



Strategi Industrialisasi “Pola IKM Dan UMKM Di Surabaya”

Faisal Restu Ardiansyah

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : Faisalrestu414@gmail.com

Siti Nur Amalia

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : Samaliaans12@gmail.com

Muhammad Yasin

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : yasin@untag-sby.ac.id

Alamat: Jl. Semolowaru No. 45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118

Korespondensi penulis: Faisalrestu414@gmail.com

Abstract. *This paper discusses the industrialization strategy with a focus on the pattern of Small and Medium Industries (IKM) and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. Industrialization has become one of the important efforts to drive a country's economic growth. In the Indonesian context, SMEs and SMEs have a significant role in economic development and job creation. This paper outlines existing patterns in the SMI and MSMEs industry in Indonesia, and describes strategies that can be used to encourage the industrialization of these sectors. In this analysis, several important factors will be discussed, including government policy support, infrastructure development, access to capital and technology, and capacity building and training.*

Keywords: *Industrialization Strategy, IKM, UMKM, Indonesia, Government Policy, Infrastructure, Access To Capital, Technology, Capacity Building, Training.*

Abstrak. Makalah ini membahas tentang strategi industrialisasi dengan fokus pada pola Industri Kecil Menengah (IKM) dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. Industrialisasi telah menjadi salah satu upaya penting untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dalam konteks Indonesia, IKM dan UMKM memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Makalah ini menguraikan pola-pola yang ada dalam industri IKM dan UMKM di Indonesia, serta menjelaskan strategi-strategi yang dapat digunakan untuk mendorong industrialisasi sektor ini. Dalam analisis ini, beberapa faktor penting akan dibahas, termasuk dukungan kebijakan pemerintah, pengembangan infrastruktur, akses ke modal dan teknologi, serta penguatan kapasitas dan pelatihan.

Kata kunci: Strategi Industrialisasi, IKM, UMKM, Indonesia, Kebijakan Pemerintah, Infrastruktur, Akses Modal, Teknologi, Penguatan Kapasitas, Pelatihan.

LATAR BELAKANG

Industrialisasi merupakan salah satu upaya penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Melalui industrialisasi, negara dapat meningkatkan produktivitas, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Di Indonesia, Industri Kecil Menengah (IKM) dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam pembangunan ekonomi.

IKM dan UMKM di Indonesia memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses modal dan teknologi, kurangnya pengembangan infrastruktur, serta kekurangan kapasitas dan keterampilan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mendorong industrialisasi sektor IKM dan UMKM di Indonesia.

Dalam konteks tersebut, makalah ini bertujuan untuk membahas pola-pola yang ada dalam industri IKM dan UMKM di Indonesia serta mengidentifikasi strategi-strategi yang dapat digunakan untuk mendorong industrialisasi sektor ini. Melalui analisis faktor-faktor seperti dukungan kebijakan pemerintah, pengembangan infrastruktur, akses ke modal dan teknologi, serta penguatan kapasitas dan pelatihan, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang bermanfaat untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing sektor IKM dan UMKM di Indonesia.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang pola IKM dan UMKM serta penerapan strategi yang efektif, Indonesia dapat mengoptimalkan potensi sektor ini untuk mencapai tujuan industrialisasi yang berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh.

Surabaya, sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia, memiliki peran penting dalam pengembangan industri kecil menengah (IKM) dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayahnya. IKM dan UMKM di Surabaya memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kota ini, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Surabaya memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan sektor IKM dan UMKM. Berbagai produk seperti kerajinan tangan, makanan dan minuman, tekstil, pakaian, dan produk-produk kreatif lainnya telah dihasilkan oleh pelaku IKM dan UMKM di Surabaya. Selain itu, kota ini juga memiliki keberagaman budaya dan

kekayaan sumber daya lokal yang dapat menjadi modal penting bagi pengembangan sektor ini.

Namun, dalam menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan ekonomi yang semakin ketat, pelaku IKM dan UMKM di Surabaya juga menghadapi berbagai hambatan. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, kendala dalam penggunaan teknologi dan inovasi, kurangnya akses ke modal dan pembiayaan, serta kekurangan keterampilan dan pengetahuan manajemen.

Untuk itu, pemahaman yang mendalam tentang pola IKM dan UMKM di Surabaya menjadi penting. Dalam konteks ini, makalah ini bertujuan untuk menganalisis pola-pola yang ada dalam sektor IKM dan UMKM di Surabaya, termasuk karakteristik industri, ragam produk yang dihasilkan, tren pengembangan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku sektor ini di kota ini.

