

# Intitutional Transformation of Merah Putih Cooperative : Integrating E-Peken and Hyper Local Differentiation in Surabaya

Chariel Arthurochman<sup>1</sup>, Syeh Nur Alief Al Ghozali<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Surabaya  
E-mail: [25112064020@mhs.unesa.ac.id](mailto:25112064020@mhs.unesa.ac.id)

## Abstract

*This study analyzes the effectiveness of the Koperasi Kelurahan Merah Putih in Surabaya as an institutional solution to urban competitiveness challenges. Amidst Surabaya's economic growth of 5.76%, the primary challenge for its 12,320 MSMEs is the penetration of modern retail and fintech. Utilizing the framework of Economic Institutionalism Theory, this research examines six strategic innovations, including the transformation of cooperatives into B2B aggregators, the integration of the Simkopdes system with the E-Peken platform, and the Credit Plus Mentoring model. The analysis results indicate that cooperatives functioning as "Mega-Suppliers" and curation centers can reduce transaction costs while creating an integrated mentoring ecosystem. These innovations allow cooperatives to become more than just business units; they become the supply backbone for the city's digital ecosystem without suppressing other local economic businesses.*

**Keywords:** Red and White Cooperative, E-Peken; Economic Institutionalism; Surabaya MSME; Digital Innovation.

## Abstrak

Penelitian ini menganalisis efektivitas Koperasi Kelurahan Merah Putih di Kota Surabaya sebagai solusi kelembagaan dalam menghadapi tantangan daya saing perkotaan. Di tengah pertumbuhan ekonomi Surabaya yang mencapai 5,76%, tantangan utama bagi 12.320 UMKM di kota ini adalah penetrasi ritel modern dan *fintech*. Dengan menggunakan kerangka Teori Institusionalisme Ekonomi, penelitian ini mengkaji enam inovasi strategis, termasuk transformasi koperasi sebagai agregator B2B, integrasi sistem Simkopdes dengan platform E-Peken, dan model *Credit Plus Mentoring*. Hasil analisis menunjukkan bahwa koperasi yang berfungsi sebagai "Mega-Supplier" dan pusat kurasi dapat menekan biaya transaksi sekaligus menciptakan ekosistem pendampingan yang terintegrasi. Inovasi ini memungkinkan koperasi tidak hanya menjadi unit bisnis, tetapi juga tulang punggung suplai bagi ekosistem digital kota tanpa mematikan usaha ekonomi lokal lainnya.

## Article Info:

Received 12 Mei 2026

Received in revised 15 Mei 2026

Accepted 13 Mei 2026

Available online 20 Mei 2026

ISSN : 2745-6951

DOI :

<https://doi.org.10.35899/ijce.v7i2.1216>



[Indonesian Journal of Community Empowerment \(IJCE\)](https://doi.org.10.35899/ijce.v7i2.1216) is published under licensed of a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

e-ISSN : 2745-6951

DOI : <https://doi.org.10.35899/ijce.v7i2.1216>

**Kata Kunci:** Koperasi Merah Putih; E-Peken; Institusionalisme Ekonomi; UMKM Surabaya; Inovasi Digital.

## I. PENDAHULUAN

Kota Surabaya saat ini berdiri sebagai episentrum pertumbuhan ekonomi yang impresif di Indonesia. Dengan tingkat pertumbuhan mencapai 5,76%, Surabaya tidak hanya berhasil melampaui rata-rata pertumbuhan ekonomi Jawa Timur, tetapi juga melampaui capaian nasional [1] Perbandingan pertumbuhan ekonomi tersebut dapat dilihat pada data berikut

**Tabel 1. Perbandingan Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2024**

No.	Idikator Wilayah	Pertumbuhan Ekonomi
1	Kota Surabaya	5,76%
2	Provinsi Jawa Timur	4,93%
3	Nasional	5,05%

*Sumber: Diolah peneliti dari Berita Resmi Statistik BPS, 202 [2]*

Fenomena ini mencerminkan resiliensi ekonomi perkotaan yang didorong oleh dinamika perdagangan dan jasa yang masif. Transformasi ini dibuktikan dengan lonjakan kuantitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sangat signifikan; dari 4000 unit pada tahun 2020 menjadi 12.320 unit pada tahun 2024 [3] Pertumbuhan eksponensial ini merupakan sinyal positif bagi penyerapan tenaga kerja lokal, namun di sisi lain, ia membawa tantangan daya saing yang kompleks di antara pesatnya pertumbuhan pasar ritel modern dan layanan keuangan digital yang mengandalkan kemudahan serta efisiensi bagi konsumen.

