

OPTIMALISASI UMKM SEBAGAI PENDUKUNG TRANSFORMASI URBAN TATA KELOLAH PEMERINTAH: STUDI KASUS EKS LOKALISASI DOLLY

Hazrul Iswadi¹, Jefri Setyawan², Hedi Amelia Bella Cintya³, Joshi Maharani Wibowo^{4*}

¹Program Studi Magister Teknik Industri, ²Program Studi Psikologi, ³Program Studi Desain Produk, ⁴Program Studi Ekonomi

¹Fakultas Teknik, ²Fakultas Psikologi, ³Fakultas Industri Kreatif, ⁴Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

* Penulis Korespondensi : joshiwibowo@staff.ubaya.ac.id

Abstrak

Peran UMKM dalam transformasi urban suatu wilayah sangat penting di Indonesia. Sayangnya UMKM di Indonesia saat ini berada pada kondisi ketidakpastian ekonomi setelah terdampak COVID-19. Kondisi tersebut menciptakan berbagai ancaman bagi UMKM seperti penurunan penjualan yang berakhir dengan penutupan usaha. Pada sisi pemerintah, berkurangnya jumlah UMKM yang aktif akan menciptakan permasalahan urban seperti pengangguran dan tindak kriminalitas. Khususnya pada area tertentu seperti kawasan eks-lokalisasi Dolly ada resiko munculnya aktivitas ekonomi ilegal (underground economy) karena hilangnya aktivitas ekonomi legal yang menopang hidup masyarakat seperti UMKM. Aktivitas pengabdian ini dilakukan untuk membantu mengatasi permasalahan UMKM yang ada di masyarakat sekaligus mencegah munculnya aktivitas ekonomi ilegal di area Dolly melalui optimalisasi aktivitas UMKM. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah metode Participatory Action Research (PAR). Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian terdapat lebih dari 30 UMKM yang berusaha memanfaatkan fitur digital seperti Instagram story dan short video untuk memasarkan produk yang dijual. Pada aktivitas festival terdapat 35 UMKM yang bergabung untuk memasarkan produk mereka serta terdapat 50 anak-anak pada usia balita hingga SD (Sekolah Dasar) yang tergabung dalam pendidikan kewirausahaan pada Festival Dolly bangkit sebagai salah satu aktivitas pendukung untuk menciptakan keberlangsungan UMKM di masa depan.

Kata kunci: Dolly, Transformasi Urban, UMKM

Abstract

MSME activity has a significant role to support urban transformation in Indonesia. Unfortunately, MSMEs in Indonesia are currently in economic uncertainty after being infected with COVID-19. This condition creates various threats for MSMEs, such as decreased sales that end in bankruptcy. On the government side, a decline in MSMEs activity will create urban problems such as violence and crime. Particularly in certain areas, such as the ex-localization area of Dolly, there is a risk of the emergence of illegal economic activities (underground economy) due to the loss of legal economic activities that support people's lives, such as MSMEs. This activity aims to help MSMEs overcome their problems while simultaneously preventing the emergence of illegal economic activities in the Dolly area through optimizing MSME activities. The method used is Participatory Action Research (PAR) method. The result showed that more than 30 MSMEs are trying to take advantage of digital features such as Instagram stories and short videos to market their products. In festival activities, 30 MSMEs joined to promote their products, and 50 children from toddler to elementary school joined in entrepreneurship education at the Dolly Festival as one of the supporting activities to create sustainable MSMEs in the future.

Keywords: *Dolly, MSME, Urban Transformation*

1. PENDAHULUAN

Urbanisasi di negara berkembang sering kali dideskripsikan sebagai salah satu faktor pendorong utama kemajuan negara-negara berkembang selama beberapa dekade ini. Sebab pada prakteknya urbanisasi menciptakan dampak positif dan negatif terhadap masyarakat perkotaan dan lingkungan yang ada di sekitarnya (Jones & Suhartini, 2014). Egan et al., (2013) menyatakan implementasi transformasi urban yang terlalu cepat dan bersifat memaksa akan menciptakan konsekuensi negatif di masa depan dan berujung pada kehancuran terhadap komunitas urban itu sendiri. Hal ini disebabkan karena adanya ketergantungan antara transformasi urban dengan perubahan budaya dan sosial masyarakat yang ada didalamnya (Pallagst et al., 2021).

