memperluas jangkauan pemasaran, para pelaku UKM yang sebelumnya hanya bisa berjualan sekitar rumahnya, Dinas Perdagangan akan bantu pelaku UKM untuk bisa berjualan di tingkat kota Surabaya (yang sebelumnya pasarnya hanya di sekitar Kelurahan rumahnya, maka sekarang pasarnya bisa di satu Kota Surabaya) bagi yang bisa berjualan di tingkat kota maka Dinas Perdagangan akan membantu agar dapat berjualan ditingkat provinsi (Jawa Timur). Begitu juga seterusnya dan berjenjang. Jadi UKM dikonsept berjenjang, tidak serta merta disamakan menjadi satu kelompok. Menurut tanggapan para pelaku UKM di Kota Surabaya menilai bahwa Dinas Perdagangan Kota Surabaya sudah cukup berperan dalam meningkatkan UKM.

6) Perilaku

Keberhasilan implementasi kebijakan sangat tergantung dari kemampuan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Dalam poin perilaku ini juga adapt diartikan bagaimana perilaku masyarakat untuk memanfaatkan Sumber Daya. Dapat dilihat bahwasannya Dinas Perdagangan Kota Surabaya telah menyediakan fasilitas untuk diberikan kepada pelaku UKM. Kami menyediakan pasar sentra UKM yang berada di siola bernama "*Surabaya Square*". Upaya lain dari Dinas Perdagangan Kota Surabaya dalam membantu mempromosikan produk dari para pelaku UKM dengan memasarkan di sosial media Contohnya seperti Instagram Facebook dan website Dinas Perdagangan Kota Surabaya. Para pelaku UKM juga memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya. Fasilitas lainnya yang diberikan oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya untuk para pelaku UKM adalah dengan mengadakan pelatihan. Dari pelatihan dan pendampingan yang diberikan Dinas Perdagangan Kota

Surabaya juga membantu peningkatan omset para pelaku UKM di Kota Surabaya, karena dapat mengembangkan kreatifitas dalam produk UKM nya.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dalam penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa pemerintah mengupayakan untuk mengurangi angka pengangguran yang ada di Kota Surabaya melalui UKM, bahwasannya masyarakat dan penduduk Kota Surabaya bisa beradaptasi dengan adanya inovasi pembelajaran keterampilan dengan adanya UKM.

1) Peran Dinas Perdagangan Kota Surabaya juga berperan untuk memberdayakan UKM yang ada di Kota Surabaya. Dinas Perdagangan Kota Surabaya juga bekerja sama dengan Kaza Mall dalam membuat program sosialisasi atau work shop untuk masyarakat terbuka yaitu Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda. Jika Pahlawan Ekonomi ditujukan kepada ibu-ibu agar mengasah kemampuan mereka untuk menciptakan keterampilan berupa barang produksi yang bisa dijadikan usaha mikro dan nantinya akan didampingi oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya. Sosialisasi juga tidak dipungut biaya apapun, syaratnya hanya dengan berdomisili Kota Surabaya. Dalam memberdayakan UKM dengan cara merangkul para pelaku usaha mikro untuk masuk dalam UKM yang dibina oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya. Setelah itu, para pelaku usaha mikro akan diberikan pelatihan untuk UKM yang mereka miliki, tidak sampai disitu, para pelaku usaha mikro ini akan diberi pembinaan dari Dinas Perindustrian Kota Surabaya. Selanjutnya, Dinas Perdagangan Kota Surabaya tidak serta merta lepas tangan terhadap para pelaku usaha mikro ini, mereka tetap dibina dan didampingi melalui sosialisasi agar dapat mengembangkan kreatifitas dan dapat menciptakan inovasi baru dalam memproduksi barang UKM nya.

Dinas Perdagangan juga memberi fasilitas kepada para pelaku usaha mikro berupa perijinan merk, halal, HAKI secara gratis dan tidak dipungut biaya apapun. Dinas Perdagangan Kota Surabaya juga berupaya memperluas jangkauan pemasaran untuk para pelaku usaha mikro. Disediakan juga beberapa Sentra UKM yang memang dikhususkan untuk pelaku usaha mikro sebagai wadah penjualan, contohnya di Sentra UKM "Surabaya Square" yang berada di Sialoa, namun ada pula yang terletak di Setra UKM Merr dan Sentra UKM Kebun Binatang.

2) Faktor pendukung dari upaya Dinas Perdagangan Kota Surabaya dalam meningkatkan UKM adalah Pemerintah bersedia membiayai beberapa sertifikasi untuk para pelaku usaha mikro saat akan bergabung ke UKM yang nantinya akan dibina oleh Dinas Perdagangan. Faktor penghambat dari Peran Dinas Perdagangan dalam meningkatkan UKM di Kota Surabaya adalah keterbatasan dari dana modal yang dimiliki pelaku usaha mikro.

Daftar Pustaka

- Budiani, N. W. (2007). Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran Karang Taruna (Eka Taruna Bhakti) Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*, 53.
- Hamdi, M. (2014). *Kebijakan publik: proses, analisis, dan partisipasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Riant, N. (2004). *Kebijakan Publik, Formulasi Implementasi dan Evaluasi*. Jakarta: Gramedia.
- Subagyo, P. J. (2011). *Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Aneka Cipta.
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winardi. (2010). *Manajemen Prilaku Organisasi, Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Winarno, B. (2005). *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Winarno, B. (2007). Kebijakan Publik: Teori dan Proses Edisi Revisi. In B. Winarno, *Kebijakan Publik: Teori dan Proses Edisi Revisi* (pp. 32-34). Yogyakarta: Media Presindo.