



## **OPTIMALISASI POTENSI LOKAL SEBAGAI IKON KAMPUNG MELALUI UMKM GADING DI KAMPUNG LELE RUNGKUT KIDUL SURABAYA**

**Ahmad Aidil Fathir<sup>1\*</sup>, Miftachul Ilma Dwi Putri Nabila<sup>2</sup>, Zahira Anindya Alexa Putri<sup>3</sup>, Lutfi Sukma Nur Kholifah<sup>4</sup>, Achmad Room Fitrianto<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>UIN Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia

\*Correspondence: [miftachulnabila483@gmail.com](mailto:miftachulnabila483@gmail.com)

Nomor Telephon: 083841664826

### **Abstrak**

*Kampung Lele RW 06 Rungkut Kidul Surabaya merupakan salah satu kampung tematik yang mengangkat budidaya lele sebagai identitas lokal masyarakat. Potensi lokal tersebut kemudian dikembangkan melalui UMKM Gading yang mengolah lele menjadi berbagai produk bernilai ekonomi seperti kerupuk lele, pentol lele, dimsum lele, dan tahu bakso lele. Namun, pengembangan UMKM masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan alat produksi, pemasaran digital yang belum optimal, serta kapasitas produksi yang masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi potensi lokal melalui pengembangan UMKM Gading sebagai ikon Kampung Lele di RW 06 Rungkut Kidul Surabaya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Appreciative Inquiry melalui tahapan discovery, dream, design, dan destiny. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Gading memiliki potensi lokal yang kuat berupa ketersediaan bahan baku, partisipasi aktif masyarakat, serta dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, kampus, dan Dinas Perikanan. Optimalisasi dilakukan melalui inovasi produk, penguatan branding kampung, pemanfaatan pemasaran digital, serta pengembangan kerja sama dengan berbagai pihak. Keberadaan UMKM Gading tidak hanya memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas Kampung Lele sebagai kampung tematik di Kota Surabaya.*

**Kata Kunci:** Potensi Lokal; UMKM Gading; Kampung Lele; Pemberdayaan Masyarakat; Kampung Tematik

### **Abstract**

*Kampung Lele RW 06 Rungkut Kidul Surabaya is one of the thematic villages that promotes catfish farming as the local identity of the community. This local potential is further developed through UMKM Gading, which processes catfish into various economic products such as catfish crackers, meatballs, dimsum, and tofu meatballs. However, the development of the UMKM still faces several challenges, including limited production equipment, suboptimal digital marketing, and limited production capacity. This study aims to analyze the optimization of local potential through the development of UMKM Gading as the icon of Kampung Lele in RW 06 Rungkut Kidul Surabaya. The study used a qualitative method with an Appreciative Inquiry approach through the stages of discovery, dream, design, and destiny. Data collection techniques were conducted through observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that UMKM Gading has strong local potential in the form of raw material availability, active community participation, and support from various parties such as the government, universities,*

*and the Fisheries Service. Optimization efforts are carried out through product innovation, strengthening village branding, utilizing digital marketing, and developing partnerships with various stakeholders. The existence of UMKM Gading not only provides economic benefits for the community but also strengthens the identity of Kampung Lele as a thematic village in Surabaya City.*

**Keywords:** *Local Potential; UMKM Gading; Kampung Lele; Community Empowerment; Thematic Village*

## **PENDAHULUAN**

Kampung tematik merupakan salah satu strategi pembangunan berbasis masyarakat yang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Surabaya dengan mengangkat potensi lokal sebagai identitas wilayah. Konsep kampung tematik tidak hanya berfungsi memperindah lingkungan, tetapi juga diarahkan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi lokal melalui partisipasi warga. Program kampung tematik di Surabaya berkembang dengan berbagai karakteristik, seperti kampung wisata, kampung unggulan, hingga kampung ekologi yang memanfaatkan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan potensi wilayahnya (Sumirat & Haryati, 2025).

Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya merupakan proses untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam mengembangkan potensi yang dimiliki guna meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi. Potensi lokal sendiri meliputi sumber daya manusia, sumber daya alam, budaya, hingga keterampilan masyarakat yang dapat dikembangkan menjadi kekuatan ekonomi wilayah (Endah, 2020). Melalui pemberdayaan masyarakat, potensi lokal yang sebelumnya kurang dimanfaatkan dapat berkembang menjadi kegiatan produktif yang memberikan dampak bagi kesejahteraan masyarakat.

Salah satu bentuk pemberdayaan berbasis potensi lokal dapat dilakukan melalui pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengembangan UMKM berbasis lokal dinilai mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat karena memanfaatkan sumber daya, kreativitas, dan inovasi masyarakat setempat. Selain itu, UMKM juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui penciptaan lapangan pekerjaan serta peningkatan nilai ekonomi produk lokal (Suyatno & Suryani, 2022).

Salah satu kampung tematik yang berkembang di Kota Surabaya yaitu Kampung Lele RW 06 Rungkut Kidul. Kampung ini menjadikan budidaya lele sebagai identitas lokal masyarakat sekaligus potensi ekonomi berbasis komunitas. Budidaya lele awalnya digagas oleh ketua RW sebagai upaya membangun ikon kampung sesuai arahan Pemerintah Kota Surabaya agar setiap wilayah memiliki ciri khas masing-masing. Kegiatan budidaya dilakukan oleh kelompok bapak-bapak, sedangkan pengolahan produk dilakukan oleh kelompok ibu-ibu yang beranggotakan delapan orang melalui UMKM Gading.