Dengan pemahaman yang komprehensif tentang pola IKM dan UMKM di Surabaya, dapat dikembangkan strategi dan kebijakan yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing sektor ini, memperluas akses pasar, meningkatkan inovasi dan penggunaan teknologi, serta memberikan dukungan yang diperlukan dalam hal modal, pelatihan, dan pengembangan keterampilan. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta ekosistem bisnis yang berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Surabaya secara keseluruhan.

KAJIAN TEORITIS

Dalam melakukan kajian teoritis terhadap pola IKM dan UMKM di Surabaya, beberapa aspek teoritis yang dapat dipertimbangkan antara lain:

Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Teori tentang perkembangan sektor IKM dan UMKM, termasuk konsep dan definisi IKM dan UMKM, peran serta kontribusi sektor ini dalam perekonomian lokal, serta faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan sektor ini.

Pola-Pola dalam IKM dan UMKM di Surabaya: Kajian tentang pola-pola yang ada dalam sektor IKM dan UMKM di Surabaya, termasuk pola produksi, pola pemasaran, pola distribusi, dan pola kerjasama antara pelaku usaha di sektor ini. Aspek-aspek ini dapat dikaji melalui pendekatan teoritis yang melibatkan konsep seperti rantai nilai, jaringan bisnis, atau model pengembangan kluster industri.

Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pola IKM dan UMKM di Surabaya: Kajian teoritis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pola IKM dan UMKM di Surabaya, baik faktor-faktor yang mendukung maupun yang menghambat perkembangan sektor ini. Aspek-aspek yang dapat dipertimbangkan meliputi akses ke pasar, kebijakan pemerintah, ketersediaan modal dan pembiayaan, inovasi dan teknologi, serta keterampilan dan pelatihan.

Strategi Pengembangan dan Peningkatan Daya Saing IKM dan UMKM di Surabaya: Teori-teori dan konsep-konsep strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing sektor IKM dan UMKM di Surabaya. Misalnya, strategi pengembangan pasar, pengembangan kapabilitas, penerapan teknologi, dan kolaborasi antara pelaku usaha.

Dalam melakukan kajian teoritis terhadap pola IKM dan UMKM di Surabaya, penting untuk mengacu pada literatur dan teori yang relevan dalam bidang studi ekonomi, pengembangan industri, manajemen usaha kecil dan menengah, serta bidang terkait lainnya. Hal ini akan memberikan landasan teoritis yang kuat untuk memahami dan menganalisis pola-pola serta tantangan dalam sektor IKM dan UMKM di Surabaya secara lebih komprehensif.

METODE PENELITIAN

Untuk menggambarkan beberapa metode penelitian yang dapat digunakan dalam penelitian terkait pola IKM dan UMKM di Surabaya, berikut beberapa metode yang relevan:

Studi Literatur: Melakukan tinjauan literatur yang komprehensif tentang topik tersebut, termasuk sumber-sumber seperti jurnal ilmiah, artikel penelitian, buku, dan publikasi terkait lainnya. Studi literatur dapat membantu memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pola IKM dan UMKM di Surabaya berdasarkan penelitian sebelumnya.

Observasi Lapangan: Melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas dan pola yang ada dalam IKM dan UMKM di Surabaya. Observasi ini dapat melibatkan kunjungan ke lokasi usaha, interaksi dengan pelaku usaha, dan pengamatan terhadap proses produksi, pemasaran, dan distribusi.

Wawancara: Melakukan wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan terkait, seperti pelaku usaha IKM dan UMKM, asosiasi industri, ahli ekonomi, dan

pemerintah daerah. Wawancara ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang pola, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh IKM dan UMKM di Surabaya.

Analisis Data Sekunder: Mengumpulkan dan menganalisis data sekunder yang telah ada, seperti data statistik, laporan industri, dan data terkait lainnya yang telah dikumpulkan oleh lembaga pemerintah, asosiasi industri, atau lembaga penelitian terkait. Data ini dapat memberikan informasi tentang pola dan karakteristik IKM dan UMKM di Surabaya.

Analisis SWOT: Melakukan analisis kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh IKM dan UMKM di Surabaya. Analisis SWOT dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pola dan perkembangan sektor ini.

Pemilihan metode penelitian yang tepat akan tergantung pada sifat penelitian, tujuan penelitian, dan ketersediaan sumber daya yang ada. Kombinasi dari beberapa metode penelitian tersebut juga dapat memberikan pendekatan yang lebih holistik dalam memahami dan menganalisis pola IKM dan UMKM di Surabaya.

