

## Implementasi Program Pendampingan Digitalisasi Melalui Aplikasi E-Peken Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Kenjeran

Nindi Irmaya & Jojok Dwiridotjahjono

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

nindiirmaya123@gmail.com

### ABSTRAK

Digitalisasi melalui aplikasi E-Peken di Kota Surabaya telah menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha toko kelontong dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Surabaya khususnya di Kecamatan Kenjeran. Aplikasi ini tidak hanya menghubungkan pelaku usaha dengan konsumen, tetapi juga memberikan kemudahan dalam transaksi dan pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak implementasi E- Peken terhadap kinerja ekonomi toko kelontong di Surabaya serta tantangan yang dihadapi dalam penggunaannya.

Kata Kunci: Digitalisasi, E- Peken, Toko Kelontong

### ABSTRACT

Digitalization through the E-Peken application in Surabaya City has become one of the solutions to improve the competitiveness and sustainability of grocery stores and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Surabaya City, especially in Kenjeran District. This application not only connects businesses with consumers, but also provides convenience in transactions and product marketing. This study aims to explore the impact of E-Peken implementation on the economic performance of grocery stores in Surabaya as well as the challenges faced in its use.

Keywords: Digitalization, E- Peken, Grocery Store



Hal: 394-398

## PENDAHULUAN

Digitalisasi dalam perekonomian Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh penetrasi internet yang semakin luas dan adopsi teknologi oleh berbagai sektor. E-commerce, fintech, dan startup digital menjadi penggerak utama transformasi ini, mempercepat pertumbuhan ekonomi digital di tanah air. Platform belanja daring seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak membantu memperluas akses pasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor ritel. Di Kota Surabaya, pemerintah meluncurkan aplikasi E-Peken sebagai upaya untuk mendukung UMKM dan toko kelontong dalam menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks. Dengan adanya hal tersebut, Pemerintah Kota Surabaya bergerak cepat dan memperkenalkan inovasi baru melalui ekonomi digital. Inovasi ini diwujudkan dalam bentuk aplikasi mobile yang dikenal sebagai E-Peken. Aplikasi ini diluncurkan pada 31 Oktober 2021, bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi belanja kebutuhan pokok secara online, serta meningkatkan omzet para pelaku usaha.

Pemerintah Kota Surabaya mengakui potensi UMKM, sehingga penting untuk memberikan perhatian dalam mendukung usaha kecil dan menengah di Surabaya agar dapat beralih ke platform digital. Untuk mendukung hal ini, Dinas Koperasi dan Perdagangan Usaha Kecil dan Menengah Kota Surabaya mengembangkan Aplikasi Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi yang bertujuan memfasilitasi proses transisi tersebut. Melalui E-Peken, diharapkan para pelaku usaha dapat mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka.

## METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan bertujuan untuk memberikan gambaran fenomena secara akurat, sistematis dan faktual. Penelitian ini ditulis dengan cara mengumpulkan informasi yang diperoleh langsung dan tidak langsung oleh peneliti dari berbagai sumber. Peneliti berusaha untuk mendeskripsikan fenomena yang ada dan berdasarkan fakta. Dengan adanya hal tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana implementasi program pendampingan digitalisasi melalui aplikasi e-peken usaha toko kelontong di kecamatan kenjeran menuju umkm kota surabaya naik kelas. Peneliti menggunakan metode observasi dalam pelaksanaannya, yaitu pada saat Kegiatan Magang MSIB sebagai pendamping UMKM di Kecamatan Kenjeran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah Kota Surabaya, melalui Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan, meluncurkan Program "Peningkatan Kualitas Menuju UMKM Naik Kelas" yang berfokus pada pemberdayaan dan percepatan UMKM. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas UMKM di Surabaya. Pemberdayaan UMKM menjadi sangat penting di tengah pesatnya pertumbuhan jumlah UMKM di kota tersebut. Pertumbuhan UMKM di Surabaya mendorong adanya standarisasi baru bagi pelaku usaha, sehingga peningkatan kualitas UMKM harus sejalan dengan laju pertumbuhannya yang cepat.

