

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Suatu negara dapat dikatakan berhasil apabila dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang dilaksanakan oleh Pemerintah dengan cara membuka lebar peluang investasi. Secara umum, dengan melakukan investasi atau penanaman modal dari investor domestik hingga luar negeri akan memberikan dampak yang positif bagi perekonomian suatu negara. Indonesia merealisasikan pembangunan nasional sebagai tujuan utama untuk mewujudkan tujuan bangsa sebagaimana yang tercantum pada Undang-Undang Dasar 1945 yakni memajukan kesejahteraan umum (Muhtar, 2022). Pembangunan nasional yang dimaksud adalah meliputi seluruh aspek kehidupan bangsa Indonesia yang digalakkan bersama oleh pemerintah dan juga masyarakat.

Salah satu yang menjadi tonggak penopang dalam hal perekonomian nasional dan juga kekuatan dalam segi ekonomi suatu daerah yakni dengan hadirnya pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Sasangka & Prabowo (2023) Biasanya UMKM mengacu pada jenis usaha dengan skala kecil atau menengah dalam artian jumlah omset, aset hingga karyawannya. Disisi lain adanya UMKM juga bisa menjadi salah satu peran dalam mencapai kegiatan ekonomi seperti tercipta lapangan pekerjaan, inovasi bisnis, adaptasi dan pengurangan dampak negatif ekonomi, masyarakat, lingkungan dan juga operasi bisnis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Wahyunti, 2020)

Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Kota Surabaya saat ini dihadapkan pada persaingan yang sengit di tingkat lokal maupun nasional. Pasalnya Kota Surabaya diusulkan menjadi kota yang kreatif dan juga diakui oleh UNESCO (durroh nafisah, 2023). Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) juga mengusulkan agar Kota Surabaya dapat mengusung tema Ekonomi Kreatif dan para Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bisa mendapatkan perlindungan hukum secara legal melalui penerbitan Peraturan Daerah (Reni Astuti, 2023). Dalam konteks pengembangan ekonomi lokal, sektor UMKM memiliki peran yang krusial. Dibandingkan sektor lain, UMKM di Kota Surabaya memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal, baik dalam hal penyerapan tenaga kerja maupun pertumbuhan ekonomi. Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (DINKOPUMDAG) Kota Surabaya dalam situs Voa Indonesia mengatakan bahwa :

“Saat ini Jumlah UMKM di Kota Surabaya terdapat sekitar 150.000 UMKM di Surabaya, dengan 50.000 diantaranya merupakan UMKM makanan dan minuman” (Petrus Riski, 2024) <https://www.voaindonesia.com/a/geliat-umkm-lokal-hadapi-ancaman-resesi-ekonomi/7745044.html>

Dengan tingginya jumlah UMKM di Kota Surabaya menjadikan sektor ini sebagai tulang punggung perekonomian lokal. Namun, dengan jumlah yang begitu besar, tantangan dalam pengelolaan dan pemberdayaan UMKM juga semakin kompleks. Salah satu indikator penting adalah mengenai kepemilikan Legalitas Usaha. Pada tahun 2021 Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang terdaftar baru sekitar 20.300 UMKM (Ambrosius, 2021). Kondisi seperti ini lah yang mengindikasikan adanya kesenjangan yang signifikan antara jumlah UMKM dengan yang telah memiliki legalitas usaha. Namun berdasarkan Peraturan Pemerintah No.11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, terdapat penyederhanaan dan

pengintegrasian berbagai jenis perizinan berusaha yang kemudian SIUP digantikan oleh Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai satu-satunya legalitas berusaha, Sebagaimana yang disebutkan oleh Priatna et al. (2024) yakni izin legalitas yang dimaksud diantaranya adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang dimana tujuan dari izin tersebut yang paling utama adalah sebagai perlindungan hukum, sehingga usaha yang dilakukan menjadi resmi dan diakui secara sah oleh pemerintah.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya merupakan instansi publik yang memberikan pelayanan jasa secara langsung dalam hal perizinan dan non perizinan. Sejak diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Berbasis Risiko di Kota Surabaya Perizinan Berusaha yang sebelumnya dimohonkan melalui *Surabaya Single Window (SSW)* digeser ke *Online Single Submission (OSS)*. Menurut Rokhman et al. (2024) dengan menerapkan Sistem Perizinan Berusaha Berbasis Risiko melalui OSS adalah Langkah yang cukup inovatif dalam administrasi pemerintahan guna meningkatkan kecepatan, transparansi, dan juga keterbukaan dalam memproses perizinan usaha. Sifatnya yang otomatis langsung terintegrasi secara elektronik bisa diartikan perizinan berusaha yang diterbitkan oleh lembaga OSS ini mempermudah pemerintah dalam mengelola terkait kegiatan usaha, sehingga pemerintah juga bisa memberikan izin usaha dengan lebih tepat dan terukur.

Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas resmi pelaku usaha yang diterbitkan melalui sistem *Online Single Submission (OSS)* sebagai tanda legalitas dasar sekaligus izin usaha. NIB tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kewajiban administratif, tetapi juga menjadi prasyarat utama bagi pelaku usaha untuk

memperoleh pengakuan resmi pemerintah, mengakses berbagai fasilitas pembiayaan dan bantuan usaha, menjalin kemitraan dengan perusahaan besar, serta memperluas pemasaran produk secara legal melalui marketplace digital. Dengan demikian, kepemilikan NIB merupakan langkah strategis menuju transformasi usaha yang lebih profesional, kredibel, dan berdaya saing dalam ekosistem perekonomian modern.

Secara umum NIB merupakan pintu awal untuk menuju legalitas yang lebih lengkap, misalnya dalam pengurusan sertifikasi halal, PIRT, sertifikasi BPOM, akses pembiayaan Kredit Uang Rakyat, kemudahan dalam mengembangkan usaha, akses pameran resmi, kemitraan distribusi, dll yang memerlukan sebuah Nomor Induk Berusaha (NIB). Sehingga NIB ini dirancang untuk menyederhanakan dan mengintegrasikan berbagai jenis perizinan berusaha. Disisi lain, NIB bukan hanya sekadar nomor identitas, akan tetapi perizinan utama yang memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Dengan memiliki NIB, UMKM diakui secara resmi oleh pemerintah, terlindungi dari tindakan hukum yang merugikan, dan membangun kepercayaan dengan mitra bisnis serta lembaga keuangan. Disisi lain, NIB merupakan syarat utama untuk mengakses berbagai program dan fasilitas pemerintah, seperti bantuan permodalan, pelatihan, dan pemasaran, yang sangat penting bagi pengembangan usaha UMKM. Peningkatan kredibilitas dan daya saing UMKM juga menjadi dampak positif dari kepemilikan NIB, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan daerah. Oleh karena itu, NIB bukan hanya sekadar legalitas, tetapi juga instrumen kebijakan yang strategis dalam mendukung UMKM.

Namun, fakta yang ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM di Kota Surabaya yang belum memahami tentang bagaimana cara untuk mengurus Perizinan Berusaha. Rendahnya Tingkat kepedulian dan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya legalitas usaha juga menjadi tantangan bagi Pemerintah Kota Surabaya untuk meningkatkan jumlah pengurusan dan kepemilikan NIB. Apabila hal ini terus terjadi maka, UMKM akan kesulitan untuk mengakses berbagai fasilitas dan program pemerintah yang membutuhkan legalitas usaha seperti permodalan, pelatihan, dan pemasaran. Akibatnya pertumbuhan UMKM menjadi terhambat dan berdampak pada perekonomian kota secara keseluruhan.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya telah berupaya untuk meningkatkan kepemilikan NIB melalui berbagai program, salah satunya adalah "PESONA BUAYA." Program ini bertujuan untuk memfasilitasi pengurusan NIB bagi UMKM melalui strategi *smart branding*. Dalam konteks pengembangan kota dan pelayanan publik, penerapan strategi *smart branding* telah terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan citra, daya saing, dan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk meninjau praktik-praktik terbaik yang telah berhasil diimplementasikan di berbagai kota, baik di Indonesia maupun di kancah internasional. Di Kota Surabaya, misalnya 'Sparkling Surabaya' yang telah berhasil mentransformasi wajah kota melalui pemanfaatan teknologi dalam pelayanan publik, penataan ruang kota yang estetik, serta promosi pariwisata yang terintegrasi. Selain itu, pengembangan ruang-ruang publik tematik dan fungsional telah meningkatkan citra Surabaya sebagai kota yang berwawasan lingkungan dan ramah bagi warganya. Praktik-praktik

terbaik ini mengilustrasikan bahwa *smart branding* bukan sekadar alat komunikasi, melainkan juga instrumen kebijakan yang memiliki potensi untuk mendorong perubahan positif. Terkait dengan hal tersebut, penelitian ini melihat adanya potensi *branding* yang dapat memfasilitasi proses pengurusan perizinan berusaha bagi UMKM, melalui konsep "PESONA BUAYA" untuk mendukung *smart branding*.