Studi kasus di Turki terkait Proyek Transformasi Urban Kadifekale menunjukkan transformasi urban yang terlalu cepat untuk mengurangi kemiskinan yang disebabkan oleh imigran bersifat negatif dan merugikan komunitas para imigran. Sebab mereka ditempatkan pada kawasan lokalisasi yang rawan akan bencana alam yang berdampak langsung terhadap aktivitas ekonomi imigran. Kondisi tersebut menciptakan kesenjangan ekonomi bagi masyarakat imigran dengan penduduk asli Turki (Demirtas-Milz, 2013). Studi kasus di China juga menunjukkan hasil yang mirip yang menunjukkan transformasi urban menciptakan kesenjangan ekonomi, permukiman kumuh, dan pengangguran jika dilakukan secara terburu-buru tanpa diikuti kebijakan untuk meminimalisir dampak negatif dari transformasi urban itu sendiri (Yeh et al., 2015).

Indonesia sendiri selama dekade ini melakukan transformasi urban yang dilakukan seperti penutupan Kawasan lokalisasi yang berada di Indonesia. Contohnya adalah Lokalisasi Dolly yang ditutup pada tahun 2014 (Wahyuni, 2014). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Kota Surabaya Nomor 7 Tahun 1999 tentang larangan menggunakan bangunan untuk perbuatan asusila serta pemikiran untuk melakukan perbuatan asusila. Aktivitas ini menciptakan transformasi urban yang sangat cepat dimana terjadi peralihan mata pencaharian dari sektor berbasis *underground economy* ke sektor ekonomi formal dan informal yang legal sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku, contohnya adalah sektor UMKM (Lion et al., 2021).

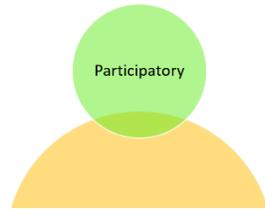
Aktivitas UMKM diharapkan mampu menjadi mata pencaharian pengganti bagi kawasan ex lokalisasi Dolly, sebab UMKM potensi dan peluang yang sangat

besar terhadap resiliensi ekonomi wilayah dan nasional khususnya bagi negara-negara berkembang (Amoah & Jibril, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh PPN/Bappenas pada tahun 2021 diketahui terdapat 64,18 juta unit UMKM di Indonesia dengan potensi kontribusi PDB sebesar 61%, penyerapan tenaga kerja 97%, dan kontribusi ekspor 14,7% (Kementerian PPN/Bappenas, 2020). Pertumbuhan UMKM di kawasan Dolly setelah lokalisasi ditutup juga meningkat signifikan. Berdasarkan data pada tahun 2022 diketahui terdapat 50 UMKM yang tersebar di kawasan Dolly dan Kelurahan Putat Jaya Kota Surabaya (Suryanto, 2022).

Potensi pertumbuhan UMKM Kawasan Dolly pada tahun 2020, berhenti dan melambat karena adanya guncangan pandemic COVID-19. Pandemic COVID-19 yang secara langsung berdampak negatif pada aktivitas ekonomi khususnya UMKM dan berpotensi memunculkan Kembali aktivitas ekonomi informal ilegal seperti kembali aktifnya ex lokalisasi Dolly tanpa izin (*underground economy*) (Suryanto, 2022). Untuk mengatasi dan mencegah potensi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan mengetahui dan memberikan solusi implementatif terhadap UMKM di area ex lokalisasi Dolly dan sekitarnya. Fokus dari aktivitas PKM ini adalah untuk meningkatkan kemitraan dan kerjasama serta terdesiminasinya hasil penelitian dan pengabdian terhadap pemangku kepentingan terkait.

2. BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada area eks-lokalisasi Dolly Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya. Jarak lokasi menuju ke lokasi pengabdian sekitar 11 km. Sasaran kegiatan pengabdian ini yaitu anggota kelompok UMKM dan masyarakat yang tinggal pada kawasan eks-lokalisasi Dolly. Metode pengabdian yang digunakan adalah metode Participatory Action Research (PAR). PAR merupakan metode penyadaran masyarakat mengenai potensi dan masalah yang ada serta mendorong keikutsertaan atau partisipasi masyarakat dalam kegiatan perubahan yang akan dilaksanakan. Secara umum tahapan metode PAR terangkum ke dalam siklus yang dimulai dari tahap observasi, refleksi, kemudian dilanjut dengan rencana aksi dan tahap tindakan atau pelaksanaan program yang terlihat pada gambar 1 (Nulinnaja et al., 2022; Nurul Qomar et al., 2022).



Gambar 1. Metode PAR (Nulinnaja et al., 2022; Nurul Qomar et al., 2022)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pra Pelaksanaan

Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya secara ilmiah. Tuliskan temuan-temuan ilmiah (*scientific finding*) yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan tetapi harus ditunjang oleh data-data yang memadai. Temuan ilmiah yang dimaksud di sini adalah bukan data-data hasil penelitian yang diperoleh. Temuan-temuan ilmiah tersebut harus dijelaskan secara saintifik meliputi: Apakah temuan ilmiah yang diperoleh? Mengapa hal itu bisa terjadi? Mengapa trend variabel seperti itu? Semua pertanyaan tersebut harus dijelaskan secara saintifik, tidak hanya deskriptif, bila perlu ditunjang oleh fenomena-fenomena dasar ilmiah yang memadai. Selain itu, harus dijelaskan juga perbandingannya dengan hasil-hasil para peneliti lain yang hampir sama topiknya. Hasil-hasil penelitian dan temuan harus bisa menjawab hipotesis penelitian di bagian pendahuluan.



Gambar 1. Diskusi dan Observasi Pra Pelaksanaan (Data Primer, 2022)

Tim pengabdian memikirkan solusi-implimentatif yang berdampak langsung untuk menunjang aktivitas UMKM dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan masyarakat sejak dini. Berdasarkan hasil pendataan UMKM pada kawasan eks-lokalisasi Dolly (tabel 1) diketahui masyarakat memiliki beragam UMKM potensial yang memanfaatkan kearifan lokal yang dimiliki sebagai keunikan produk barang dan jasa.

Tabel 1. Sampel UMKM Eks-Lokalisasi Dolly (Data Primer, 2022)

| No | Nama Usaha | Pemilik Usaha | Klaster |
|----|------------------|------------------|-----------|
| 1 | Intan Collection | Srisulistiyawati | Kerajinan |
| 2 | Dimsum Chics | Susi Widra | F&B |

| | | | |
|---|----------------------------------|------------------------------|-----------|
| 3 | Tempe Bang Jarwo dan Rawon Dolly | Jarwo | F&B |
| 4 | Black Garlic | Nur Sholilah | F&B |
| 5 | Mampu Jaya | Kelompok Usaha Bersama Dolly | Kerajinan |

3.2. Urgensi UMKM berbasis Digital

Berdasarkan hasil diskusi dan observasi tim pengabdian terhadap kondisi masyarakat dan UMKM kawasan eks-lokalisasi Dolly. Masyarakat sangat merasakan dampak dari Covid-19 diketahui perubahan tren ekonomi ke arah digital merupakan kendala bagi UMKM untuk memasarkan produk barang dan jasa mereka di era normal baru. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diadakan workshop digital marketing. Workshop dilaksanakan pada 17 Desember 2022 bertempat di “Dolly Saiki Point” (DPS) (Inkubator Kewirausahaan UMKM Dolly). Workshop ini dilakukan dengan mengusung tema “Strategi Pemasaran Produk Via Media Sosial dan E-Commerce”. Pemilihan tempat workshop di DPS untuk kembali memperkenalkan dan mengingatkan pelaku usaha, bahwa di sekitar mereka sudah terdapat inkubator bisnis sebagai supporting system untuk meningkatkan aktivitas usaha melalui pameran produk di lokasi maupun pelatihan dan pameran kewirausahaan lainnya.



