

OPTIMALISASI MEDIA DIGITAL BERBASIS KEMASLAHATAN UMAT DALAM PROGRAM PAHLAWAN EKONOMI SURABAYA

Rio Febriannur Rachman

Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia
e-mail: rio.febriannur.rachman-2018@fisip.unair.ac.id

Abstract:

This article discusses a number of challenges facing the city of Surabaya as one of the major cities in Indonesia. The city has a number of social problems, including poverty, economic disparity and welfare problems. All that has a correlation with each other, and one of the solutions, is the provision of employment. Since 2010, the City Government of Surabaya has been running the Pahlawan Ekonomi program, which makes Housewives the main target. With hope, they can become the “second economic engine” in the family. Pahlawan Ekonomi provides entrepreneurship training for Housewives, starting from the planning, production, packaging, to marketing. All stages are always under the supervision of a team from the City Government of Surabaya. This paper explores how the implementation of policy in this program, the sustainability, and its correlation to the concept of the Welfare of the People (Kemaslahatan Umat) which is called for in some number of Islamic literatures. In conclusion, this policy has many positive impacts on the community, so that its sustainability can be maintained because it is supported by many parties in Surabaya. The spirit of this program is in harmony with the noble Islamic principles. Moreover, this program has a tagline: Go Global, Go Digital, Go Financial, which makes the program participants ready to compete at the international level.

Keywords: public policy, the economy, the welfare of the people, digital

Pendahuluan

Surabaya merupakan salah satu kota besar, yang lazim memiliki banyak persoalan sosial, salah satunya, kemiskinan¹. Dalam sejumlah fenomena

sosial, terdapat keluarga yang kepala keluarganya memiliki pekerjaan, namun kebutuhan hidup mereka masih belum bisa terpenuhi secara optimal². Ilustrasinya, terdapat seorang kepala keluarga yang dalam kesehariannya mencari nafkah secara serabutan. Dia

¹ Eko Budi Santoso & Rini Ratna Widya. *Gerakan pertanian perkotaan dalam mendukung kemandirian masyarakat di kota Surabaya*. Seminar Nasional Cities. 2014 dan Hanani Syafiq. *Mengatasi Ancaman Identitas Kemiskinan: Studi Kasus Sebuah Keluarga Miskin di Surabaya*. *Jurnal Penelitian Psikologi* 4.2 (2013).

² Ike Andini. *Sikap dan Peran Pemerintah Kota Surabaya Terhadap Perbaikan Daerah Kumuh di Kelurahan Tanah Kalikedinding Kota Surabaya*. *Kebijakan Dan Manajemen Publik* 1.1 (2013): 36-47.

memiliki seorang istri yang merupakan Ibu Rumah Tangga dan tiga orang anak yang masih duduk di bangku sekolah dasar dan sekolah menengah. Bisa dibayangkan, pendapatan Sang Ayah sehari-hari akan sulit untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Bertolak dari fakta di lapangan sehubungan dengan keluarga miskin tersebut, Pemerintah Kota Surabaya berupaya melakukan inovasi untuk memecahkan masalah ini. Mereka yang hidup dengan keterbatasan ekonomi mesti memperoleh intervensi yang memadai. Pada tahun 2010, Pemerintah Kota Surabaya memiliki ide yang kemudian dicetuskan sebagai program dengan tujuan mengangkat strata sosial maupun ekonomi masyarakat miskin³. Pada aspek sosial, keluarga miskin butuh intervensi agar tidak lagi berstatus miskin, sedangkan pada aspek ekonomi, mereka butuh pemasukan finansial tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Program yang dimaksud adalah Pahlawan Ekonomi, yang berwujud pemberian pelatihan Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM, dengan cara pemberdayaan para Ibu Rumah Tangga dari keluarga miskin. Pemikiran awal dari program ini, para Ibu Rumah Tangga yang sehari-hari umumnya beraktifitas di rumah, bisa membuka usaha untuk membantu ekonomi keluarga. Mereka diajari berbisnis dari nol, bahkan sebagian masih Ibu-Ibu masih belum tahu ingin berbisnis

apa⁴. Pahlawan Ekonomi sudah berjalan sejak 2010 hingga tahun 2019 ini dan berpotensi untuk terus berlanjut di masa yang akan datang.

Pada tahun 2016, Pahlawan Ekonomi mengalami perluasan sasaran penerima manfaat, karena ditambah dengan program Pejuang Muda. Maksudnya, pemberdayaan tidak hanya fokus pada Ibu-Ibu rumah tangga namun juga semua elemen masyarakat dari berbagai latar belakang jenis kelamin dan usia⁵. Belakangan, program Pahlawan Ekonomi juga dikenal dengan sebutan Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda.

Program Pahlawan Ekonomi mengandalkan sinergitas, baik di internal ini Pemerintah Kota Surabaya, maupun di eksternal Pemerintah Kota Surabaya. Di internal Pemerintah Kota Surabaya, terjalin hubungan saling menguatkan antara Perangkat Daerah (PD), antara lain Bappeko (Badan Perencanaan Pembangunan Kota), DP5A (Dinas Pengendalian

⁴ Siti Aminah Nungki., *Pemberdayaan Perempuan Samijali Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Eks Lokalisasi Warga Jarak Dolly Surabaya*. J+ PLUS UNESA 6.1 (2017).

Octavianti, Thirsa. *Efektioitas Iklan Televisi Bukalapak edisi "Gunakan Jarimu dan Jadilah Pahlawan di Bukalapak" pada Masyarakat Surabaya*. Jurnal e-Komunikasi 4.2 (2016).

⁵ Kristian Widya Wicaksono., *Tipologi Inovasi Sektor Publik Pada Tiga Program Inovatif Pemerintah Daerah Kota Surabaya (Tinjauan Reflektif Terhadap Tiga Inovasi Pelayanan Publik Pemerintah Kota Surabaya Tahun 2018)*. Jurnal Manajemen Pelayanan Publik 1.2 (2018): 196-205.

³ Anita Christanti., *Studi Peranan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Pembentukan Sikap Dan Intensi Kewirausahaan Di Sentra Industri Produk Roti Dan Kue Rungkut Lor, Surabaya*. Agora 4.1 (2016): 242-248.

Penduduk, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak), Dinas Tenaga Kerja, Dinas Komunikasi dan Informatika, Dinas Kesehatan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Kelurahan, Kecamatan, dan lain-lain.

Sedangkan dari eksternal Pemerintah Kota Surabaya, turut terlibat komunitas, organisasi masyarakat, lembaga independen, konsultan ekonomi bisnis, perusahaan swasta, BUMN, perbankan, dan eksponen masyarakat lainnya. Mereka berpartisipasi aktif menjalankan program Pahlawan Ekonomi, yang dirumuskan secara bersama-sama, dengan Pemerintah Kota Surabaya sebagai fasilitator dan regulatornya, guna mengentaskan kemiskinan melalui gerakan ekonomi kerakyatan ini. Sejumlah perusahaan swasta secara sukarela memberikan dana *Corporate Social Responsibility* untuk mendukung kegiatan-kegiatan di dalam program ini.

Program Pahlawan Ekonomi memiliki tujuan membenahi kondisi sosial dan ekonomi masyarakat miskin dengan mengandalkan semangat kerjasama, sinergitas, kemitraan dan gotong royong⁶. Terdapat sejumlah tahapan berwirausaha yang dijelaskan pada para peserta. Mereka diminta untuk sabar saat menempuh tahapan demi tahapan tersebut.

