

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan di atas tentang Smart Branding “PESONA BUAYA” dalam Memfasilitasi Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi UMKM di Kota Surabaya yang dianalisis menggunakan teori Smart Branding Kemkominfo (2017), yang terdiri dari tiga Dimensi (Trade, Investment, dan Creative), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1 Trade Proses Legalitas Usaha

Pemerintah Kota Surabaya melalui DPMPTSP telah menjalankan pendekatan strategis dalam membangun ekosistem perdagangan yang inklusif dan formal melalui program branding pelayanan publik PESONA BUAYA. Dalam dimensi Trade, pemerintah tidak hanya mengajak pelaku UMKM untuk memiliki legalitas usaha, namun juga membangun sistem yang aktif dalam meningkatkan akses perdagangan melalui kepemilikan NIB sebagai prasyarat dasar.

Penerapan PESONA BUAYA terbukti mendorong kesadaran pelaku UMKM untuk masuk ke dalam ekosistem perdagangan legal. Program ini dirancang untuk menjawab hambatan klasik di lapangan—seperti kurangnya informasi, asumsi biaya mahal, hingga kerumitan prosedur—dengan menghadirkan strategi komunikasi yang lebih ramah dan menjangkau langsung masyarakat melalui media sosial, jemput bola, dan forum-forum warga.

Lebih dari sekadar mengajak, pemerintah secara aktif memasarkan konsep perdagangan formal melalui *branding* layanan, di mana legalitas usaha diposisikan sebagai gerbang utama agar UMKM dapat naik kelas dan menjangkau pasar yang lebih luas, baik fisik maupun digital. Melalui penciptaan wadah pendukung perdagangan seperti Surabaya Kriya Gallery (SKG), layanan OSS di Mall Pelayanan Publik, dan integrasi data berbasis OSS-RBA, pemerintah berupaya memperkuat peran UMKM dalam rantai ekonomi yang lebih stabil dan berdaya saing. Secara keseluruhan strategi ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Surabaya tidak hanya menciptakan sistem legalitas, tetapi juga mendesain pengalaman berusaha yang lebih modern, formal, dan inklusif, sekaligus mengajak pelaku UMKM untuk menjadi bagian aktif dalam ekosistem perdagangan legal dan berbasis digital.

2 Peningkatan Investasi (Investment)

Dimensi Investment, Pemerintah Kota Surabaya melalui branding program PESONA BUAYA menempatkan kepemilikan NIB sebagai bentuk kepatuhan legalitas usaha yang strategis untuk menarik kepercayaan investor, baik dari sektor perbankan, koperasi, maupun mitra swasta. Pemerintah memahami bahwa legalitas bukan hanya syarat administratif, tetapi juga menjadi simbol kredibilitas dan kesiapan usaha dalam menjalin kerja sama formal. Keberhasilan aspek investasi ditunjukkan melalui meningkatnya kepercayaan pelaku usaha terhadap sistem pelayanan perizinan, serta meningkatnya keberanian UMKM untuk mengakses pembiayaan perbankan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pembiayaan

koperasi, dan peluang pembiayaan mitra swasta. Dengan adanya NIB, pelaku usaha memiliki legitimasi yang diakui secara formal, sehingga memperkuat posisi tawar dalam memperoleh modal usaha dan kerja sama bisnis yang lebih luas.

Melalui branding layanan yang profesional dan responsif, PESONA BUAYA berhasil membangun citra pelayanan perizinan yang berorientasi pada kebutuhan pelaku usaha. Pendekatan ini menciptakan persepsi positif di kalangan pelaku UMKM bahwa pengurusan legalitas kini lebih mudah, cepat, dan terarah. Branding yang diciptakan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk kepercayaan terhadap institusi pemerintah sebagai mitra pertumbuhan usaha.

Lebih lanjut, kemudahan ekosistem investasi diperkuat dengan hadirnya Klinik Investasi di Mall Pelayanan Publik Siola, serta pendampingan teknis OSS yang dirancang untuk membantu pelaku UMKM memahami proses pengajuan izin secara digital. Upaya ini memperlihatkan keseriusan pemerintah dalam menciptakan lingkungan usaha yang ramah investasi dan tidak diskriminatif, di mana pelaku UMKM yang legal secara otomatis memperoleh peluang lebih besar dalam mengakses pembiayaan dan kemitraan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, *branding* PESONA BUAYA dalam dimensi Investment telah berhasil membangun hubungan timbal balik antara kepercayaan publik terhadap pemerintah dan meningkatnya kepercayaan investor terhadap pelaku UMKM, menjadikan legalitas usaha bukan hanya sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai daya tarik ekonomi.