Gambar 2. Pelaksanaan Workshop Digital Marketing (Data Primer, 2022)

Aktivitas pelatihan dilakukan untuk memunculkan keunikan, keunggulan, dan brand usaha yang telah dimiliki. Setelah pemilik usaha memahami potensi usaha mereka, mereka diajarkan untuk mendigitalisasikan potensi usaha tersebut melalui platform digital yang dimiliki seperti Instagram dan e-commerce. Peserta workshop diajarkan fitur-fitur yang ada di dalam Instagram dan e-commerce, pembuatan konten berupa short video yang menarik, serta pemahaman algoritma media sosial untuk mengetahui dan memperkirakan pengguna akun media sosial yang potensial sebagai calon konsumen. Pelatihan ini juga menjadi forum berkelanjutan bagi para pelaku usaha yang ada di kawasan eks-lokalisasi Dolly untuk dapat saling belajar, berkolaborasi, dan bersinergi untuk menciptakan lingkungan usaha digital dan sehat melalui peningkatan engagement antar UMKM. Secara lebih luas aktivitas ini bertujuan untuk mengurangi dampak negatif transformasi urban yang terjadi secara cepat (penutupan lokalitas dan pandemi Covid-19) yang berfokus terhadap penciptaan lingkungan bisnis digital pada level UMKM untuk meningkatkan resiliensi ekonomi sekaligus sebagai pemantik terciptanya calon wirausahawan dan aktivitas ekonomi baru di masa depan.

3.3. Maksimasi Dolly Saiki Point melalui Penciptaan dan Rebranding Logo Dolly Saiki Point

Selain menawarkan solusi langsung terkait pemasaran kepada UMKM, ditawarkan pula solusi redesain logo eksisting. Logo berperan penting pada sektor UMKM, salah satunya sebagai identitas pembeda antara produk barang atau jasa yang diproduksi dengan pesaing lainnya. Logo juga dapat menjadi sarana proyeksi citra positif UMKM sekaligus memperkuat branding usaha yang secara langsung berdampak terhadap aktivitas pemasaran produk UMKM. Dolly Saiki Point dipilih menjadi objek redesain karena fungsinya sebagai tempat pameran serta penjualan berbagai produk UMKM gang Dolly. Empat mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Surabaya yaitu Achmad Rifando Ferdiyan, Raihan Febrianoro, Adillarahman, dan Christoven Chi menyumbangkan desain logo masing-masing untuk kemudian dipilih oleh para *stakeholder* maupun *user*.



Gambar 3. Alternatif Desain Logo Dolly Saiki Point oleh Mahasiswa UBAYA (Data Primer, 2022)

Focus Group Discussion (FGD) antara Universitas Surabaya dan para *stakeholder* terkait dilakukan pada tanggal 15 Desember 2022 untuk memfasilitasi proses bertukar pikiran terkait logo Dolly Saiki Point. *Stakeholder* yang hadir mencakup perwakilan dari Pemerintah Kota Surabaya, perwakilan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Surabaya, perwakilan Kecamatan Sawahan, Bapak Lurah Putat Jaya, dan beberapa aktor UMKM di Gang Dolly.



Gambar 4. Pelaksanaan FGD (Data Primer, 2022)

Setelah dilakukan FGD antara Universitas Surabaya dengan para *stakeholder*, diputuskan bahwa logo yang diciptakan oleh mahasiswa FIK bernama Achmad Rifando Ferdiyan adalah yang paling sesuai dengan catatan logo perlu disempurnakan agar dapat membawa pesan yang sesuai dengan harapan warga gang Dolly.

Revisi paling utama adalah pergantian warna, dari yang sebelumnya dominan dengan warna merah kini berubah menjadi kuning. Hal ini didasari oleh pendekatan kesan yang lebih ceria dan *playfull* serta tidak mengancam. Unsur kupu-kupu juga dihilangkan karena dinilai memiliki konotasi negatif. Tulisan *point* yang sebelumnya terpampang dibawah huruf D dan S pun juga dihapus dikarenakan konflik legalitas merek dagang dengan merek lain yang juga menggunakan “*point*” sebagai bagian dari nama perusahaannya.