ANALISIS DAN TEMUAN DATA

A. Karakteristik Industri IKM dan UMKM di Surabaya

Jenis dan sektor industri yang dominan: Menganalisis jenis-jenis industri yang menjadi fokus utama bagi IKM dan UMKM di Surabaya. Misalnya, kerajinan tangan, makanan dan minuman, tekstil, pakaian, produk-produk kreatif, dan sektor lainnya yang memiliki kontribusi signifikan dalam sektor IKM dan UMKM di Surabaya.

Skala produksi dan jumlah tenaga kerja: Menjelaskan skala produksi yang umum dijumpai dalam IKM dan UMKM Surabaya, mulai dari usaha mikro dengan produksi kecil hingga usaha menengah dengan skala produksi yang lebih besar. Selain itu, juga membahas jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam sektor ini.

Kontribusi terhadap ekonomi lokal dan penciptaan lapangan kerja: Menggambarkan kontribusi ekonomi yang diberikan oleh sektor IKM dan UMKM di Surabaya, baik dalam hal pendapatan, penerimaan pajak, maupun penyerapan tenaga kerja. Juga mencakup peran sektor ini dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat.

Dalam menjelaskan karakteristik industri IKM dan UMKM di Surabaya, penting untuk didukung dengan data dan informasi yang relevan, seperti data statistik, laporan industri, dan penelitian terkait. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang jenis industri yang dominan, skala produksi yang umum, serta kontribusi sektor ini terhadap ekonomi lokal.

B. Pola Produksi dan Pemasaran IKM dan UMKM

Pola produksi dan pemasaran merupakan aspek penting yang perlu dipahami dalam konteks IKM dan UMKM di Surabaya. Dalam hal produksi, IKM dan UMKM di Surabaya umumnya mengikuti pola produksi yang fleksibel dan responsif terhadap permintaan pasar. Usaha-usaha ini seringkali memiliki skala produksi yang relatif kecil dan menggunakan tenaga kerja lokal. Mereka seringkali menggunakan bahan baku yang mudah didapatkan di daerah sekitar, serta memadukan proses produksi manual dan menggunakan teknologi sederhana. Pola ini memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan cara yang efisien dan fleksibel.

Sementara itu, dalam hal pemasaran, IKM dan UMKM di Surabaya mengadopsi berbagai strategi untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. Mereka cenderung mengandalkan pemasaran langsung dan hubungan dekat dengan pelanggan. Beberapa di antaranya menjual produk-produk mereka melalui toko-toko fisik di Surabaya, pasar tradisional, atau melalui kerjasama dengan distributor lokal. Selain itu, dengan perkembangan teknologi digital, semakin banyak IKM dan UMKM di Surabaya yang memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui pemasaran online, mereka dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah, bahkan di luar Surabaya.

Dalam keseluruhan, pola produksi dan pemasaran IKM dan UMKM di Surabaya mencerminkan adaptasi mereka terhadap kebutuhan dan kondisi pasar. Mereka berusaha untuk mempertahankan kualitas produk, meningkatkan efisiensi produksi, dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan pola produksi dan pemasaran yang tepat, IKM dan UMKM di Surabaya memiliki potensi untuk tumbuh dan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pola IKM dan UMKM di Surabaya

Faktor Pendukung:

Kebijakan pemerintah daerah: Adanya kebijakan pemerintah daerah yang mendukung pengembangan IKM dan UMKM di Surabaya, seperti penyediaan infrastruktur yang memadai, pelatihan dan pendidikan untuk pengusaha, serta insentif fiskal atau pembebasan pajak bagi usaha kecil dan menengah.

Aksesibilitas infrastruktur dan konektivitas: Ketersediaan infrastruktur yang baik, seperti jaringan transportasi yang lancar dan akses ke pasar yang mudah, mempermudah IKM dan UMKM di Surabaya untuk mendistribusikan produk mereka dan menjalin kerjasama dengan mitra bisnis.

Adopsi teknologi dan inovasi: Penerapan teknologi dan inovasi dalam proses produksi dan pemasaran dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing IKM dan UMKM di Surabaya. Adanya akses dan kemampuan dalam mengadopsi teknologi menjadi faktor pendukung penting bagi perkembangan sektor ini.