Dalam lanskap ekonomi yang disruptif, keberadaan koperasi kelurahan tidak boleh lagi sekadar dipandang sebagai unit bisnis konvensional, melainkan sebagai sebuah Institusi untuk Aksi Kolektif (*Institution for Collective Action*). Berpijak pada pemikiran Elinor [4], Koperasi Kelurahan Merah Putih dituntut untuk melakukan evolusi institusional melalui reformasi struktural guna memastikan terciptanya *collective-choice arrangements*. Reformasi ini krusial untuk mengubah wajah koperasi menjadi wadah tata kelola mandiri (*self-governing*) yang tangguh, di mana pemberdayaan masyarakat secara inklusif bukan sekadar tujuan, melainkan hasil dari partisipasi aktif anggota dalam menentukan, memantau, dan menjaga keberlanjutan sumber daya bersama di tengah ketidakpastian pasar.

Secara teoretis, urgensi transformasi ini dapat dibedah melalui kacamata Teori Institusionalisme Ekonomi yang dipopulerkan oleh [5] yang menegaskan bahwa kinerja ekonomi suatu entitas sangat ditentukan oleh "aturan main" (*rules of the game*) atau institusi yang mampu menekan biaya transaksi (*transaction costs*). Di wilayah perkotaan seperti Surabaya, biaya transaksi seringkali membengkak akibat asimetri informasi, rumitnya akses permodalan bagi pelaku usaha informal, dan tingginya biaya peluang. Koperasi hadir sebagai instrumen institusional untuk memotong mata rantai ketidakefisienan tersebut. Melalui platform digital *E-Peken*, Pemerintah Kota Surabaya telah meletakkan pondasi



digital yang mengintegrasikan ribuan UMKM dan toko kelontong ke dalam ekosistem belanja wajib bagi aparatur sipil negara (ASN) dan warga [6]

Namun, integrasi teknologi saja tidak cukup. Pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan menuntut adanya sentuhan manusiawi melalui edukasi dan pendampingan [7]. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan membedah secara mendalam inovasi strategis Koperasi Kelurahan Merah Putih sebagai Pusat Pelatihan Modern (*Modern Empowerment Hub*) dan Pemberi Modal Utama. Inovasi ini dirancang untuk menjawab dua masalah kronis dalam perkoperasian urban: rendahnya loyalitas anggota yang cenderung pragmatis dan ketatnya persaingan pasar. Dalam kacamata Teori Modal Sosial (*Social Capital Theory*) gagasan Robert Putnam [8], loyalitas dan partisipasi kolektif hanya bisa terbangun jika terdapat jaringan, kepercayaan (*trust*), serta norma resiprositas (timbal balik) di dalam kelembagaan tersebut. Dengan menempatkan koperasi sebagai inkubator bisnis dan Penyedia akses permodalan instan, koperasi diharapkan mampu mengonversi semangat "gotong royong" menjadi kekuatan ekonomi digital yang kompetitif. Melalui pendekatan ini, pemberdayaan masyarakat tidak lagi bersifat top-down, melainkan menjadi gerakan akar rumput yang memperkuat struktur ekonomi lokal Surabaya dari tingkat kelurahan.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi kasus yang mendalam untuk membedah ekosistem ekonomi di Kota Surabaya. Pemilihan Surabaya sebagai lokus penelitian didasarkan pada kompleksitas dinamika urban serta posisi kota tersebut sebagai pionir dalam mengintegrasikan inovasi digital dengan pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi fenomena kelembagaan secara holistik, Membedah kompleksitas relasi antar-aktor ekonomi, dan memahami konteks sosial-ekonomi yang menjadi latar belakang transformasi Koperasi Merah Putih dari unit bisnis konvensional menjadi entitas digital yang adaptif.