⁶ Sri Andayani, and Endro Tjahyono. *Peningkatan Kuantitas Dan Kualitas Produk Pada Perajin Batik Dukuh Kupang Kota Surabaya*. JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat 1.01 (2014).

Mereka mengikuti pelatihan atau seminar bisnis pada Sabtu dan Minggu di di Kapas Krampung Plaza atau Kaza yang berada di bilangan Tambaksari. Pada kesempatan ini, para peserta yang merupakan pelaku atau calon pelaku UMKM, baik dari kalangan perorangan maupun kelompok, baik yang sudah punya produk maupun yang belum punya produk, diperkenalkan dengan apa itu produk-produk layak jual serta bermutu. Dengan cara ini, mereka mendapat gambaran awal tentang produk apa yang dapat diterima pasar, baik itu berupa makanan basah, kerajinan tangan, makanan kering atau kue, dan keterampilan produktif yang menonjolkan kreatifitas lainnya⁷. Setelah itu, mereka diminta memutuskan untuk mencari produk yang cocok buat dijadikan bisnis bagi dirinya sendiri. Tentu saja, dengan melihat kecenderungan dari dirinya sendiri pula⁸.

Selanjutnya, para peserta diberi pengetahuan soal teknik mengemas produk sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi

⁷ Antara News. 2019. Pahlawan Ekonomi Efektif Kembangkan Industri Kreatif di Surabaya. Tersedia di <https://m.antaranews.com/amp/berita/812795/pahlawan-ekonomi-efektif-kembangkan-industri-kreatif-di-surabaya> diakses pada 27 Juli 2019

⁸ Bagian Organisasi Pemerintah Kota Surabaya. 2018. *Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda*. Tersedia di <https://organisasi.surabaya.go.id/home/inovasi> diakses pada 20 Juni 2019

dari pada sebelum dikemas dengan baik. Pada tahap ini, mereka dipertemukan dengan para desainer grafis profesional yang sejak awal berkenan untuk menjadi sukarelawan dalam program ini. Para desainer ini membantu para pelaku UMKM mengemas produk agar lebih bernilai jual (Humas Pemerintah Kota Surabaya, 2018).

Pelaku UMKM juga diberi wawasan soal tahapan promosi dan pemasaran, baik yang bersifat *offline*, maupun *online* atau memasarkan produk melalui media digital dan media sosial masing-masing (Rachmawati, 2018). Dalam hal ini, Pemerintah Kota Surabaya telah menyiapkan akses internet pada sejumlah lokasi, baik di kelurahan maupun kecamatan yang ada di Surabaya, berupa *Broadband Learning Center*. Di sana juga ada petugas yang siap membantu membuatkan akun media sosial maupun akun *e-commerce* bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga atau peserta program yang belum paham tentang media sosial.

Pahlawan Ekonomi membuka kemitraan dengan sejumlah perusahaan *e-commerce*, facebook dan Google. Facebook memiliki jadwal rutin untuk memberikan pelatihan optimalisasi media digital buat promosi dan pemasaran. Ada pula kerjasama dengan *National Distribution Channel* agar pemasaran produk UMKM bisa melintasi jalur-jalur penyebaran di tingkat nasional maupun internasional (Berita Kota, 2017). Di lini lainnya, Otoritas Jasa Keuangan atau OJK dan Bursa Efek Indonesia atau BEI yang memberikan wawasan soal

pembiayaan, keuangan, dan investasi. Melalui cara ini, UMKM di Surabaya dapat *Go Global, Go Digital, Go Financial*. Dengan kata lain, produk mesti bermutu baik sehingga bisa dijual di kancah internasional, dan semua UMKM harus punya visi atau rencana finansial yang bagus agar bisnis tersebut bisa berjalan secara kontinyu. Maka itu, dilakukan pula kerjasama dengan kalangan perbankan.

Sedangkan Pemerintah Kota Surabaya terus memberikan kemudahan dalam segala tahapan maupun proses perizinan dan legalitas dari badan usaha maupun produk-produk yang dijual. Pembuatan SIUP, penerbitan sertifikat Produk Industri Rumah Tangga, dan lain-lain, akan dipermudah sehingga bisnis bisa berjalan dengan aman dan lancar. Tak kurang dari satu bulan sekali, di lokasi pelatihan atau seminar, Pemerintah Kota Surabaya membuka layanan jemput bola dengan membuka stand aneka perizinan dari berbagai instansi. Di samping itu, Pemerintah Kota Surabaya juga memfasilitasi UMKM untuk membuka lapak atau stand pameran dan penjualan produk di sejumlah tempat keramaian seperti Balai Kota, Mal Siola, Kaza, sereta lokasi-lokasi strategis lainnya.

Kebijakan Kekinian

Selama ini terdapat banyak konsep maupun definisi mengenai kebijakan publik. Sejumlah pakar menyebutkan, kebijakan publik adalah pilihan pemerintah sebagai regulator, untuk melakukan ataupun tidak melakukan sesuatu berkenaan isu tertentu, dengan pertimbangan kondisi masyarakat setempat⁹. Secara lebih

⁹ Dye, Thomas R. 1972. *Understanding Public Policy*. New Jersey : Prentice Hall.

spesifik, kebijakan publik diartikan sebagai sikap resmi pemerintah yang dilakukan berdasarkan hukum-hukum yang telah disepakati sebelumnya, sikap tersebut dilanjutkan dengan pengaplikasian langkah-langkah kongkret terhadap kondisi di masyarakat, yang dijalankan oleh struktur-struktur di dalam pemerintahan itu¹⁰. Kebijakan publik selalu memiliki tujuan untuk memecahkan suatu masalah di masyarakat. Dengan demikian, kebijakan publik dapat berupa tatanan, sistem, mekanisme, ataupun aturan yang dilegalisasikan untuk tujuan tertentu, dijalankan oleh pemerintah dengan segenap perangkatnya, demi memberikan manfaat pada masyarakat.

Bila mengacu pada apa yang dikemukakan Bromley dalam Tachjan¹¹, kebijakan publik dibentuk oleh tiga level hierarkis, yakni, *policy level*, *organizational level*, *operational level*. Pada sebuah negara demokrasi seperti Indonesia, *policy level* umumnya dijalankan yudikatif dan legislative. Sementara itu, *organizational level* dilaksanakan oleh lembaga eksekutif. Sedangkan *operational level* dikerjakan oleh perangkat eksekutif, sesuai lingkungannya. Misalnya, di lingkup Pemerintah Pusat, ada kementerian, di lingkup Pemerintah Provinsi ada Biro, Dinas, dan lain sebagainya, selanjutnya di lingkup Pemerintah Kabupaten/Kota, ada dinas, bagian, badan, dan lain-lain.

Di tiap level tadi, suatu kebijakan publik dilindungi, didasari, dan diwujudkan melalui *institutional arrangement* atau peraturan perundang-

undangan yang sah atau regulasi yang mengikat. Sebagai misal, di lingkup Pemerintah Pusat, ada Peraturan Presiden, Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Peraturan Menteri, dan lain sebagainya. Demikian pula di lingkup Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota, terpadat Peraturan Daerah, Peraturan Gubernur, Peraturan Walikota, Peraturan Bupati, dan lain sebagainya. Semua peraturan tadi, dapat dipastikan mengacu pada peraturan-peraturan lain yang sudah hadir sebelumnya. Dalam konsep kebijakan publik, ada pula yang disebut sebagai *pattern interaction*, yakni, pola interaksi pelaksana lapangan (*street level bureaucrat*) dengan kelompok yang menjadi target kebijakan. Dari pola ini, meski bukan satu-satunya pertimbangan, akan bisa dilihat pula efek atau dampak sebuah kebijakan.