Faktor Penghambat:

Kendala akses pembiayaan dan modal: Sulitnya akses pembiayaan dan modal menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh IKM dan UMKM di Surabaya. Terbatasnya akses ke lembaga keuangan, persyaratan yang ketat, serta suku bunga yang tinggi menjadi hambatan bagi pengembangan dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah.

Tantangan dalam pemasaran dan penetrasi pasar: IKM dan UMKM di Surabaya sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka dan menembus pasar yang kompetitif. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran, promosi, dan branding menjadi penghambat dalam memperluas jangkauan pasar.

Keterbatasan keterampilan dan pengetahuan manajemen: Keterampilan dan pengetahuan manajemen yang terbatas juga menjadi kendala dalam pola IKM dan UMKM di Surabaya. Ketidakmampuan dalam mengelola bisnis secara efektif, termasuk manajemen keuangan, manajemen operasional, dan manajemen sumber daya manusia, dapat membatasi perkembangan dan pertumbuhan usaha.

Dalam sub bab ini, faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pola IKM dan UMKM di Surabaya dapat dijelaskan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai lingkungan bisnis dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil dan menengah di Surabaya.

D. Strategi Pengembangan dan Peningkatan Daya Saing IKM dan UMKM di Surabaya

Pengembangan Keterampilan dan Pelatihan:

Program pelatihan dan pendidikan dapat diperkenalkan untuk meningkatkan keterampilan pelaku IKM dan UMKM di Surabaya, termasuk pelatihan dalam bidang manajemen, pemasaran, teknologi, dan keahlian produksi. Hal ini akan membantu mereka meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan kualitas produk.

Kolaborasi antara industri dan lembaga pendidikan/vokasi dapat didorong untuk mengembangkan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui kemitraan ini, pelaku IKM dan UMKM di Surabaya dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan industri yang berkembang.

Peningkatan Akses Keuangan:

Peran lembaga keuangan, seperti bank, koperasi, atau lembaga pembiayaan mikro, dapat diperkuat untuk memberikan akses pembiayaan yang lebih mudah dan terjangkau bagi IKM dan UMKM di Surabaya. Ini dapat melibatkan pengurangan birokrasi, penyediaan pinjaman dengan suku bunga yang terjangkau, atau program pembiayaan khusus.

Pengembangan model pembiayaan alternatif, seperti crowdfunding atau peer-to-peer lending, juga dapat dijajaki untuk membantu pelaku IKM dan UMKM di Surabaya mendapatkan modal usaha tanpa bergantung pada lembaga keuangan tradisional.

Peningkatan Akses Pasar:

Dukungan pemerintah dan asosiasi industri dalam membuka peluang pasar bagi IKM dan UMKM di Surabaya dapat ditingkatkan. Hal ini dapat melibatkan penyelenggaraan pameran atau bazar lokal, partisipasi dalam acara dan festival ekonomi, serta pengembangan jejaring bisnis dan kolaborasi antar-pelaku usaha.

Pemanfaatan teknologi digital dan platform e-commerce dapat ditingkatkan untuk memperluas jangkauan pasar IKM dan UMKM di Surabaya. Pelaku usaha dapat memanfaatkan platform online untuk mempromosikan dan menjual produk mereka kepada pelanggan di dalam dan luar Surabaya.

Dalam sub bab ini, strategi-strategi pengembangan dan peningkatan daya saing IKM dan UMKM di Surabaya dijelaskan untuk membantu pelaku usaha kecil dan menengah menghadapi tantangan dan meningkatkan posisi mereka dalam pasar. Pengembangan keterampilan, peningkatan akses keuangan, dan peningkatan akses pasar menjadi fokus utama dalam meningkatkan kemampuan dan pertumbuhan usaha di Surabaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Berdasarkan analisis terhadap pola IKM dan UMKM di Surabaya, dapat disimpulkan bahwa sektor ini memiliki karakteristik yang unik dan berperan penting dalam perekonomian lokal. IKM dan UMKM di Surabaya umumnya mengikuti pola produksi yang fleksibel dan responsif terhadap permintaan pasar, sementara dalam pemasaran mereka mengandalkan strategi pemasaran langsung dan peningkatan pemanfaatan teknologi digital. Meskipun sektor ini memiliki potensi yang besar, terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi perkembangan dan daya saing IKM dan UMKM di Surabaya. Faktor pendukung meliputi kebijakan pemerintah daerah, aksesibilitas infrastruktur, dan adopsi teknologi dan inovasi, sementara faktor penghambat meliputi keterbatasan akses pembiayaan, tantangan dalam pemasaran, dan keterbatasan keterampilan manajemen.