Kerangka data dalam studi ini bersumber dari data sekunder yang kredibel, mencakup laporan berkala Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Surabaya, rilis statistik pertumbuhan ekonomi dari BPS, serta data operasional dari platform *E-Peken* dan sistem Simkopdes. Analisis diarahkan secara spesifik pada sinkronisasi antara kebijakan strategis Pemerintah Kota Surabaya dengan model inovasi kelembagaan koperasi. Fokus utamanya adalah mengevaluasi sejauh mana integrasi sistem digital tersebut mampu mengintervensi inefisiensi pasar, menekan biaya transaksi (*transaction costs*), dan memperkuat posisi tawar UMKM di tengah penetrasi ritel modern yang masif.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Pertumbuhan UMKM di Surabaya mencerminkan dinamika ekonomi yang sangat cepat, sekaligus menunjukkan daya adaptasi sektor akar rumput yang luar biasa dalam menghadapi transisi pasar modern. Perkembangan ini tidak hanya terlihat dari ekspansi kuantitas unit usaha secara fisik di berbagai kecamatan, tetapi juga dari akselerasi transformasi digital yang masif di



[Indonesian Journal of Community Empowerment \(IJCE\)](https://doi.org/10.35899/ijce.v7i2.1216) is published under licensed of a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

e-ISSN : 2745-6951

DOI : <https://doi.org/10.35899/ijce.v7i2.1216>

kalangan pelaku usaha mikro. Fenomena positif ini diperkuat oleh [9] yang membuktikan bahwa intervensi pemerintah daerah dan kesiapan digital (*e-readiness*) seperti integrasi UMKM ke dalam platform lokal terbukti secara signifikan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kapasitas daya saing, serta mendongkrak Nilai Tambah Bruto (NTB) sektor UMKM terhadap perekonomian kota secara keseluruhan

**Tabel 2. Jumlah UMKM Kota Surabaya 2020 – 2024**

No.	Tahun	Jumlah UMKM
1	2020	4.000
2	2021	4.083
3	2023	9.911
4	2024	12.320

*Sumber : Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Surabaya [3]*

Data di atas menunjukkan lonjakan kuantitas UMKM di Surabaya yang mencapai angka 12.320 unit pada tahun 2024 merupakan sebuah paradoks ekonomi. Di satu sisi, angka ini mencerminkan antusiasme kewirausahaan masyarakat yang luar biasa; namun di sisi lain, fragmentasi yang masif ini menciptakan kerentanan struktural. Secara individual, ribuan unit usaha mikro ini memiliki keterbatasan dalam hal posisi tawar (*bargaining power*), akses rantai pasok, dan standarisasi kualitas. Tanpa adanya institusi penyeimbang, ekosistem usaha mikro yang luas namun terpecah-pecah ini akan terus berada dalam bayang-bayang dominasi korporasi ritel besar. Korporasi raksasa tersebut mampu menekan harga dan mendominasi pasar karena didukung oleh efisiensi modal dan keunggulan skala ekonomis (*economies of scale*) yang tidak mungkin dicapai oleh pelaku usaha kecil secara individu [10]. Dalam perspektif Institusionalisme Ekonomi [5], data pertumbuhan ini mempertegas urgensi kehadiran Koperasi Merah Putih bukan sekadar sebagai organisasi sosial, melainkan sebagai institusi agregator yang bertindak sebagai "jangkar ekonomi" (*economic anchor*) di tingkat kelurahan.

Sebagai agregator, koperasi berperan aktif mengonsolidasikan kapasitas produksi UMKM warga yang terfragmentasi agar mencapai efisiensi rantai pasok dan memiliki daya tawar (*bargaining power*) yang kuat di pasar yang lebih luas. Di sisi lain, peran sebagai jangkar ekonomi memastikan bahwa modal dan perputaran uang tidak lari ke luar, melainkan tetap tertahan dan bersirkulasi di dalam ekosistem lokal komunitas tersebut (*local multiplier effect*). Transformasi peran yang proaktif ini sejalan dengan [11] yang menegaskan bahwa koperasi yang mampu melakukan konsolidasi usaha anggotanya terbukti memiliki resistensi tinggi, menjadikannya perisai pelindung sekaligus jangkar perekonomian lokal dalam menghadapi asimetri persaingan pasar dan ekspansi ritel korporasi

### **Pembahasan**

Dalam upaya memitigasi inefisiensi pasar, Koperasi Kelurahan Merah Putih mengadopsi transformasi model bisnis melalui peran sebagai *Business-to-Business* (B2B) Agregator. Secara analitis, model ini merupakan jawaban langsung terhadap tingginya biaya transaksi (*transaction costs*) yang sering kali mencekik UMKM di wilayah urban. Sebagaimana dijelaskan oleh [12],



strategi B2B memiliki signifikansi besar dalam ekonomi karena mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis yang pada akhirnya melahirkan daya saing.