Pahlawan Ekonomi merupakan salah satu kebijakan publik di Surabaya, yang *policy level* dari program ini dipegang oleh legislative atau Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) setempat. DPRD adalah pihak yang mengawasi gerak-gerik eksekutif dan mengesahkan semua anggaran yang dipakai eksekutif dalam berkegiatan secara tahunan. Sementara itu, peran pada *organizational level* dimainkan oleh Pemerintah Kota Surabaya bersama segenap perangkatnya, dipimpin oleh Walikota Surabaya. Sedangkan *operational level* dijalankan oleh dinas-dinas yang selama ini ikut berkoordinasi mengelola program, mengingat Pahlawan Ekonomi memang merupakan program sinergis dari banyak instansi.

Pada bagian lain, *institutional arrangement* setidaknya bisa dilihat dari keberadaan Peraturan Daerah tentang APBD tahunan, yang eksisting sejak 2010 hingga tahun ini, dan inilah yang menjadi darah atau urat nadi anggaran

¹⁰ Anderson, James E. 1984. *Public Policy Making*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

¹¹ Tachjan. 2006. *Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: AIPI.

semua kegiatan di Pemerintah Kota Surabaya. Kalaupun anggaran langsung dari kegiatan-kegiatan di Pahlawan Ekonomi tidak bersumber secara langsung dari APBD, namun keberadaan para Aparatur Sipil Negara dalam pengelolaan program tetap dibiayai atau digaji melalui APBD.

Sementara itu, *pattern interaction* dapat ditelisik melalui teknis evaluasi berjenjang yang diaplikasikan dalam program ini. Walikota Surabaya memiliki mekanisme evaluasi untuk mengamati bawahannya, dan yang terpenting, petugas lapangan itu mesti sanggup menjawab kebutuhan masyarakat peserta program Pahlawan Ekonomi. Sehubungan dengan hal ini, para petugas lapangan dari berbagai instansi, selalu diberi pembekalan sehingga Sumber Daya Manusia (SDM) di garis depan itu selalu tanggap dengan segala persoalan¹². Ada pun yang dimaksud efek atau dampak pada masyarakat, bisa dikaji melalui fakta lapangan di aspek kebermanfaatannya. Bisa pula diperhatikan melalui data-data terkait kondisi sebelum dan sesudah Pahlawan Ekonomi dilaksanakan.

Dampak yang dimaksud umumnya dihubungkan dengan implementasi faktual dari sebuah kebijakan publik, yang terdiri dari tindakan-tindakan pemerintah untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam keputusan-keputusan sebelumnya¹³. Dalam hal ini, bisa diartikan, tentang sejauh mana Pahlawan Ekonomi berdampak langsung terhadap masyarakat secara

luas. Pahlawan ekonomi terdiri dari tiga fase: pengembangan/development, pencapaian/achievement, dan transformasi.

Fase

pengembangan/development adalah di rentang awal program 2010 sampai pertengahan 2013, dengan jumlah peserta program mencapai 1.976 UMKM. Pada 2010, perencanaan awal dilakukan dan dirumuskan pula tahapan pelaksanaan lanjutan seperti rekrutmen peserta, proses pelatihan, launching produk, roadshow, pasar rakyat dan awarding. Pada tahun 2010, belum ada roadshow, pasar rakyat dan awarding seperti yang belakangan gencar dilaksanakan. Sebab, roadshow, pasar rakyat, dan awarding itu memang baru dilakukan pada 2011, dan berlanjut hingga sekarang¹⁴.

Pada fase ini, dijalankan pula sejumlah strategi bisnis dasar, antara lain, pelabelan, penguatan merk, penambahan jaringan, dan penguatan produk dari segala aspek mulai produksi hingga pemasaran. Diberikan pula dukungan promosi serta tambahan perlengkapan peralatan usaha, baik dari Pemerintah Kota Surabaya maupun dari swasta yang menggelontorkan dan *Corporate Social Responsibility*. Pada fase ini pula, Pemerintah Kota Surabaya mulai memberikan akses perizinan dan legalitas terhadap produk, membukakan stand pameran atau lapak di pusat perbelanjaan atau lokasi strategis lain, juga pembukaan kios pada acara-acara tertentu yang berpotensi didatangi oleh massa, semisal kunjungan tamu domestic maupun asing. Terdapat pula program

¹² Nurkholifatul Maula. 2018. *Strategi Sumber Daya Manusia*. Khazanah Intelektual, Volume 2 (1), April 2018: 94-108. Jambi: Balitbang Daerah Jambi.

¹³ Winarno, Budi. 2007. *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. Yogyakarta: Med Press

¹⁴ Bagian Organisasi Pemerintah Kota Surabaya. 2018. *Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda*. Tersedia di <https://organisasi.surabaya.go.id/home/inovasi> diakses pada 20 Juni 2019

pemberian akses permodalan kredit lunak dengan mekanisme mudah dari Bank Perkreditan Rakyat maupun BUMN.

Fase pencapaian/achievement berada di rentang pertengahan 2013 hingga 2015, yang pada saat itu peserta program mencapai 2.640 UMKM. Pada fase ini dilakukan pembangunan jaringan dengan menggunakan internet marketing yang lebih luas. Ada pula pelatihan di aspek pengemasan produk. Pengintensifan di ranah ini melibatkan pihak-pihak lain seperti desainer profesional, yang melakukan tugas-tugas pengemasan secara sukarela. Di sini tampak bentuk kebersamaan dan kepedulian masyarakat antara satu pihak dengan pihak lainnya, antara para desainer dengan pemilik UMKM. Dalam fase ini pula, dijalankan distribusi dan promosi di pasar regional hingga nasional, bahkan di pasar ASEAN hingga internasional. Yang melibatkan Walikota Surabaya sebagai salah satu pelaku promosi utama, khususnya bila melakukan lawatan ke luar negeri. Dengan cara ini, UMKM peserta program Pahlawan Ekonomi bisa Go Global, Go Digital, dan Go Financial. Apalagi, ada pembinaan keuangan dari pihak Bank Perkreditan Rakyat, BUMN, dan Otoritas Jasa Keuangan melalui pelatihan-pelatihan finansial.

Fase transformasi berada di rentang 2015 hingga 2020. Pada periode ini, optimalisasi pengemasan produk makin digencarkan. Komunitas komunitas desainer grafis maupun kelompok masyarakat yang punya kompetensi di bidang pengemasan produk makin banyak yang digandeng. Promosi terus digelorakan oleh Walikota Surabaya dan segenap jajarannya. Termasuk, saat ada kunjungan ke luar negeri. Pihak-pihak yang bergelut di bidang teknologi komunikasi dan informasi, seperti

Google dan Facebook, diajak bermitra untuk membantu UMKM.

Beberapa perusahaan e-Commerce ikut memberikan pelatihan dan membagi tips dan trik bagi para pelaku UMKM. Makin banyak kehadiran trainer atau motivator kenamaan seperti Chairul Tandjung, Vidi Aldiano, dan Dennis Adishwara, yang tentu saja semakin menggairahkan motivasi pengusaha UMKM. Ada peningkatan jumlah peserta program dari tahun ke tahun, pada 2016 ada 3.600 UMKM, pada 2017, meningkat sampai 8.565 UMKM. Berdasarkan data rekapan, pada rentang 2010 sampai 2017, ada 99 produk yang sukses dijual di pasar internasional. Sementara itu, ada 105 produk berstandar nasional dan ASEAN. Di saat yang sama, terdapat tak kurang dari 999 produk mandiri yang hampir setiap hari diproduksi serta berhasil dipasarkan. Diharapkan, tren positif tetap terjaga hingga 2020 mendatang.