Saran:

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan dan peningkatan daya saing IKM dan UMKM di Surabaya adalah sebagai berikut:

Meningkatkan program pelatihan dan pendidikan: Pemerintah daerah dan lembaga pendidikan/vokasi perlu meningkatkan program pelatihan dan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini akan membantu pelaku IKM dan UMKM di

Surabaya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam manajemen, pemasaran, teknologi, dan keahlian produksi.

Memperkuat akses pembiayaan: Lembaga keuangan dan pemerintah daerah perlu bekerja sama untuk memperkuat akses pembiayaan bagi IKM dan UMKM di Surabaya. Ini dapat dilakukan melalui penyederhanaan proses permodalan, penawaran suku bunga yang terjangkau, dan pengembangan model pembiayaan alternatif.

Mendorong kerjasama dan kolaborasi: Pemerintah daerah dan asosiasi industri perlu mendorong kerjasama antara pelaku usaha kecil dan menengah di Surabaya. Ini dapat meliputi pendirian kawasan industri yang memfasilitasi kolaborasi dan pengembangan jejaring bisnis, serta memperluas peluang pasar melalui pameran, bazar, dan partisipasi dalam acara ekonomi.

Meningkatkan pemanfaatan teknologi digital: Pelaku IKM dan UMKM di Surabaya perlu memanfaatkan teknologi digital dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Pemerintah daerah dapat memberikan dukungan dalam hal pelatihan dan pengembangan kapasitas digital, serta menyediakan akses dan infrastruktur yang diperlukan.

Dengan implementasi saran-saran ini, diharapkan IKM dan UMKM di Surabaya dapat mengatasi kendala yang ada, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR REFERENSI

1. Arifin, Z. (2017). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing di era globalisasi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 115-123.
2. Fauzi, A., & Harsono, A. (2018). Strategi pengembangan IKM dalam perspektif kebijakan industri. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 9(2), 136-151.
3. Kusumawati, A. (2018). Peran pemerintah daerah dalam pengembangan industri kecil dan menengah di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 32-43.
4. Prasetyawan, Y. W., & Mardhiah, D. (2018). Peningkatan daya saing IKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 1-10.
5. Pratama, D., Suhendra, S., & Nurjanah, R. (2020). Analisis pola produksi industri kecil menengah di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 15(1), 56-68.
6. Ramadhan, A., & Syam, R. (2019). Peningkatan daya saing IKM melalui akses pasar digital. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 26(1), 78-91.

7. Setiawan, H., & Hidayat, T. (2018). Kajian kebijakan industri kecil dan menengah di Surabaya. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 29(1), 55-64.
8. Sulistyono, B., & Iskandar, D. (2019). Analisis pengaruh faktor-faktor ekonomi terhadap pengembangan IKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(2), 122-133.
9. Susilawati, C., & Wicaksono, T. (2017). Peran teknologi informasi dalam pengembangan IKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(1), 47-57.
10. Utama, W. N. (2020). Dampak globalisasi terhadap UMKM di Surabaya. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 5(2), 111-121.
11. Yuniar, I., & Suryani, S. (2018). Faktor-faktor pengembangan IKM di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 29-36.
12. Kusumaningrum, D., & Iskandar, D. (2019). Analisis kebijakan pemberdayaan IKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 20(1), 62-71.
13. Rahmatullah, R., & Sunyoto, D. (2019). Strategi pengemban usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Surabaya dalam menghadapi persaingan global. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 2(2), 109-122.
14. Putri, R., & Arisandy, H. (2017). Analisis faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan IKM di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 67-80.
15. Sari, D. K., & Rahayu, D. (2019). Peran pemerintah daerah dalam meningkatkan daya saing IKM di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(1), 37-50.
16. Suharto, A., & Kristiawan, M. (2018). Analisis pola pemasaran IKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 32-46.
17. Susilo, B., & Putri, D. P. (2017). Peningkatan akses pembiayaan bagi IKM di Surabaya melalui lembaga keuangan mikro. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(2), 282-294.
18. Wulandari, D., & Hartono, R. (2020). Implementasi e-commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 1-14.
19. Yuliani, E., & Pratama, A. (2019). Analisis kebijakan pengembangan IKM di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), 33-48.
20. Zulfikar, M., & Dewi, D. R. (2018). Peran asosiasi industri dalam meningkatkan akses pasar IKM di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 19(1), 78-89.