Biaya transaksi di sini mencakup biaya pencarian informasi, biaya negosiasi, hingga biaya penjaminan mutu yang sulit dipenuhi oleh pelaku usaha mikro secara mandiri. Hal ini sejalan dengan kerangka *Transaction Cost Economics* (TCE) yang dikemukakan oleh [13], Implementasi strategi B2B dalam koperasi ini bertujuan untuk mengurangi biaya-biaya tersebut, mengingat aktivitas komersial konvensional sering kali melibatkan rantai aktivitas panjang yang menimbulkan biaya tinggi. Dalam skema ini, terjadi pembagian peran yang sangat tegas dan profesional: anggota koperasi (produsen) diberikan ruang sepenuhnya untuk fokus pada kualitas produksi, sementara koperasi mengambil alih beban administratif dan manajerial. Hal ini mencakup proses kurasi produk, standardisasi pengemasan (*packaging*), hingga pengurusan aspek legalitas yang kompleks seperti izin BPOM dan sertifikasi Halal.

Transformasi ini selaras dengan karakteristik B2B sebagai media interaksi antar organisasi bisnis yang membantu mendapatkan mitra dagang (*trading partners*) serta memfasilitasi pertukaran data (*data exchange*) yang terstandarisasi. Dengan mengonsolidasi berbagai produk lokal di bawah satu payung kelembagaan, koperasi menciptakan model *Independent Industry Marketplace* yang mempertemukan banyak penjual dengan banyak pembeli, sebagaimana diklasifikasikan dalam model e-hub B2B oleh [14]. Strategi konsolidasi ini juga sejalan dengan konsep *Bargaining Power of Suppliers* dalam teori kompetitif Porter [15], yang memberikan posisi tawar yang lebih kuat bagi koperasi untuk menembus jaringan ritel modern karena memiliki volume pasokan yang terjamin dan berskala ekonomis. maupun memperkuat pasokan ke jaringan toko kelontong seperti Warung Madura. Strategi ini melahirkan sebuah "symbiosis mutualisme" di mana produk lokal dapat tersedia secara luas di ritel modern tanpa harus mematikan eksistensi usaha kecil, melainkan justru mengangkat kelas UMKM tersebut ke dalam rantai pasok yang lebih formal dan terstandarisasi melalui efisiensi operasional yang optimal.

Selain berperan sebagai agregator, inovasi kelembagaan ini juga diimplementasikan melalui strategi Diferensiasi "Hyper-Lokal". Secara strategis, koperasi menyadari bahwa bersaing secara *head-to-head* dengan korporasi ritel raksasa dalam kategori produk FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) pabrikan seperti produk kebutuhan mandi atau minuman kemasan massal adalah langkah yang tidak efisien karena kalah dalam hal modal dan efisiensi logistik nasional. [16] menegaskan bahwa optimalisasi strategi *hyper-personalisasi* dengan menggunakan pendekatan yang berfokus pada relevansi dan preferensi spesifik individu terbukti secara signifikan mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan serta meningkatkan loyalitas konsumen dalam ekosistem niaga lokal

Oleh karena itu, Koperasi Merah Putih memposisikan gerai fisiknya sebagai Specialty Store. Fokus utama gerai ini diarahkan 180 derajat berbeda dari minimarket modern, yakni hanya menjual produk pangan segar yang dipasok langsung melalui jaringan Koperasi Desa (seperti beras premium, sayuran organik, dan protein segar) serta produk kriya otentik karya anggota UMKM kota. [17] mengidentifikasi bahwa persepsi konsumen urban Surabaya mulai bergeser ke arah produk yang memiliki nilai asal-usul yang jelas (*traceability*) dan mendukung ekonomi lokal.



Diferensiasi ini menciptakan segmentasi pasar yang sangat tajam bagi konsumen urban Surabaya: mereka akan mendatangi ritel modern untuk gaya hidup dan produk pabrikan, namun akan beralih ke Koperasi Merah Putih untuk mendapatkan bahan pangan berkualitas tinggi dan produk lokal yang tidak ditemukan di tempat lain. Strategi ini memastikan bahwa koperasi tidak sekadar menjadi "toko tandingan", melainkan menjadi entitas ekonomi unik yang mengisi kekosongan pasar yang tidak mampu dilayani oleh korporasi besar, sekaligus memperkuat identitas ekonomi kelurahan yang berdaya saing global.