Di era new media seperti sekarang ini, pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi memegang peran penting. Apa yang dilakukan Pemerintah Kota Surabaya, dengan mengawal kegiatan ekonomi namun tetap memerhatikan pemasaran digital, adalah langkah brilian. Saat ini, informasi terpublikasikan melalui banyak media dan bentuk¹⁵, seperti di radio, televisi, majalah, dan tentu saja melalui ruang-ruang digital. Seluruh saluran tadi sepantasnya disertakan dalam kebijakan pemerintah. Khususnya di ranah ekonomi dan pemasaran. Pemerintah mesti sanggup mengelola penyaluran informasi dengan baik, sehingga potensi-potensi dari

¹⁵ Ibnu Hamad. 2004. *Konstruksi realitas politik dalam media massa: Sebuah studi critical discourse analysis terhadap berita-berita politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.

kemajuan teknologi bisa dimaksimalkan¹⁶.

Teknologi komunikasi dan informasi mesti dapat disandingkan dengan misi kepentingan penyelenggaraan kebijakan pemerintah. Misalnya, di aspek penyebaran informasi atau sosialisasi, promosi kegiatan ekonomi, dan pekerjaan-pekerjaan menyangkut hajat hidup orang banyak lainnya¹⁷. Internet, sebagai saluran yang saat ini sudah lekat di masyarakat, memang mesti dimaksimalkan keberadaannya, dan bukan untuk dihindari. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet, pada tahun 2016, ada sekitar sekitar 132,7 juta atau setara dengan 60 persen penduduk Indonesia yang telah terakses oleh internet. Di aspek penggunaan gawai, jumlah kepemilikan melebihi jumlah manusia dengan angka 130 persen. Artinya, setiap orang kemungkinan memiliki dua atau lebih perangkat seluler.

Segaris dengan itu, ini menunjukkan, bahwa masyarakat makin dekat dengan internet. Pahlawan Ekonomi yang sudah Go Digital, selaras dengan kondisi zaman di era kekinian. Apalagi, Pahlawan Ekonomi juga sudah menjelajah pasar internasional atau Go Global. Di sisi lain, inilah konsekuensi dari masyarakat informasi, di mana aktivitas manusia dipengaruhi oleh arus informasi yang tak lain adalah melalui jaringan internet. Kebijakan untuk

meluncurkan program Pahlawan Ekonomi yang berbasis optimalisasi teknologi informasi sejalan dengan perkembangan masyarakat yang makin hari makin berorientasi pada informasi dan memerlukan internet dalam keseharian¹⁸.

Kemaslahatan Umat

Keberadaan program Pahlawan Ekonomi merupakan upaya pemberdayaan masyarakat agar mereka menjadi mandiri. Melalui program ini, pemberdayaan ekonomi masyarakat dilakukan demi mewujudkan kesejahteraan. Dalam perspektif Islam, manajemen di bidang ekonomi rakyat memang bertujuan agar masyarakat mendapat kebahagiaan baik di dunia dan akhirat, pemerataan kesejahteraan juga harus dapat diwujudkan¹⁹.

Pemerintah Kota Surabaya tidak berjalan sendirian karena ada bangunan kerjasama dengan pihak-pihak lain dalam pelaksanaannya. Antara lain, kerjasama dari komunitas masyarakat Surabaya yang peduli pada pemberantasan kemiskinan, yang terdiri dari perbankan, lembaga independen, konsultan ekonomi bisnis, dan pihak swasta. Sejumlah eksponen perusahaan swasta punya andil dalam penggelontoran anggaran kegiatan-kegiatan melalui pemberian dana *Corporate Social Responsibility*. Dengan cara ini, terbangun sinergitas antara tiap elemen di Kota Surabaya.

¹⁶ Sad Dian Utomo. Partisipasi Masyarakat dalam Pembuatan Kebijakan. dalam Indra J. Piliang, Dendi Ramdani, dan Agung Pribadi, *Otonomi Daerah: Evaluasi dan Proyeksi*, Jakarta: Penerbit Divisi Kajian Demokrasi Lokal Yayasan Harkat Bangsa, 2003.

¹⁷ Rachmat Kriyantono. Konstruksi humas dalam tata kelola komunikasi lembaga pendidikan tinggi di era keterbukaan informasi publik. *Pekommas*, 2015, 18.2.

¹⁸ Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan masyarakat informasi & teori sosial kontemporer*. Jakarta: Kencana

¹⁹ Zainil Ghulam. *Membincang Ekonomi Islam dan Kapitalisme*. Iqtishduna: Jurnal Ekonomi Islam, Volume 4, Nomor 2, Oktober 2015 Lumajang: Institut Agama Islam Syarifuddin

Perjuangan untuk memberantas kemiskinan ataupun menegakkan ekonomi kerakyatan ini memang perlu dilakukan secara bersama-sama. Apalagi, tujuan utama dari program Pahlawan Ekonomi adalah kemaslahatan umat atau kesejahteraan masyarakat luas. Dengan kebersamaan itu, muncul kekuatan yang lebih besar dari pada perjuangan yang dilakukan secara sendirian atau dalam kelompok-kelompok terpisah.

Arti penting kebersamaan ini bisa dilihat dari sejumlah dalil Al Quran, misalnya, pada Surat Ash-shof ayat 4: Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berjuang di Jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh. Tentu saja, makna berjuang dalam ayat ini tidak melulu soal peperangan dan barisan yang dimaksud tidak sekadar soal barisan pasukan bersenjata. Lebih dari itu, perjuangan yang dimaksud adalah upaya untuk membawa kebenaran dan kebaikan di masyarakat sehingga memberikan manfaat yang luas. Senada dengan itu, ada sebuah riwayat yang menyebutkan: Wajib atas kaum muslimin bersama dalam Al-Jamaah dan berhati-hati pada perpecahan (HR At-Tirmidzi). Secara kontekstual, Al-Jamaah di sini bisa dimaknai dengan kebersamaan dalam sebuah gerakan untuk tujuan kemaslahatan umat.

Pihak-pihak dari internal Pemerintah Kota Surabaya dan eksternal Pemerintah Kota Surabaya berbagi peran. Di internal Pemerintah Kota Surabaya, Walikota Surabaya menggagas program, melakukan pemantauan dan mengambil langkah-langkah strategis untuk mempromosikan produk UMKM. Sehingga cakupan pasar menjadi luas dari waktu ke waktu. Sementara itu, Badan Perencanaan Pembangunan Kota (Bappeko) dan

Dinas Pengendalian Penduduk, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak (DP5A) berperan untuk melakukan pendataan serta menjadi fasilitator kegiatan, seperti, seminar maupun pelatihan rutin. Pihak Kelurahan dan Kecamatan bertugas menjadi fasilitator lapangan sehingga program ini bisa dikenal dan menyentuh semua lapisan masyarakat, khususnya, mereka yang berasal dari keluarga dengan ekonomi lemah. Apalagi, kegiatan roadshow maupun pasar rakyat yang dijalankan dalam program ini dilakukan di Kelurahan dan Kecamatan. Otomatis, peran Kelurahan dan Kecamatan tergolong sentral.

Di samping itu, ada pula peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata serta Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang menyediakan izin usaha. Dinas Kesehatan sebagai penerbit sertifikat Produk Industri Rumah Tangga dan melakukan pengujian hingga menjamin bahwa produk olahan makanan/minuman UMKM higienis dan bermutu. Di samping itu, ada pula Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro selaku penyedia legalitas kelembagaan dalam berusaha, dan Dinas Perdagangan sebagai pendamping dan pemberi fasilitas pelatihan. Prinsipnya, pemerintah dengan perangkat di dinas-dinas memang wajib mengambil peran untuk menjaga perekonomian masyarakat tetap stabil dan memiliki performa bagus²⁰.