Penulis berfokus pada Pendampingan Toko Kelontong yang ada di Kecamatan Kenjeran. Di pendampingan ini penulis fokus untuk melakukan monitoring dan pendampingan pada 42 Toko Kelontong yang tersebar di 4 Kelurahan yang ada di Kecamatan Kenjeran, antara lain yaitu Kelurahan Sidotopo Wetan,

Kelurahan Bulak Banteng, Kelurahan Tambak Wedi, dan Kelurahan Tanah Kali Kedinding. Selama 4 bulan ini, penulis membuat beberapa timeline untuk memudahkan penulis dalam melakukan kegiatan. Timeline tersebut antara lain di satu bulan pertama penulis melakukan proses perizinan kepada pihak Kesra Kecamatan dan Kesra Kelurahan untuk meminta izin melakukan kegiatan monitoring serta pendampingan selama 4 bulan di beberapa toko kelontong yang telah ditentukan.

Selama kegiatan monitoring, penulis memiliki beberapa tugas antara lain yaitu mendata informasi pribadi terkait pemilik toko kelontong seperti Nama Pemilik, NIK, Alamat Toko, Nomor Telepon, jumlah karyawan, NIB (Nomor Induk Berusaha), omset per bulan, tempat kulakan, serta kendala yang dihadapi bagi toko kelontong yang memiliki e-peken. Setelah mendapatkan data 42 Toko kelontong tersebut, penulis akan melakukan klasifikasi toko kelontong berdasarkan grade untuk dapat melakukan langkah pendampingan selanjutnya. Grade yang dimaksud antara lain yaitu ada 3, yaitu Grade 1 dimana toko kelontong tersebut memiliki beberapa kriteria yaitu memiliki omset kurang dari 1 juta, pemasaran belum maksimal, tidak ada pembukuan, belum memiliki NIB, serta tidak ada layout Toko Kelontong. Lalu Grade 2 yaitu memiliki omset lebih dari 1 juta hingga maksimal 3 juta, sudah memiliki pemasaran online, sudah memiliki NIB, dan juga memiliki pembukuan sederhana. Grade 3 yaitu antara lain yaitu omset lebih dari 3 juta, sudah memiliki pemasaran online, sudah memiliki pembukuan dan sudah memiliki NIB. Selain itu penulis juga melakukan beberapa pendampingan seperti memfasilitasi untuk pembuatan NIB, pemasaran seperti pembuatan konten Instagram, tiktok, dan juga poster untuk di upload di Whatsapp. Selain itu penulis juga melakukan

pendampingan untuk pembuatan laporan keuangan sederhana serta pembuatan media pemasaran secara online seperti Shopee, dengan harapan akan dapat meningkatkan grade serta omset toko kelontong yang mau didampingi tersebut. Untuk kegiatan selanjutnya yaitu, penulis memonitoring toko kelontong tersebut untuk mengetahui perkembangan setelah penulis melakukan pendampingan, serta membantu pemilik toko kelontong jika dirasa ada kesulitan baik di pemasaran ataupun pembukuan sederhana.

Penggunaan E-Peken pada usaha toko kelontong di Kota Surabaya telah menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal, terutama dalam konteks pemulihan pasca-pandemi COVID-19. E-Peken, yang diluncurkan pada 31 Oktober 2021, merupakan platform e-commerce yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi antara pelaku usaha, terutama toko kelontong dan UMKM, dengan konsumen. Berikut adalah pembahasan rinci mengenai pengaplikasian E-Peken pada usaha toko kelontong di Surabaya.

#### **A. Peningkatan Omzet Penjualan**

Salah satu hasil utama dari pengaplikasian E-Peken adalah peningkatan omzet penjualan bagi toko kelontong. Sebelum menggunakan platform ini, banyak pedagang hanya meraup omzet sekitar Rp5 juta per bulan. Namun, setelah bergabung dengan E-Peken, rata-rata omzet mereka meningkat menjadi antara Rp10 juta hingga Rp50 juta per bulan

#### **B. Aksesibilitas dan Kemudahan Transaksi**

E-Peken memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk berbelanja kebutuhan pokok secara online. Sebelumnya, platform ini hanya dapat diakses oleh Aparatur Sipil Negara (ASN), tetapi sejak April 2022, aplikasi ini dibuka untuk masyarakat umum. Hal ini memungkinkan lebih banyak konsumen untuk

melakukan transaksi, dengan total pengguna mencapai 4.412 orang . Sistem pembayaran yang digunakan dalam aplikasi ini juga mempermudah proses transaksi melalui transfer bank dan QRIS, sehingga mengurangi kebutuhan untuk bertemu secara fisik antara pembeli dan penjual.