Langkah strategis yang dinilai paling krusial dalam transformasi ini adalah integrasi sistemik antara Simkopdes (Sistem Informasi Manajemen Koperasi Desa/Kelurahan) dengan platform E-Peken (Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo). Integrasi ini bukan sekadar penggabungan dua aplikasi, melainkan sebuah rekayasa ulang terhadap rantai pasok ekonomi mikro di Surabaya. Dengan tercatatnya 4.034 jenis usaha yang telah terverifikasi dalam ekosistem E-Peken [6] Koperasi Kelurahan Merah Putih meredefinisi posisinya dalam pasar digital kota. Koperasi tidak lagi hadir sebagai penjual eceran yang bersaing langsung dengan pelaku usaha kecil, melainkan memposisikan diri sebagai "Mega-Supplier" atau penyedia grosir utama bagi jaringan tersebut.

Secara teknis, inovasi ini diwujudkan melalui fitur B2B (*Business-to-Business*) Restock. Fitur ini memungkinkan ribuan toko kelontong yang tergabung dalam E-Peken untuk melakukan aktivitas "kulakan" atau pengadaan barang kebutuhan pokok langsung melalui koperasi dengan harga tangan pertama. Dalam perspektif ekonomi kelembagaan, mekanisme ini secara drastis mereduksi rantai distribusi yang panjang dan tidak efisien, yang selama ini menjadi penyebab utama tingginya harga jual di tingkat pengecer kecil. Dengan akses harga yang kompetitif, toko kelontong di tingkat kelurahan kini memiliki daya saing harga yang mampu menyamai ritel modern, sekaligus meningkatkan margin keuntungan yang lebih sehat bagi pemilik usaha.

Lebih jauh lagi, integrasi ini merupakan instrumen pemberdayaan masyarakat yang konkret untuk mendukung ambisi Pemerintah Kota Surabaya dalam mencapai target nol kemiskinan ekstrem pada tahun 2025 [3] Melalui penguatan unit ekonomi kelurahan, koperasi memastikan bahwa perputaran uang tetap berada di dalam sirkulasi ekonomi lokal (*local multiplier effect*). Ketika ASN dan warga Surabaya berbelanja di E-Peken, mereka sebenarnya sedang mendukung sebuah ekosistem yang suplai utamanya dikelola oleh koperasi kelurahan mereka sendiri.

Inovasi ini juga memberikan kepastian stok dan stabilitas harga bagi para pelaku usaha kecil di Surabaya. Koperasi, dengan basis data dari Simkopdes, dapat memprediksi kebutuhan stok secara akurat berdasarkan tren pembelian di E-Peken, sehingga meminimalisir risiko kelangkaan barang pokok di tingkat kelurahan. Inilah wujud nyata dari pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi: menciptakan sistem yang inklusif di mana teknologi digital digunakan untuk memperkuat fondasi ekonomi kerakyatan, memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi kota yang pesat tidak meninggalkan para pelaku usaha mikro di garis belakang.

Inovasi fundamental lainnya yang diterapkan oleh Koperasi Kelurahan Merah Putih adalah pergeseran paradigma dalam penyaluran modal, dari sekadar transaksi finansial menjadi bentuk investasi sumber daya manusia. Melalui sistem Kredit Plus Mentoring (KPM), koperasi tidak lagi memosisikan diri sebagai pemberi pinjaman pasif, melainkan sebagai mitra strategis dalam



pengembangan bisnis anggota. Setiap penyaluran modal kini diintegrasikan dengan kewajiban pendampingan oleh mentor bisnis yang berasal dari praktisi profesional atau anggota senior yang telah sukses. Secara analitis, keterlibatan mentor ini berfungsi sebagai mekanisme mitigasi risiko yang efektif; pendampingan memastikan bahwa modal yang disalurkan digunakan secara produktif, sehingga mampu menekan angka kredit macet (*Non-Performing Loan*) sekaligus menjamin keberlanjutan usaha anggota. [18] menegaskan bahwa model pemberdayaan ini memperkuat prinsip kewirausahaan sosial, di mana keberhasilan usaha mikro tidak hanya bergantung pada akses modal, tetapi juga pada proses pendampingan yang konsisten untuk membangun kemandirian ekonomi dan mentalitas kewirausahaan yang tangguh bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