**Gambar 1. 1 Logo Pesona Buaya**



**Sumber : DPMPTSP Surabaya**

PESONA BUAYA merupakan singkatan dari Pendampingan Sinergi dan Sosialisasi Perizinan Berusaha Untuk UMK Kota Surabaya yang hadir sebagai sebuah inisiatif yang dirancang oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya di tahun 2021 untuk membantu UMKM di Kota Surabaya dalam memahami dan mengurus NIB. Inovasi ini sangat sejalan dengan teori Christensen & Laergreid (2001) dalam jurnal Hapsari et al. (2021) mengenai kategori inovasi *sustaining innovation* dimana proses inovasi yang membawa perubahan juga harus tetap berdasar sesuai dengan kondisi pelayanan dan sistem yang sedang berjalan atau yang sudah ada. *Branding* ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pendampingan bagi para pelaku UMKM. Sebagaimana menurut Fadhila & Tricahyono (2020) *Branding* dilakukan dengan membuat logo yang memiliki karakteristik yang mampu menarik perhatian, mengandung pesan yang akan

disampaikan misalnya tagline untuk memudahkan masyarakat dalam mengingat misalnya Pesona Buaya yakni “Ekonomi Kuat Surabaya Hebat”.

Pesona Buaya melakukan *branding* melalui kegiatan sosialisasi mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB) di tingkat kelurahan/kecamatan tiap bulan nya, Tujuannya agar masyarakat awam mengetahui bahwa hadirnya “PESONA BUAYA” membawa pesan mengenai pentingnya legalitas usaha bagi produk/usaha yang sedang dijalankan. Terlebih lagi kegiatan ini dilakukan untuk memudahkan proses pengurusan NIB agar lebih efektif & efisien. Selain melakukan sosialisasi di kelurahan/kecamatan layanan sosialisasi ini juga dilakukan di beberapa Universitas dan juga pada event tertentu hingga hadir dalam kegiatan umum seperti *Car Free Day*. Kegiatan ini bisa disebut sebagai “PESONA BUAYA Goes to Car Free Day / Goes to Campus”. Didalam proses jemput bola ini, PESONA BUAYA juga berkolaborasi bersama fasilitator Sertifikat Halal (MUI) dan Fasilitator Bank Jatim untuk melakukan sosialisasi dalam kegiatan *Car Free Day* di wilayah Kota Surabaya. Selain itu, terdapat juga sebuah fasilitas “Klinik Investasi” yang terdapat di dalam Mall Pelayanan Publik Siola Kota Surabaya. Adanya klinik investasi ini merupakan Langkah inovatif untuk mempermudah Masyarakat dalam membuat legalitas usaha dan juga menjaga iklim investasi yang kondusif di Kota Surabaya. Di dalam klinik investasi juga diberikan fasilitas kenyamanan, Sehingga dalam proses melakukan pendampingan, pelaku usaha akan didampingi dalam persiapan administrasinya mulai dari nol hingga tuntas sampai pelaku usaha memiliki perizinan dan legalitas usaha yang didirikannya dengan nyaman.

Pemerintah Kota Surabaya juga terus mendorong proses kepemilikan Legalitas Usaha, hal ini dibuktikan dengan Pemkot Surabaya yang konsisten untuk

memfasilitasi Masyarakat yang masih belum memiliki Legalitas Usaha melalui Pembangunan Sentra Pelayanan Publik (SPP) di tiap wilayah. Adanya pembangunan SPP ini harapannya Masyarakat tidak perlu lagi jauh-jauh untuk datang di Mall Pelayanan Publik, karena SPP ini hadir di tiap wilayah sehingga memudahkan akses Masyarakat yang ingin membuat legalitas usaha. Dengan penggunaan teknologi digital dan strategi komunikasi yang efektif, besar harapannya Pesona Buaya dapat mengubah stigma negatif masyarakat tentang pengurusan perizinan berusaha yang rumit, butuh banyak waktu dan tenaga, serta berbayar, dengan bukti sebaliknya bahwa pengurusan perizinan berusaha mudah, cepat, efisien dan tidak dipungut biaya apapun.

**Tabel 1. 1 Jumlah NIB Terbit (Agustus 2021 – Juli 2024)**

<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH NIB TERBIT</b>
<b>2021</b>	<b>10.723</b>
<b>2022</b>	<b>48.168</b>
<b>2023</b>	<b>67.015</b>
<b>Per 20 Maret 2024</b>	<b>34.921</b>