### **C. Diversifikasi Produk**

E-Peken tidak hanya mengakomodasi produk dari toko kelontong tetapi juga dari berbagai UMKM lainnya. Ini menciptakan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan menawarkan lebih banyak variasi produk kepada konsumen. Dengan adanya fitur usulan produk dari pembeli, aplikasi ini juga memungkinkan penjual untuk menyesuaikan penawaran mereka berdasarkan permintaan pasar.

### **D. Monitoring dan Dukungan Pemerintah**

Pemerintah Kota Surabaya melakukan monitoring terhadap transaksi di E-Peken untuk memastikan harga barang tetap kompetitif dan sesuai dengan Harga Eceran Tertinggi (HET). Ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan mendukung keberlanjutan usaha toko kelontong. Selain itu, pemerintah juga bekerja sama dengan platform e-commerce besar seperti Tokopedia dan Gojek untuk menarik lebih banyak pengguna ke E-Peken

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh dari penggunaan E-Peken, ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Banyak pedagang yang masih kesulitan beradaptasi dengan teknologi baru karena kebiasaan bertransaksi secara tunai. Selain itu, ada juga masalah terkait harga produk yang tidak seragam dan biaya pengiriman yang tinggi jika menggunakan jasa kurir komersial. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan dan dukungan lebih lanjut untuk membantu pelaku usaha mengoptimalkan penggunaan aplikasi ini.

## **KESIMPULAN**

Secara keseluruhan, pengaplikasian E-Peken pada usaha toko kelontong di Kota Surabaya telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan omzet penjualan dan mempermudah aksesibilitas bagi konsumen. Meskipun terdapat tantangan dalam penerapan teknologi baru ini, dukungan pemerintah serta kolaborasi dengan platform e-commerce lainnya dapat membantu mengatasi hambatan tersebut. Dengan terus mengembangkan E-Peken dan memberikan pelatihan kepada pelaku usaha, diharapkan perekonomian lokal dapat tumbuh lebih pesat di masa depan.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur yang telah mengadakan Call of Paper, serta Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya atas dukungannya dalam penelitian ini. Dukungan tersebut memudahkan penulis dalam mengumpulkan data dan menganalisis hasil yang dipaparkan dalam artikel ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). Inovasi Aplikasi E-Peken: Optimalisasi Potensi UMKMKota Surabaya. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 396-409.
- Alyasia, V. (2021). Kajian Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui E-Peken dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Kota Surabaya: Pertumbuhan Ekonomi melalui UMKM Berbasis Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 10-18.
- Azizah, N. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran. *Jurnal Pusdansi*, 2(2).

- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemdikbud RI. (2020). Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka.
- Dwijayanti, I. M., & Prabowo, B. (2023). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Keputran Kejambon II Melalui Web E-PEKEN Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 287-294.
- Edward, dkk. (2018). Kinerja Bisnis Toko Kelontong. SalimMedia Indonesia. Jambi
- Evangelista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33-42.
- Fauzan Muttaqien, & Riza Bahtiar Sulistyan. (2022). Product Branding Training Model for MSMEs in Probolinggo Regency. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, 1(1), 26–31.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era digital abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 14-18.
- Gunawan, J., Salsabila, A. T., Nisa, K., & Azizah, N. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Tegalsari. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 146-150.
- INDONESIA, P. R. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemic covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- Madaharsa, A. S., & Andayani, S. (2024). Pemanfaatan E-Commerce Peken Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Toko Kelontong Wilayah Pakal Surabaya Barat. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 294-299.
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). Pembukuan Sederhana Bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671-680.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Ningrum, D. P., Widiyanto, M. K., & Yuliyanti, T. (2018). Peran dinas koperasi dan UMKM dalam pemberdayaan UMKM di kota Surabaya. *Sumber*, 29, 26-800.
- Prasetyo, A., Andayani, E., & Sofyan, M. (2020). Pembinaan pelatihan pembukuan laporan keuangan terhadap wajib pajak UMKM di Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 1(1), 34-39.
- Pratiwi, I. A. M., & Dyas, I. A. G. (2022). Mendorong Penerapan Digitalisasi Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 11(10), 3797-3809.
- Purnomo, A. S. (2023). Surabaya E-Peken Application In The Tam Approachment Method. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(3), 2230-2242.
- Wakhidah, R. N., & Pramono, S. (2024). Analisis Kebijakan Penggunaan E-Peken sebagai Optimalisasi Pemberdayaan UMKM di Kelurahan Kedungdoro Kota Surabaya. *Soetomo Administrasi Publik*, 2(1), 165-178