Penguatan kapasitas ini didukung secara fisik melalui penyediaan Incubator Micro-Lab yang ditempatkan di kantor kelurahan. Fasilitas ini mengusung konsep *phygital* (gabungan fisik dan digital), di mana tersedia pojok studio digital kecil yang dapat digunakan anggota untuk memotret produk mereka secara profesional. Sebagaimana dicatat oleh [19], akses terhadap infrastruktur digital di tingkat kelurahan sangat krusial bagi UMKM urban untuk meningkatkan daya tarik visual produk mereka di berbagai *marketplace* dan platform media sosial. Dengan adanya laboratorium mikro ini, hambatan teknis yang selama ini menghalangi UMKM untuk "naik kelas" secara digital dapat teratasi melalui akses alat dan pelatihan praktis seperti teknik *copywriting* dan pemasaran digital yang dilakukan secara langsung di lokasi.

Lebih jauh lagi, koperasi memperkenalkan sistem Sertifikasi Kompetensi Berbasis Kredit sebagai instrumen insentif yang inovatif. Anggota yang berhasil menyelesaikan kurikulum pelatihan tertentu, misalnya sertifikasi penjamah makanan atau pemasaran digital berhak mendapatkan akses terhadap skema pembiayaan yang lebih menguntungkan, seperti bunga pinjaman yang lebih kompetitif atau plafon kredit yang lebih tinggi.

Secara teoretis, kebijakan ini menciptakan siklus penguatan ekonomi yang sehat: anggota termotivasi untuk meningkatkan kompetensi mereka guna mendapatkan manfaat finansial, sementara koperasi mendapatkan peminjam yang lebih berkualitas dengan risiko kegagalan bisnis yang lebih rendah. Inovasi ini membuktikan bahwa pemberdayaan masyarakat di Surabaya dilakukan dengan cara mensinergikan peningkatan kualitas SDM dengan kemudahan akses permodalan, menciptakan ekosistem di mana pertumbuhan ekonomi anggota berjalan beriringan dengan profesionalisme manajemen usaha.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Koperasi Kelurahan Merah Putih di Surabaya telah berhasil bertransformasi menjadi institusi aksi kolektif yang adaptif melalui evolusi struktural dan integrasi digital yang mampu menjawab tantangan disrupsi ekonomi perkotaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran koperasi sebagai agregator B2B, "Mega-Supplier" bagi platform E-Peken, serta penerapan model *Credit Plus Mentoring* terbukti efektif menekan biaya transaksi dan memperkuat posisi tawar UMKM di tengah ekspansi ritel modern. Secara teoretis, temuan ini memperkuat urgensi Teori Institusionalisme Ekonomi dalam menjelaskan bagaimana aturan main yang efisien dapat mendongkrak kinerja ekonomi lokal, sementara secara praktis memberikan cetak biru bagi



pemberdayaan masyarakat inklusif berbasis teknologi yang berkelanjutan. Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan koperasi urban tidak hanya bergantung pada modal, tetapi pada kemampuannya membangun ekosistem pendampingan dan diferensiasi pasar "Hyper-Lokal" yang unik. Untuk pengembangan ke depannya, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan analisis pada tingkat efektivitas jangka panjang sistem sertifikasi kompetensi berbasis kredit terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat berpenghasilan rendah secara spesifik.