**Sumber : Youtube Pesona Buaya**

DPMPSTSP yang ditunjuk sebagai pelaksana oleh Pemerintah Kota Surabaya membentuk tim PESONA BUAYA agar terjun langsung ke lapangan untuk membantu masyarakat dan besar harapannya bagi pelaku UMKM bisa memiliki NIB sebagai bentuk legalitas usaha. Meskipun program PESONA BUAYA telah diluncurkan dengan tujuan mempermudah proses pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM di Kota Surabaya, dalam pelaksanaannya masih terdapat pelaku usaha yang belum memiliki NIB. Hal ini bisa diakibatkan karena minimnya pengetahuan Masyarakat mengenai program “PESONA BUAYA” yang seharusnya logo/pamflet nya terpasang di tiap

kelurahan/kecamatan, akan tetapi pada kondisi lapangan hanya beberapa titik saja yang melakukan penempelan pamflet tersebut, yang dampaknya penerbitan NIB di wilayah tersebut tidak maksimal. Disisi lain juga bisa diakibatkan oleh cara promosi melalui media sosial Pesona Buaya yang kurang mendapatkan perhatian, sehingga hanya beberapa Masyarakat saja yang mengetahui mengenai program Pesona Buaya.

**Tabel 1. 2Rata-rata selisih jumlah peserta sosialisasi dan NIB perbulan**

TAHUN	HADIR	TERBIT	GAP	JUMLAH PERIODE	RATA PESERTA	RATA NIB TERBIT	RATA GAP
2021	295	211	84	1	295	211	84
2022	4.432	3.724	708	12	369	310	59
2023	757	698	59	3	252	232	20
<b>TOTAL</b>	<b>5.484</b>	<b>4.633</b>					

**Sumber : DPMPTSP Kota Surabaya (2023)**

Ada 3 kategori utama yang disajikan sebagai pengantar uraian, yaitu jumlah peserta hadir, jumlah SK terbit di lokasi sosialisasi, dan gap antara 2 kategori tersebut. Jumlah Pelaku Usaha Mikro Kecil yang telah menjadi peserta kegiatan pendampingan dan sosialisasi. Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memproses pengurusan NIB adalah masalah teknis pada sistem OSS. Gangguan pada sistem OSS termasuk error yang kerap terjadi dapat menghambat proses pengurusan NIB dan menjadi salah satu faktor yang cukup serius, hal ini sesuai dengan L. Lestari & Zulkarnaini (2023) yang menyebutkan bahwa sistem masih dalam tahap penyempurnaan yang dikelola oleh lembaga OSS. Selain itu, kurangnya pemahaman Masyarakat mengenai prosedur penggunaan secara online dan persyaratan yang kompleks menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha, utamanya yang berasal dari kalangan UMKM.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari staff DPMPTSP Kota Surabaya menyebutkan bahwa terdapat hambatan berupa duplikasi Nomor Induk

Kependudukan (NIK). Perlu diketahui bahwasanya untuk membuat NIB hanya bisa dilakukan dengan 1 (satu) NIK untuk 1 (satu) akun, dan apabila NIK yang didaftarkan pada website OSS terdeteksi telah pernah digunakan sebelumnya, maka proses pembuatan akun tidak dapat dilanjutkan. Perlu dilakukan penanganan khusus untuk memastikan apakah pelaku UMKM tersebut pernah membuat akun sebelumnya dan lupa untuk menyimpan informasi akun tersebut atau NIK tersebut telah digunakan oleh orang lain, penanganan tersebut hanya dilakukan di Mall Pelayanan Publik Siola (Klinik Investasi), Kondisi ini membuat terhambatnya untuk memiliki NIB sehingga memberikan beban tambahan bagi masyarakat yang ingin mengurus NIB. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan *smart branding* oleh "PESONA BUAYA" dalam memfasilitasi pengurusan NIB (Nomor Induk Berusaha) bagi UMKM di Kota Surabaya. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana *Smart Branding* akan berdampak positif pada jumlah NIB dengan berfokus kepada *Business Branding* dengan menggunakan teori *Smart Branding* yang dikemukakan oleh (Kemkominfo (2017)) dalam buku panduan penyusunan masterplan *smart city*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan yang efektif untuk UMKM, sekaligus mendorong peningkatan kualitas produk lokal yang lebih kompetitif di pasar untuk menuju ekonomi yang kuat di Kota Surabaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan data-data yang telah disajikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana proses *Smart Branding*

PESONA BUAYA dalam memfasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM di Kota Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berpandangan pada rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan *Smart Branding* PESONA BUAYA dalam memfasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM di Kota Surabaya

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan semua penjelasan diatas, diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dalam mengembangkan konsep mengenai *Smart Branding* PESONA BUAYA dalam memfasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM di Kota Surabaya

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat praktis dengan memberikan referensi bagi pembaca sehingga dapat menambahkan informasi mengenai *Smart Branding* Pesona Buaya dalam memfasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM di Kota Surabaya.

c. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara akademis dengan menambah referensi pada penelitian sejenis di masa depan. Penelitian ini juga menjadi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program

Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.