Gambar 5. Logo Dolly Saiki Point Sebelumnya (kiri) dan Logo Dolly Saiki Point Buatan Mahasiswa UBAYA (kanan) (Data Primer, 2022)

Logo yang diciptakan ini memiliki Ferdiyan memiliki tema *playful* dengan huruf yang tidak berbentuk tegas dan terkesan ramah, hal tersebut juga dapat ditemukan pada logo Dolly Saiki Point yang telah dibuat oleh tim desain sebelumnya pada gambar 5. Melalui stabilitas tema dan *branding* dari Dolly Saiki Point yang tercermini dalam logo, aktivitas UMKM ada area Dolly juga akan menjadi semakin optimal dan berkembang ke arah positif.

3.4. Kolaborasi Berkelanjutan UMKM melalui Aktivitas Festival Dolly Bangkit

Festival Dolly Bangkit merupakan Festival UMKM dapat menjadi platform yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* produk UMKM dan bentuk edukasi menghapus stigma buruk tentang kawasan lokalisasi prostitusi secara eksternal dan internal khususnya bagi anak-anak melalui edukasi aktivitas kewirausahaan. Festival UMKM juga dilakukan sebagai agenda promosi dan pemasaran produk UMKM dimana para produsen dan penjual dapat berinteraksi langsung dengan konsumen potensial. Pada Festival Dolly Bangkit, UMKM dapat menunjukkan keunikan produk mereka dan menarik minat konsumen melalui penawaran harga khusus, demonstrasi produk, dan pengalaman langsung dengan produk. Kegiatan ini juga memperkuat hubungan produsen dengan pelanggan yang sudah ada. Selain itu, festival UMKM juga dapat membantu menunjukkan bahwa produk UMKM memiliki kualitas yang sama dengan produk merek terkenal dan dapat memberikan pengalaman yang sama menariknya bagi konsumen.

UMKM yang terlibat terdiri atas lebih dari 30 produsen yang memasarkan produk mereka melalui Dolly Saiki Point dan UMKM baru binaan dari Kelurahan Putat Jaya. Pada festival tersebut diberikan berbagai macam acara hiburan seperti lomba mewarnai untuk anak TK/PAUD, lomba menggambar untuk anak-anak SD, layanan cek kesehatan gratis untuk masyarakat dan acara hiburan musik. Kegiatan festival ini mampu mendatangkan lebih dari 200 pengunjung sejak pagi hingga siang hari. Beberapa pemangku kepentingan diundang untuk mengikuti rangkaian acara festival yang terdiri atas Dinas Ketahanan Pangan Dan Pertanian Kota Surabaya, Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata Kota Surabaya, Camat dari Kecamatan Sawahan, dan Lurah dari Kelurahan Putat Jaya.



Gambar 6. Pelaksanaan Aktivitas Dolly Bangkit
(Data Primer, 2022)

Festival ini juga sebagai upaya mengenalkan logo terbaru dari Dolly Saiki Point yang dihasilkan dari proses FGD di proses sebelumnya. Mengenalkan logo brand pada saat festival yang dihadiri oleh pemerintah penting karena dapat membantu meningkatkan *brand awareness* produk dan memberikan dukungan pada UMKM dalam memperluas pasar. Melalui pengenalan logo *brand* produk, konsumen dapat lebih mudah mengenali produk dan membedakannya dengan produk sejenis dari pesaing. Selain itu, kehadiran pemerintah dalam festival juga memberikan kepercayaan dan citra positif bagi produk UMKM yang dapat membantu meningkatkan reputasi dan kepercayaan konsumen. Secara umum, mempertemukan elemen pemerintah dan produsen UMKM penting untuk meningkatkan akses pasar, kualitas dan daya saing produk, serta pemberdayaan ekonomi lokal. Strategi pertemuan antara elemen pemerintah dalam festival UMKM ini relevan untuk menindaklanjuti program pelatihan dan pendampingan yang Pemerintah Kota Surabaya berikan kepada warga eks lokalisasi. Festival ini juga membuka kerjasama dalam memperkenalkan produk UMKM dan program pengembangan infrastruktur dan akses keuangan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah eks lokalisasi Dolly Kota Surabaya telah terlaksana dengan baik. Sebagaimana tujuan dari pengabdian ini untuk membantu mengatasi permasalahan UMKM yang ada di masyarakat sekaligus mencegah munculnya aktivitas ekonomi ilegal di area Dolly melalui optimalisasi aktivitas UMKM dan pendidikan kewirausahaan bagi anak-anak.