## V. REFERENSI

- [1] "Ekonomi Surabaya Tumbuh Melesat 5,76 Persen Tertinggi di Jatim, Kemiskinan Ikut Turun - Pemerintah Kota Surabaya." Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://surabaya.go.id/id/berita/23500/ekonomi-surabaya-tumbuh-melesat-5-76-persen-tertinggi-di-jatim-kemiskinan-ikut-turun>
- [2] "BPS Jatim : Perekonomian Jawa Timur Tahun 2024 Tumbuh 4,93 Persen," Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/bps-jatim-perekonomian-jawa-timur-tahun-2024-tumbuh-4-93-persen>
- [3] "Transformasi Ekonomi Surabaya 2025, Dari UMKM Digital hingga Nol Kemiskinan Ekstrem - Pemerintah Kota Surabaya." Accessed: May 08, 2026. [Online]. Available: <https://www.surabaya.go.id/id/berita/24622/transformasi-ekonomi-surabaya-2025-dari-umkm-digital-hingga-nol-kemiskinan-ekstrem>
- [4] E. Ostrom, *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*. in The Political economy of institutions and decisions. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 1990.
- [5] D. C. North, "Institutions," *J. Econ. Perspect.*, vol. 5, no. 1, pp. 97–112, Feb. 1991, doi: 10.1257/jep.5.1.97.
- [6] "Hingga Akhir Tahun 2022, Transaksi E-Peken Surabaya Capai Rp 35 Miliar - Pemerintah Kota Surabaya." Accessed: May 08, 2026. [Online]. Available: <https://www.surabaya.go.id/id/berita/71624/hingga-akhir-tahun-2022-transaksi-e-peken-surabaya-capai-rp-35-miliar>
- [7] C. IPB, "Menggerakkan Perubahan: Paradigma Baru Penyuluhan dan Pemberdayaan untuk Pengembangan Masyarakat Berkelanjutan di Era Digital," CARE - IPB University. Accessed: May 09, 2026. [Online]. Available: <https://care.ipb.ac.id/1671-2/>
- [8] R. Alfiansyah, "Modal Sosial sebagai Instrumen Pemberdayaan Masyarakat Desa," *J. Socius J. Sociol. Res. Educ.*, vol. 10, no. 1, pp. 41–51, Jun. 2023, doi: 10.24036/scs.v10i1.378.
- [9] G. N. Josilina, L. S. Margareta, R. D. Mulia, R. N. Aprillia, and B. N. Harmawan, "E-READINESS UMKM SURABAYA DALAM PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL MELALUI E-PEKEN," *Gov. JKMP Gov. J. Kebijak. Manaj. Publik*, vol. 15, no. 2, pp. 69–81, Aug. 2025, doi: 10.38156/gjkmp.v15i2.305.
- [10] T. D. Hariyana, "Pengaturan Ritel di Indonesia Ditinjau dari Prespektif Economic Analysys of Law," *UNISKA LAW Rev.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–17, Dec. 2020, doi: 10.32503/ulr.v1i2.1363.





- [11] A. Mulyana and W. O. Z. Muizu, “Pengembangan Koperasi Kota Bandung Melalui Pemetaan Pelaku Usaha Koperasi dan Usaha Unggulannya,” *J. Manaj. Dan Bisnis Indones.*, vol. 1, no. 3, pp. 385–397, Jun. 2014, doi: 10.31843/jmbi.v1i3.31.
- [12] A. Jonathan, “STRATEGI BUSINESS TO BUSINESS (B2B) DALAM MANAJEMEN BISNIS PERUSAHAAN”.
- [13] O. E. Williamson, “The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting,” 1985, *Social Science Research Network, Rochester, NY*: 1496720. Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://papers.ssrn.com/abstract=1496720>
- [14] “E-Hubs: The New B2B Marketplaces.” Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://hbr.org/2000/05/e-hubs-the-new-b2b-marketplaces>
- [15] “Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors - Book - Faculty & Research - Harvard Business School.” Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=195>
- [16] L. A. Nazwa and S. Faradila, “Optimalisasi Strategi Hyper-Personalisasi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Platform E-Commerce Lokal,” *Cakrawala J. Ekon. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 1941–1945, Dec. 2024, doi: 10.70451/cakrawala.v1i4.422.
- [17] S. Mumu, “Persepsi Pelaku Usaha terhadap Digitalisasi Koperasi,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 2, pp. 13758–13767, Aug. 2023, doi: 10.31004/jptam.v7i2.8579.
- [18] A. A. Setyawan, E. Desembrianita, M. H. Santoso, Syahril, and R. R. Kalalo, “Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lokal: Penelitian,” *J. Pengabd. Masy. Dan Ris. Pendidik.*, vol. 4, no. 1, pp. 1494–1503, Jul. 2025, doi: 10.31004/jerkin.v4i1.1769.
- [19] R. Pakaya, N. O. Idris, and F. Pontooyo, “Digitalisasi Koperasi Merah Putih dan Sistem Informasi Berbasis Web Untuk Meningkatkan Partisipasi Program Keluarga Berkualitas di Desa Tiohu,” *Kreat. J. Pengabd. Masy. Nusant.*, vol. 5, no. 2, pp. 294–303, Jun. 2025, doi: 10.55606/kreatif.v5i2.6410.