Di eksternal Pemerintah Kota Surabaya, ada banyak ksyonen masyarakat yang berpartisipasi menyukseskan program. Antara lain,

²⁰ Hidayatullah, Indra. Peran Pemerintah dalam Stabilitas Ekonomi Pasar. Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam, Volume 8 Nomo 1 April 2019, Lumajang: Institut Agama Islam Syarifuddin

komunitas keagamaan, pegiat lingkungan, lembaga swadaya masyarakat, serta aktivis sosial yang berkenan menjadi penyelenggara kegiatan. Termasuk di dalamnya, lembaga independen seperti Enciety. Program ini terlaksana pula atas dukungan sejumlah konsultan ekonomi bisnis, kalangan perbankan, dan lembaga keuangan semisal Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia. Mereka selalu siap memberi pelatihan tentang finansial.

Badan Pengawas Obat dan Makanan juga senantiasa memberi pendampingan. Di sisi lain, kalangan perusahaan swasta memberi respon positif terhadap kehadiran program Pahlawan Ekonomi, sehingga berkenan menggelontorkan dana *Corporate Social Responsibility*. Di samping itu, beberapa perusahaan e-Commerce seperti Bukalapak, perusahaan media seperti Facebook dan Google, juga ikut memberi pelatihan optimalisasi teknologi komunikasi dan informasi. Pihak-pihak tadi memunyai jadwal rutin guna memberikan pelatihan intensif.

Dalam perjalanannya, Pemerintah Kota Surabaya tidak mengeluarkan biaya secara langsung untuk berbagai kegiatan dalam program ini. Meski demikian, ada biaya-biaya yang sejak mula menyatu dengan masing-masing Perangkat Daerah sebagai fasilitator dan regulator program. Pembiayaan pokok pelaksanaan program Pahlawan Ekonomi bersumber dari *Corporate Social Responsibility* swasta yang sukses diajak berpartisipasi oleh Pemerintah Kota Surabaya. Bertolak dari itu, bisa dikatakan kalau program ini adalah inovasi partisipatoris masyarakat Surabaya demi menguatkan perekonomian masyarakat pada komunitas kota. Selain pelatihan dan adanya akses kredit lunak, para peserta

program mendapatkan pengadaan alat-alat pendukung dan hadiah-hadiah atau dana stimulus. Dana stimulus atau dana pembinaan ini umumnya diberikan pada kala event penganugerahan atau lomba UMKM yang diadakan setahun sekali.

Kebijakan publik bisa dianalisis secara objektif, dengan melihat kondisi masyarakat sebelum dan sesudah adanya program intervensi²¹. Dengan adanya data lapangan, analisis dapat dilaksanakan secara komprehensif sekaligus evaluatif. Program Pahlawan Ekonomi memiliki banyak dampak positif setelah berlangsung sejak 2010. Pertama, UMKM memunyai tempat berbagi wawasan, maupun menuntut ilmu yang representatif. Sehingga, mereka yang baru awal belajar pun bisa ikut dalam program ini. Kedua, UMKM punya jaringan yang memungkinkan produk mereka mendapat pendampingan pengemasan dari para desainer profesional.

Ketiga, UMKM memiliki pandangan jauh atau bervisi internasional. Sebab, Pemerintah Kota Surabaya tidak segan-segan mempromosikan produk-produk mereka ke luar negeri. Keempat, Pahlawan Ekonomi menstimulasi banyak mitra untuk bekerjasama. Baik yang berasal dari lingkungan plat merah seperti BUMN ataupun lembaga negara, maupun pihak swasta. Kelima, UMKM memiliki tempat promosi dan pemasaran yang representatif, baik di dunia digital maupun dunia nyata. Keenam, UMKM sudah menjadi tren bagi masyarakat Surabaya, sehingga kecenderungan untuk bekerja secara mandiri tumbuh di lingkungan sekitar.

²¹ William N. Dunn, 2000. Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Program ini juga melengkapi diri dengan website www.pahlawanekonomi.com. Di samping para pengusaha UMKM juga dibelaki kemampuan berjualan di media sosial ataupun lapak-lapak digital. Sementara itu, Pemerintah Kota Surabaya juga memfasilitasi UMKM untuk membuka lapak di gedung pemerintahan, Balai Kota, Shopping Mall, dan lain sebagainya. Terdapat pula jadwal rutin Pasar Rakyat, Roadshow (pameran produk dari satu tempat ke tempat lain di Surabaya), dan malam awarding tahunan yang beromzet bagus. Berdasarkan data yang dirilis pusat data Pahlawan Ekonomi, transaksi roadshow 2016 mencapai angka Rp 709,128 juta. Artinya, ada kenaikan 24,31 persen dari pada tahun 2015 yang berkisar di angka Rp 536,749 juta. Sementara transaksi pada 2015 mengalami peningkatan sebanyak 10,20 persen dari pada tahun 2014 yang ada pada kisaran Rp 480,399 juta.

Sedangkan pada 2017, kenaikan lebih signifikan sehingga berakhir di angka Rp 1,6 miliar. Pada tahun-tahun berikutnya, tren kenaikan diprediksi akan tetap terjaga. Sejumlah produk UMKM program Pahlawan Ekonomi juga sudah dipasarkan di Maskapai Citilink. Oleh karena kemasannya yang sudah menawan, sejumlah makanan ringan hasil buah tangan ibu-ibu Surabaya bisa menjadi pilihan favorit penumpang Citilink.

Kesuksesan implementasi kebijakan publik bisa ditelisik melalui tiga komponen, pertama, kepatuhan objek melaksanakan kebijakan. Kedua, kelancaran rutinitas dan ketiadaan halangan atau protes, sedangkan ketiga, hasil yang memuaskan²². Bila bersandar

pada pemahaman tersebut, dapat dilihat kalau semua pelaksana lapangan, baik internal maupun eksternal Pemerintah Kota Surabaya, mematuhi regulasi dalam program Pahlawan Ekonomi. Tidak ada halangan berarti, meskipun tentu saja ada kendala di lapangan. Dengan demikian, program ini bisa dengan rutin dijalankan. Program ini juga memuaskan semua pihak yang terlibat di dalamnya. Para mitra terus ingin menjaga keberlanjutan program, sementara penerima manfaat merasakan langsung dampak positif. Terdapat pula kontrol sosial baik dari kalangan DPRD maupun media massa.

Pembangunan Sosial Berkelanjutan

Ada tiga dimensi yang patut diperhatikan dalam pembangunan sosial, yang dicetuskan melalui Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Dunia untuk pembangunan sosial (*World Summit on Social Development*) di Kopenhagen, Denmark, pada 6-12 Maret 1995 silam. KTT tersebut dihadiri oleh 135 perwakilan negara-negara di dunia, dengan tak kurang dari 90 kepala negara/pemerintahan, 5 wakil presiden, 40 perdana menteri atau pejabat setingkat menteri, beserta sejumlah pemimpin organisasi maupun lembaga swadaya masyarakat. Ada pun tiga dimensi yang dimaksud adalah dimensi kemiskinan, dimensi ketenagakerjaan, dan dimensi integrasi sosial²³. Secara umum, *World Summit on Social Development* 1995 tersebut memutuskan bahwa

²² Ripley, Randall B. & Grace A. Franklin. 1986. *Policy Implementation and Bureaucracy*. Chicago: The Dorsey Press.