Hasil dari kegiatan ini berupa penciptaan logo Dolly Saiki Point (DS Point) sebagai salah satu strategi *rebranding* UMKM area Dolly. Selain itu dilakukan pula pelatihan pemasaran produk via media sosial dan e-commerce yang di ikuti oleh 30 UMKM yang

berkelanjutan pada aktivitas Festival Dolly Bangkit. Selain itu juga terdapat aktivitas bagi anak-anak untuk menciptakan stigma positif pada area Dolly sebagai kawasan potensial UMKM di Kota Surabaya. Melalui aktivitas ini diharapkan kedepannya akan ada tindak lanjut untuk tetap menjaga kolaborasi UMKM, pemerintah, universitas, dan pihak terkait lainnya. Seperti pelatihan dengan memperhatikan serta memperhatikan efektivitas dan optimalisasi UMKM ataupun festival dan pameran produk barang dan jasa UMKM yang ada di area Dolly.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Program Insentif Pengabdian Masyarakat Terintegrasi Dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Berbasis Kinerja IKU Bagi PTS Tahun 2022. Aktivitas pengabdian dan penelitian untuk menghasilkan naskah ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amoah, J., & Jibril, A. B. (2021). Social Media as a Promotional Tool Towards SMEs Development: Evidence from the Financial Industry in a Developing Economy. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1923357>
- Demirtas-Milz, N. (2013). The Regime of Informality in Neoliberal Times in Turkey: The Case of the Kadifekale Urban Transformation Project. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(2), 689–714. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12005>
- Egan, M., Katikireddi, S. V., Kearns, A., Tannahill, C., Kalacs, M., & Bond, L. (2013). Health effects of neighborhood demolition and housing improvement: A prospective controlled study of 2 natural experiments in urban renewal. *American Journal of Public Health*, 103(6). <https://doi.org/10.2105/AJPH.2013.301275>
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur. (2022). *Hasil Perhitungan Nilai Tambah Koperasi dan UMKM di Jawa Timur Tahun 2021*.
- Jones, P., & Suhartini, N. (2014, September). Governance And Its Complexities: Insights From Formal And Informal Urban Governance Approaches In Jayapura, Papua, Indonesia. *XI Simposio de La Asociación Internacional de Planificación Urbana y Ambiente (UPE 11)*.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2020). *Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM: Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia*.

- Lion, O. D., Manuputty, F., & Murwani, P. (2021). Dolly Dahulu dan Sekarang. *Komunitas: Journal Ilmu Sosiologi*, 4(1), 1–13. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/komunitas>
- Nulinnaja, R., Siti Faridah, & Putra, K. A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Covid 19 Melalui Pelatihan Kewirausahaan Frozen Food di Sumbersekar Dau Kabupaten Malang. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 153–159. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i2.4273>
- Nurul Qomar, M., Dara, L., Karsono, P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., Anjani, Y., & Bisnis, F. E. (2022). Peningkatan Kualitas Ukm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal*, 3(1), 74–81.
- Pallagst, K., Fleschurz, R., Nothof, S., & Uemura, T. (2021). Shrinking cities: Implications for planning cultures? *Urban Studies*, 58(1), 164–181. <https://doi.org/10.1177/0042098019885549>
- Suryanto. (2022, April 6). Transformasi Dolly dari Lokalisasi PSK ke Sentra UMKM. *Radar Surabaya*, 1.
- Wahyuni, H. (2014). PSK dan Tekanan Sosial Pasca Penutupan Gang Dolly Surabaya. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi* 2, 5(1), 1–18.
- Yeh, A. G. O., Yang, F. F., & Wang, J. (2015). Economic transition and urban transformation of China: The interplay of the state and the market. *Urban Studies*, 52(15), 2822–2848. <https://doi.org/10.1177/0042098015597110>