

ABSTRAK

Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup baik dengan salah satu sektor yang berkembang pesat adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kota Surabaya sebagai ibu kota di Provinsi Jawa Timur dan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta, memiliki peran penting dalam perkembangan UMKM yang menunjukkan peningkatan signifikan dari berbagai kategori usaha, mencapai 53,704 usaha. Banyaknya UMKM mengharuskan pelaku usaha untuk mengoptimalkan inovasi produk sebagai strategi utama untuk meningkatkan daya saing, serta memperkuat kesadaran akan pentingnya melestarikan kearifan lokal. Salah satu jenis UMKM yang membutuhkan inovasi produk adalah UMKM Merchandise di Kota Surabaya, dapat dikenal secara lebih luas, baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Oleh karena itu, adanya produk direktori yang disajikan secara *online* pada *platform* resmi milik Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga, akan menjadi sumber informasi yang lengkap dan mudah diakses dengan menampilkan sebanyak 30 toko UMKM Merchandise yang termasuk dalam binaan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag) Kota Surabaya. Direktori ini ditujukan bagi konsumen yang mencari produk-produk UMKM Merchandise di Kota Surabaya, dengan informasi terstruktur seperti nama usaha, foto produk/display, profil usaha, detail informasi (jenis produk, rentang harga, jam UMKM, media pemasaran, metode pembayaran, keterangan harga), maps, dan video untuk memudahkan konsumen menemukan dan memilih produk yang diinginkan. Informasi yang telah diklasifikasikan berdasarkan pembagian wilayah dan jenis merchandise, disusun secara terstruktur dan sistematis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan keakuratan dan kelengkapan informasi yang disajikan. Dengan memberikan eksposur yang lebih besar terhadap UMKM Merchandise, direktori ini diharapkan dapat menghasilkan dampak ekonomi yang positif, termasuk peningkatan pendapatan dan pembukaan lapangan kerja baru di sektor UMKM.

Kata Kunci: Pertumbuhan Ekonomi, UMKM Merchandise, Kota Surabaya

ABSTRACT

Indonesia is currently experiencing significant economic growth, with one of the rapidly expanding sectors being Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Surabaya, as the capital city of East Java Province and the second largest metropolitan city in Indonesia after Jakarta, plays an important role in the development of MSMEs, which have shown a significant increase across various business categories, reaching 53,704 businesses. The large number of MSMEs requires business actors to optimize product innovation as a key strategy to enhance competitiveness, as well as to strengthen awareness of the importance of preserving local wisdom. One type of MSME that needs product innovation is the Merchandise MSMEs in Surabaya, which can be better known by both local and international tourists. Therefore, an online product directory presented on the official platform of the Faculty of Vocational Studies, Universitas Airlangga, will serve as a comprehensive and easily accessible source of information, featuring 30 Merchandise MSME stores that meet the criteria of being under the guidance of the Surabaya City Cooperative, Small and Medium Enterprises, and Trade Office (Dinkopdag). This directory is intended for consumers looking for Merchandise MSME products in Surabaya, with structured information such as profiles, addresses, products, price ranges, operating hours, marketing media, payment methods, and photos to facilitate consumers in finding and selecting the desired products. The information, which has been classified based on regional divisions and types of merchandise, is organized in a structured and systematic manner. Data collection is carried out through interviews, observations, and documentation to ensure the accuracy and completeness of the information presented. By providing greater exposure to Merchandise MSMEs, this directory is expected to generate positive economic impacts, including increased revenue and the creation of new job opportunities in the MSME sector.

Keywords: Economic Growth, Merchandise MSMEs, Surabaya City