²³ Edi Suharto. 2014. *Analisis Kebijakan Publik*. Bandung: CV Alfabeta

kemiskinan mesti diberantas, lapangan pekerjaan perlu diperluas, dan masyarakat mesti terintegrasi secara sosial.

Bila mengacu pada tiga dimensi yang menjadi perhatian dalam KTT tersebut, Pahlawan Ekonomi memiliki keselarasan tujuan. Pada dimensi kemiskinan, Pahlawan Ekonomi memang fokus pada pemberantasan kemiskinan. Adanya mekanisme atau sistem ekonomi produktif adalah upaya mengurangi kemiskinan (Izzah & Farid, 2019). Program Pahlawan Ekonomi memfokuskan diri agar keluarga miskin memiliki alternatif tambahan pemasukan finansial. Dengan demikian, mereka bisa lepas dari jeratan kemiskinan.

Pada dimensi ketenagakerjaan, Pahlawan Ekonomi mencetak wirausaha yang andal. Sehingga, bukan hanya memberi pekerjaan pada satu pihak, melainkan membuat pihak tersebut bisa membuka lapangan pekerjaan baru dari bisnis yang tengah dijalankan. Sementara itu, pada dimensi integrasi sosial, dengan adanya Pahlawan Ekonomi, diharapkan disparitas strata sosial bisa tergerus. Sehingga, rasa kebersamaan bisa makin terjalin, terlebih, banyak kegiatan yang melibatkan segenap elemen masyarakat. Antara lain, tatkala roadshow atau pasar rakyat yang memantik partisipasi publik dalam transaksi jual beli di kelurahan atau kecamatan setempat.

Sementara itu, Perserikatan Bangsa-Bangsa²⁴ menetapkan ada tujuh belas buah poin yang perlu mendapat perhatian demi mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Bila tujuh belas aspek ini terpenuhi, masa depan dunia yang lebih baik bisa diraih. Semua negara di dunia, diharapkan sanggup merumuskan program-program yang sejalan dengan tujuh belas poin tersebut. Tentu bukan berarti, dalam satu program mencakup tujuh belas poin, namun paling tidak, ada beberapa poin yang terpenuhi saat menjalankan sebuah program di masyarakat.

Poin satu adalah semangat *No Poverty* atau memberantas kemiskinan. Dua, *Zero Hunger* atau memberantas kelaparan. Di dalamnya juga termasuk upaya menjaga ketahanan pangan dengan nutrisi yang baik. Sehingga, ada hubungannya pula dengan perbaikan sistem pertanian, perkebunan, dan budidaya air. Tiga, *Good Health and Well-Being* atau memastikan kehidupan yang sehat dan sejahtera.

Empat, *Quality Education* atau memastikan pendidikan berkualitas. Lima, *Gender Equality* atau memastikan adanya kesetaraan gender dan penghapusan diskriminasi atas nama jenis kelamin. Enam, *Clean Water and Sanitation* atau merealisasikan

²⁴ Perserikatan Bangsa-Bangsa. 2015. *About the Sustainable Development Goals*. Tersedia di <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>. Diakses pada 11 September 2018

ketersediaan air higienis dan sanitasi yang layak. Tujuh, *Affordable and Clean Energy* atau membuat masyarakat bisa mengakses energi dengan biaya terjangkau dan tanpa polusi. Delapan, *Decent Work and Economic Growth* atau adanya pertumbuhan ekonomi dan ketersediaan lapangan pekerjaan.

Sembilan, *Industry, Innovation and Infrastructure* atau tersedianya infrastruktur yang mendukung industrialisasi produktif serta membantu pengembangan inovasi demi kesejahteraan sosial. Sepuluh, *Reduced Inequalities* atau mereduksi disparitas dalam masyarakat. Sebelas, *Sustainable Cities and Communities* atau membangun kota dan komunitasnya sehingga dapat hidup secara berkelanjutan.

Dua belas, *Responsible Consumption and Production* atau merealisasikan pola konsumsi dan produksi yang bertanggungjawab. Tiga belas, *Climate Action* atau berperan menyikapi isu perubahan iklim. Empat belas, *Life Below Water* atau peduli pada sumber daya air dan sektor kemaritiman. Lima belas, *Life on Land* atau peduli pada sumber daya di daratan. Enam belas, *Peace, Justice, and Strong Institutions* atau merealisasikan kondisi sosial yang adil, damai, dan diperkuat kelembagaan terpercaya. Tujuh belas, *Partnership for The Goals* atau membangun kemitraan dan kerjasama antar elemen masyarakat, baik local, regional, maupun internasional.

Ada sejumlah keselarasan antara program Pahlawan Ekonomi dengan tujuan pembangunan yang

dicanangkan PBB. Satu, ada nilai-nilai dalam poin *No Poverty* atau pemberantasan kemiskinan. Secara umum, tujuan utama dari program ini memang menggerus angka kemiskinan di Surabaya. Dua, ada nilai-nilai dalam poin *Zero Hunger* atau masyarakat yang jauh dari kelaparan. Logikanya, bila sudah lepas dari kemiskinan, warga tidak akan merasakan lapar.

Tiga, program Pahlawan Ekonomi memiliki visi yang sama dengan semangat *Gender Equality* atau kesetaraan gender. Melalui program ini, publik jadi makin paham bahwa penggerak ekonomi dalam keluarga tidak melulu kaum hawa. Para perempuan atau Ibu Rumah Tangga juga bisa berpartisipasi menjadi mesin ekonomi dalam keluarganya masing-masing. Apalagi, produk buatan UMKM Ibu-Ibu ini sanggup bersaing di level regional, nasional, bahkan internasional. Para perempuan tidak lagi boleh dipandang sebelah mata.

Empat, program ini selaras dengan tujuan *Decent Work and Economic Growth*. Sudah barang tentu, kebijakan ini memperluas lapangan pekerjaan untuk perbaikan ekonomi masyarakat. Lima, program ini selaras dengan tujuan pembangunan *Industry, Innovation, and Infrastructure*. Alasannya, keberadaan inovasi di aspek media digital untuk pemasaran merupakan sebuah bentuk pembangunan infrastruktur bisnis bagi para pelaku UMKM.

Enam, program Pahlawan Ekonomi punya visi untuk *Reduce Inequality* atau mengurangi

kesenjangan, baik disparitas ekonomi maupun sosial. Sehingga, tak ada jurang pemisah antara Si Miskin dan Si Kaya. Semua warga kota mesti baik kondisi ekonominya. Tujuh, Pahlawan Ekonomi senada dengan tujuan *Sustainable Cities and Communities* atau melestarikan komunitas dan kota. Melalui UMKM, masyarakat kota lebih sejahtera dan berdaya dengan karya atau produksinya sendiri. Dengan demikian, keberlangsungan kota dan komunitas juga terjaga.

Delepan, program ini punya kesamaan visi dengan tujuan *Responsible Consumption and Production*. Pasalnya, warga bisa memproduksi barang sesuai kebutuhan dan terukur jumlahnya, sekaligus tidak konsumtif terhadap barang-barang lain karena sikap kehati-hatiannya lebih terlatih selama menjadi pengusaha. Sembilan, program ini selaras dengan tujuan *Partnership for The Goals*. Sudah jelas, kemitraan adalah aspek yang paling penting dan paling dijaga dalam program ini. Kemitraan yang dimaksud dibentuk di level lokal, regional, nasional, dan internasional, dengan jejaring yang makin direkatkan dari waktu ke waktu.