3 Pengembangan Industri Kreatif (*Creative*)

Dimensi Creative, Pemerintah Kota Surabaya menunjukkan inisiatif kreatif melalui program PESONA BUAYA sebagai bagian dari upaya branding layanan publik yang mendukung tumbuhnya kesadaran akan pentingnya identitas usaha. Pemerintah tidak hanya mengajak UMKM untuk taat legalitas, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk lebih inovatif, kompetitif, dan siap bersaing dalam ekosistem digital dan modern. Strategi ini tidak hanya meningkatkan citra profesional usaha, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produknya melalui wadah digital dan etalase pameran pemerintah, seperti Surabaya Kriya Gallery (SKG). Penerapan dimensi kreatif menjadi faktor pendorong agar UMKM naik kelas, memiliki identitas usaha yang kuat, dan mampu bersaing dalam ekosistem perdagangan yang lebih modern.

Upaya ini diwujudkan melalui pendampingan langsung terhadap pelaku UMKM, seperti pelatihan pembuatan logo usaha, kemasan produk yang menarik, hingga materi promosi visual yang sesuai dengan citra usaha. Pemerintah juga aktif menyediakan ruang promosi dan eksposur usaha, misalnya dengan melibatkan UMKM dalam etalase seperti Surabaya Kriya Gallery (SKG), event pameran daerah, serta membuka akses ke pasar digital melalui pendampingan pendaftaran di platform e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia.

Lebih jauh, branding PESONA BUAYA juga membuka peluang penguatan kolaboratif antar UMKM, misalnya melalui forum diskusi atau pelatihan bersama, sehingga pelaku usaha tidak berjalan sendiri dalam

membangun kualitas produknya. Kreativitas dalam pelayanan tidak hanya bersifat estetika, tetapi juga terintegrasi dengan nilai edukatif, kolaboratif, dan partisipatif. Secara keseluruhan strategi ini mencerminkan bahwa Pemerintah Kota Surabaya tidak hanya mengatur dan melayani, tetapi juga menjadi fasilitator dan katalisator bagi pertumbuhan kreativitas UMKM, yang diwujudkan melalui branding program yang inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan pelaku usaha lokal di era digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai bentuk saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait agar keberlanjutan dan penguatan program *Smart Branding PESONA BUAYA* dapat semakin optimal:

1. Bagi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya, Dinas diharapkan dapat terus memperkuat strategi sosialisasi dengan memadukan metode tatap muka dan pendekatan digital secara lebih proporsional. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah penyusunan modul edukasi daring berbasis video interaktif dan infografis yang mudah diakses melalui wadah media sosial dan website resmi. Selain itu, penting untuk melakukan pemetaan wilayah dengan tingkat kepemilikan NIB yang masih rendah, sehingga kegiatan sosialisasi dan jemput bola dapat difokuskan pada area yang membutuhkan prioritas intervensi. Dinas juga disarankan menjalin kemitraan lebih luas dengan organisasi profesi, komunitas UMKM, universitas, serta pihak swasta, guna menciptakan ekosistem kolaborasi yang mendukung percepatan legalitas usaha.

2. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Pelaku usaha diharapkan lebih proaktif dalam memanfaatkan seluruh fasilitas yang telah disediakan program PESONA BUAYA, tidak hanya sebatas pengurusan legalitas usaha, tetapi juga untuk meningkatkan kompetensi pengelolaan bisnis, penguatan identitas merek, dan pemasaran digital. Disarankan bagi UMKM untuk membentuk kelompok belajar atau komunitas pendamping di tingkat kecamatan, agar proses berbagi pengalaman dan pendampingan sesama pelaku usaha dapat berjalan lebih efektif. Pelaku usaha juga perlu secara rutin memperbarui informasi mengenai regulasi perizinan, peluang pembiayaan, serta fasilitas promosi yang dapat dimanfaatkan setelah memiliki NIB.
3. Bagi pemerintah Kota Surabaya, Pemerintah daerah diharapkan melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas implementasi *Smart Branding PESONA BUAYA* dengan indikator yang lebih terukur, seperti tingkat retensi UMKM legal, peningkatan omzet usaha, dan penyerapan pembiayaan modal kerja. Pemerintah juga dapat mempertimbangkan penyediaan insentif khusus bagi UMKM yang telah memiliki legalitas, misalnya prioritas dalam program bantuan permodalan, subsidi biaya promosi, atau kesempatan mengikuti pameran daerah dan nasional. Selain itu, pengembangan fitur layanan digital terpadu berbasis aplikasi seluler yang memudahkan proses pendaftaran, monitoring status izin, dan pengaduan masyarakat akan menjadi inovasi penting untuk mendukung pelayanan publik yang semakin responsif.

4. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini masih memiliki keterbatasan ruang lingkup pada wilayah Kota Surabaya dan fokus pada aspek *branding* legalitas usaha. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti berikutnya untuk melakukan kajian komparatif di beberapa daerah lain guna melihat variasi penerapan *smart branding* dalam konteks pengurusan izin usaha. Peneliti selanjutnya juga dapat mengeksplorasi pengaruh kepemilikan NIB terhadap indikator keberhasilan bisnis UMKM, seperti peningkatan pendapatan, pengembangan jaringan distribusi, serta loyalitas konsumen. Selain itu, riset lanjutan dapat menelaah secara lebih mendalam bagaimana integrasi antara *branding* legalitas dengan program digitalisasi usaha dalam mendorong keberlanjutan pertumbuhan UMKM.