Penutup

Ada banyak hikmah yang bisa dipetik dari program Pahlawan Ekonomi di Surabaya. Antara lain, pelajaran tentang pentingnya memanfaatkan teknologi, khususnya media digital, di era keterbukaan informasi seperti saat ini. Di zaman kekinian, kemajuan media digital bisa digunakan untuk sarana

mencari ilmu pengetahuan tentang bisnis, sekaligus memasarkan produk. Sehingga, produk yang *Go Digital* atau terpromosikan melalui media internet, bisa *Go Global* atau berkiprah di kancah internasional, yang pada akhirnya bisa *Go Finansial* atau memperoleh keuntungan.

Di sisi lain, hikmah yang dapat dipetik adalah pentingnya kesadaran untuk berwirausaha. Berwirausaha adalah bentuk kemandirian, yang merupakan anjuran kuat dari Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wasalam, sebagaimana sebuah riwayat yang menyebutkan: Tidaklah seseorang memperoleh suatu penghasilan yang lebih baik dari jerih payah tangannya sendiri (HR. Ibnu Majah). Menjadi wirausahawan, yang dalam arti lain adalah pedagang, bila dilaksanakan dengan baik, bakal mendapat kedudukan yang mulia di sisi Allah Subhanahu wa ta ala, sebagaimana sebuah riwayat yang menyebutkan: Pedagang yang senantiasa jujur dan amanah akan bersama para nabi dan mereka yang mati syahid (HR. At-Tirmidzi).

Dengan demikian, hikmah juga bisa dipetik oleh warga Surabaya secara umum, yang diarahkan untuk berminat pada dunia bisnis. Fakta di lapangan, tak sedikit warga yang pada mulanya kurang berminat membuka usaha, justru tertantang saat mengikuti satu atau dua kali pelatihan. Bisa pula, malah tertantang tatkala melihat tetangganya memulai bisnis melalui program Pahlawan Ekonomi ini. Apalagi, dengan bangkitnya UMKM lokal, warga Surabaya sebagai komunitas bisa berdaya dengan

topangan dirinya sendiri. Maksudnya, warga Surabaya tak lagi harus membeli produk luar kota atau bahkan luar negeri. Dengan demikian, efek positif perputaran uang di Surabaya bisa dirasakan secara lebih merata oleh warga. Jadi, ada interaksi dengan prinsip simbiosis mutualisme dalam skema ekonomi pada keseharian mereka, yang semua itu selaras dengan nilai-nilai keislaman²⁵.

Selain itu, dalam program ini juga ada pembelajaran tentang tahapan kesuksesan yang tidak bisa instan. Untuk mencapai keberhasilan, termasuk dalam berwirausaha, perlu proses panjang. Keseriusan, strategi bisnis, dan kemampuan bertahan dari segala ujian adalah faktor utama pendukung kesuksesan²⁶. Yang tak boleh dilupakan pula adalah produk unggulan berkualitas, produk tidak boleh dibuat asal-asalan²⁷. Yang tak kalah penting, untuk meraih sukses, seseorang perlu dukungan oleh orang-orang di sekitarnya.

Pada bagian lain, Pemerintah Kota Surabaya tampaknya akan terus menjalankan program ini. Apalagi, sudah ada skema

pengembangan paling tidak sampai tahun 2020 mendatang. Seperti di sampaikan pada bagian sebelumnya, para fase ketiga fase transformasi, rentang yang dibutuhkan adalah tahun 2015 sampai 2020. Bila mengacu pada definisi transformasi, bisa dilihat bahwa pada periode 2015 hingga 2020, akan dilakukan perluasan jejaring kerjasama dan promosi produk-produk unggulan UMKM. Termasuk, dilakukan upaya-upaya agar produk menjadi lebih berkualitas sehingga mutunya dapat bersaing di pasar global yang lebih luas.

Program Pahlawan Ekonomi juga bisa berlanjut karena ditopang oleh sejumlah faktor. Antara lain, faktor keuangan yang baik, karena selama ini mitra-mitra yang ikut memberikan bantuan *Corporate Social Responsibility* terhadap kegiatan-kegiatan di dalam program ini merespon positif. Pemerintah Kota Surabaya dan DPRD Surabaya juga tidak memersoalkan kegiatan-kegiatan dalam program ini. Artinya, kepercayaan pemangku kepentingan terhadap program ini sudah baik.

Faktor sosial ekonomi di Surabaya juga mendukung program ini. Alasannya, melalui Pahlawan Ekonomi, kondisi perekonomian masyarakat membaik, sehingga disparitas sosial bisa digerus. Di sisi lain, minat terhadap UMKM, baik untuk membuka usaha maupun untuk membeli pada UMKM, terus mengalami tren peningkatan. Sementara itu, faktor budaya masyarakat Surabaya juga

²⁵ Ghulam, Zainil. *Relasi Fiqh Muamalat dengan Ekonomi Islam*. Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam, Volume 5, Nomor 2, Oktober 2016. ISSN 2443-0056

²⁶ Surjani, P. *Manajemen strategi dalam menghadapi era globalisasi*. Unitas 11.1 (2002): 20-36.

²⁷ Sri Hartini. *Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 14.1 (2012): 83-90.

cenderung selaras dengan semangat Pahlawan Ekonomi. Masyarakat Surabaya umumnya bangga dengan kultur dan lokalitas setempat, sehingga memiliki kecenderungan untuk membeli produk-produk UMKM. Apalagi, ada semangat kekeluargaan dalam diri warga Surabaya²⁸.

Progran Pahlawan Ekonomi tergolong tidak sulit untuk direplikasi di daerah lain. Maknanya, program ini kompatibel dilakukan di mana saja. Asalkan, ada kemauan keras dari pemerintah daerah setempat untuk bersinergi dengan elemen-elemen masyarakat. Sebab, program ini tidak bisa dijalankan oleh satu pihak, mesti ada kekompakan antara sesama warga kota. Keberadaan Otoritas Jasa Keuangan yang memberi apresiasi positif menjadi cermin kalau pemberdayaan masyarakat di Surabaya melalui Pahlawan Ekonomi tergolong sukses di aspek manajemen keuangan. (*)

Daftar Pustaka

Ahmadi, Rulam. *Pemberdayaan Masyarakat Miskin: Pendekatan Modal Manusia (Studi Layanan Publik tentang Pemberdayaan Masyarakat Miskin yang Diselenggarakan oleh BPM-KB dan Posko 100 di Kota Surabaya)*. DIA: Jurnal

²⁸ Soedarso, Soedarso, et al. *Dinamika Multikultural Masyarakat Kota Surabaya*. Jurnal Sosial Humaniora 6.1 (2013): 62-75.

Ilmiah Administrasi Publik 10.2 (2012): 16-31.

Andayani, Sri, and Endro Tjahyono. *Peningkatan Kuantitas Dan Kualitas Produk Pada Perajin Batik Dukuh Kupang Kota Surabaya*. JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat 1.01 (2014).

Anderson, James E. 1984. *Public Policy Making*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Andini, Ike. *Sikap dan Peran Pemerintah Kota Surabaya Terhadap Perbaikan Daerah Kumuh di Kelurahan Tanah Kalikedinding Kota Surabaya*. Kebijakan Dan Manajemen Publik 1.1 (2013): 36-47.

Antara News. 2019. Pahlawan Ekonomi Efektif Kembangkan Industri Kreatif di Surabaya. Tersedia di <https://m.antaranews.com/amp/berita/812795/pahlawan-ekonomi-efektif-kembangkan-industri-kreatif-di-surabaya> diakses pada 27 Juli 2019

Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2019. Balai Besar POM Surabaya Dukung Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda Arek-Arek Suroboyo. Tersedia di <https://www.pom.go.id/mobile/index.php/view/berita/15721/Balai-Besar-POM->

- Surabaya-Dukung-Pahlawan-Ekonomi-dan-Pejuang-Muda-Arek-Arek-Suroboyo-.html diakses pada 27 Juli 2019.
- Bagian Organisasi Pemerintah Kota Surabaya. 2018. *Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda*. Tersedia di <https://organisasi.surabaya.go.id/home/inovasi> diakses pada 20 Juni 2019
- Berita Kota. 2017. *Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda Go Online*. Tersedia di <https://beritakota.net/ekbis/program-pahlawan-ekonomi-dan-pejuang-muda-surabaya-go-online> diakses pada 28 Juli 2019
- Budiati, Ayuning, et al. IT governance sektor publik di Indonesia: Konsep dan kebijakan. *Prosiding Konferensi Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi untuk Indonesia*, 2006, 57-61.
- Christanti, Anita. *Studi Peranan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Pembentukan Sikap Dan Intensi Kewirausahaan Di Sentra Industri Produk Roti Dan Kue Rungkut Lor, Surabaya*. *Agora* 4.1 (2016): 242-248.
- Detik News. 2016. Produk UKM Pahlawan Ekonomi Surabaya Naik Kelas. Tersedia di <https://detik.com/news/berita-jawa-timur/d-3382608/produk-ukm-pahlawan-ekonomi-surabaya-naik-kelas> diakses pada 25 Juni 2019
- Dunn, William N. 2000. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Dye, Thomas R. 1972. *Understanding Public Policy*. New Jersey : Prentice Hall.
- Ghulam, Zainil. *Membincang Ekonomi Islam dan Kapitalisme*. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 2, Oktober 2015 Lumajang: Institut Agama Islam Syarifuddin
- Ghulam, Zainil. *Relasi Fiqh Muamalat dengan Ekonomi Islam*. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 5, Nomor 2, Oktober 2016. ISSN 2443-0056
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi realitas politik dalam media massa: Sebuah studi critical discourse analysis terhadap berita-berita politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.
- Hartini, Sri. *Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis*. *Jurnal*

- Manajemen dan Kewirausahaan 14.1 (2012): 83-90.
- Hidayatullah, Indra. Peran Pemerintah dalam Stabilitas Ekonomi Pasar. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8 Nomor 1 April 2019, Lumajang: Institut Agama Islam Syarifuddin
- Humas Pemerintah Kota Surabaya. 2018. *Walikota Risma Kembali Melaunching Tata Rupa Prime yang Bantu Desain Produk UKM Surabaya*. Tersedia di <https://humas.surabaya.go.id/2018/08/13/wali-kota-risma-kembali-melaunching-tata-rupa-prime-yang-bantu-desain-produk-ukm-surabaya/> diakses pada 28 Juli 2019
- Kedaulatan Rakyat. 2018. Top Inovator Harus Tularkan Inovasinya. Tersedia di https://krjogja.com/web/news/read/72249/Top_Inovator_Harus_Tularkan_Inovasinya diakses pada 25 Juni 2019
- Kriyantono, Rachmat. Konstruksi humas dalam tata kelola komunikasi lembaga pendidikan tinggi di era keterbukaan informasi publik. *Pekommas*, 2015, 18.2.
- Masruroh, Izzah & Muhammad Farid. *Pengaruh Pengelolaan Ekonomi Produktif dalam Mengentaskan Kemiskinan di Kota Lumajang*. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8 Nomor 1, April 2019, Lumajang: Institut Agama Islam Syarifuddin
- Maula, Nurkholifatul. 2018. *Strategi Sumber Daya Manusia*. Khazanah Intelektual, Volume 2 (1), April 2018: 94-108. Jambi: Balitbang Daerah Jambi.
- Nasdian, Fredian Tonny. 2014. *Pengembangan masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Nasrullah, Rulli; SI, M. 2016. *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana
- Nisak, Amelia Fitrotun. *Implementasi Kebijakan Beras Miskin (Raskin) di Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya: Studi Deskriptif pada Kelurahan Tanah Kalikedinding*. *Jurnal Politik Muda*, Unair, Surabaya 3.1 (2014).
- Nungki, Siti Aminah. *Pemberdayaan Perempuan Samijali Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Eks Lokalisasi Warga Jarak Dolly Surabaya*. *J+ PLUS UNESA* 6.1 (2017).
- Octavianti, Thirsa. *Efektivitas Iklan Televisi Bukalapak edisi "Gunakan Jarimu dan Jadilah Pahlawan di Bukalapak" pada*

- Masyarakat Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi* 4.2 (2016).
- Perserikatan Bangsa-Bangsa. 2015. *About the Sustainable Development Goals*. Tersedia di <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>. Diakses pada 11 September 2018
- Rachmalia Agustin Gunawan, Shela. *Kesiapan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Mengimplementasikan standar akuntansi keuangan entitas mikro, kecil dan menengah (SAK EMKM)(studi kasus pada umkm binaan dinas perdagangan Surabaya)*. Diss. STIE Perbanas, 2018.
- Rachmawati, Fitri. *Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Diss. UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Ripley, Randall B. & Grace A. Franklin. 1986. *Policy Implementation and Bureaucracy*. Chicago: The Dorsey Press.
- Santoso, Eko Budi, and Rini Ratna Widya. *Gerakan pertanian perkotaan dalam mendukung kemandirian masyarakat di kota Surabaya*. Seminar Nasional Cities. 2014.
- Siahaan, Hotman. *Profil Kemiskinan di Surabaya: Sebuah Analisis Fenomenologis*. *Jurnal Kemiskinan* (2011): 219-227.
- Soedarso, Soedarso, et al. *Dinamika Multikultural Masyarakat Kota Surabaya*. *Jurnal Sosial Humaniora* 6.1 (2013): 62-75.
- Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan masyarakat informasi & teori sosial kontemporer*. Jakarta: Kencana
- Suharto, Edi. 2014. *Analisis Kebijakan Publik*. Bandung: CV Alfabeta
- Surjani, P. *Manajemen strategi dalam menghadapi era globalisasi*. *Unitas* 11.1 (2002): 20-36.
- Surriadi, Berman. *Pemberdayaan UKM di Kota Surabaya: Studi Kasus Paguyuban Jajan Pasar di Kecamatan Tandes*. *AdBispreneur* 1.1 (2016).
- Syafiq, Hanani. *Mengatasi Ancaman Identitas Kemiskinan: Studi Kasus Sebuah Keluarga Miskin di Surabaya*. *Jurnal Penelitian Psikologi* 4.2 (2013).
- Tachjan. 2006. *Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: AIPI.

Utomo, Sad Dian. Partisipasi Masyarakat dalam Pembuatan Kebijakan. *dalam Indra J. Piliang, Dendi*

Ramdani, dan Agung Pribadi, Otonomi Daerah: Evaluasi dan Proyeksi, Jakarta: Penerbit Divisi Kajian Demokrasi Lokal Yayasan Harkat Bangsa, 2003.

Wicaksono, Kristian Widya. *Tipologi Inovasi Sektor Publik Pada Tiga Program Inovatif Pemerintah Daerah Kota Surabaya (Tinjauan Reflektif Terhadap Tiga Inovasi Pelayanan Publik Pemerintah Kota Surabaya Tahun 2018). Jurnal Manajemen Pelayanan Publik 1.2 (2018): 196-205.*

Winarno, Budi. 2007. Kebijakan Publik: Teori dan Proses. Yogyakarta: Med Press