UMKM Gading mengembangkan berbagai produk olahan berbahan dasar lele seperti kerupuk lele, pentol lele, dimsum lele, dan tahu bakso lele. Produk unggulan yang menjadi ikon Kampung Lele ialah kerupuk lele. Dalam proses produksinya, masyarakat melakukan pengolahan secara mandiri dan bertahap melalui proses coba-gagal-berhasil tanpa pelatihan khusus dari tenaga ahli. Hal tersebut menunjukkan adanya kemampuan masyarakat dalam mengembangkan inovasi berbasis pengalaman dan pengetahuan lokal.

Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, pengembangan UMKM Gading masih menghadapi berbagai kendala. Proses produksi masih dilakukan secara manual, mulai dari fillet hingga pengolahan produk, sehingga kapasitas produksi masih terbatas. Selain itu, pemasaran produk sebagian besar masih bergantung pada kegiatan event, bantuan pemerintah, sekolah, kampus, dan pihak-pihak tertentu yang membantu mempromosikan produk. Pemanfaatan marketplace seperti Shopee juga belum dilakukan secara optimal karena keterbatasan tenaga kerja, alat produksi, dan waktu pengelolaan.

Selain bergerak dalam bidang budidaya dan pengolahan lele, komunitas Kampung Lele juga memiliki kegiatan sosial dan lingkungan seperti pengumpulan minyak jelantah dan pemilahan sampah botol plastik yang hasilnya digunakan sebagai tambahan dana sosial dan produksi. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa pengembangan kampung tematik tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pemberdayaan sosial dan kepedulian lingkungan masyarakat.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumirat dan Haryati (2025) membahas pemberdayaan masyarakat melalui program kampung tematik dalam menjadikan Surabaya sebagai kota tujuan wisata. Penelitian tersebut menekankan bahwa kampung tematik mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dan kesejahteraan warga melalui pengembangan potensi lokal. Sementara itu, penelitian Suyatno dan Suryani (2022) menjelaskan bahwa pengembangan UMKM berbasis lokal dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya dan inovasi lokal. Namun, penelitian sebelumnya masih berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan pengembangan UMKM secara umum serta belum secara spesifik membahas optimalisasi potensi budidaya lele melalui inovasi produk UMKM sebagai ikon kampung tematik.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan pada fokus kajian mengenai optimalisasi potensi lokal melalui pengembangan UMKM Gading sebagai ikon Kampung Lele di Rungkut Kidul Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana potensi budidaya lele dikembangkan melalui UMKM berbasis masyarakat serta strategi optimalisasi yang dilakukan dalam memperkuat identitas kampung tematik dan meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *Appreciative Inquiry*. Metode penelitian kualitatif sendiri digunakan dan bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial berdasarkan pengalaman, pandangan, dan makna yang diberikan oleh informan terhadap suatu kondisi yang terjadi di lapangan (Aris et al. 2026:9). Sedangkan, pendekatan *Appreciative Inquiry* merupakan pendekatan yang dilakukan melalui tahapan 4D, yakni *Discovery* yang berfokus pada kekuatan dan keberhasilan individu atau komunitas, *Dream* berfokus pada harapan di masa depan, *Design* bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan, dan yang terakhir *Destiny* yakni menentukan implementasi dan keberlanjutan dari individu atau komunitas (Gregoria. 2023:174).

Berbeda dengan pendekatan yang berfokus pada masalah dan kekurangan,

*Appreciative Inquiry* memandang bahwa perubahan yang berkelanjutan lebih mudah dicapai dengan menggali hal-hal yang sudah berjalan baik, kemudian mengembangkannya menjadi dasar perencanaan masa depan. Pendekatan ini dinilai relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi lokal Kampung Lele melalui pengembangan UMKM Gading sebagai ikon kampung.

### **Lokasi dan Informan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kampung Lele yang berada di RW.06 Kelurahan Rungkut Kidul, Kecamatan Rungkut, Surabaya. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi lokal berupa budidaya ikan lele yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa produk olahan lele yang menjadi identitas atau *ikon* kampung sekaligus sumber kegiatan ekonomi masyarakat. Sebagai bagian dari program kampung tematik yang didorong oleh Pemerintah Kota Surabaya, Kampung Lele dibentuk untuk menampilkan keunggulan lokal yang membedakannya dari wilayah atau RW lain yang memiliki ikon berbeda, seperti kampung kompos atau kampung tanaman obat keluarga (TOGA).

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam aktivitas komunitas (Bagus, 2020:20). Informan penelitian meliputi ketua RW 06, penanggung jawab UMKM Gading, anggota komunitas yang mayoritas terdiri atas ibu-ibu, serta beberapa warga yang terlibat dalam budidaya lele. Informan tersebut dipilih karena dapat memberikan informasi mendalam mengenai sejarah terbentuknya Kampung Lele, proses pengembangan dan produksi produk olahan lele, seperti krupuk, tahu bakso, dimsum, dan pentol. Selain itu juga, informasi tentang pola pemasaran yang sudah diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta harapan terhadap pengembangan UMKM Gading di masa mendatang.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang dilakukan yakni melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi lingkungan Kampung Lele, kegiatan budidaya ikan lele, proses produksi olahan lele, serta aktivitas komunitas lain yang mendukung keberlanjutan usaha, seperti pengumpulan minyak jelantah dan pemilahan botol plastik oleh Masyarakat untuk

menambah dana sosial produksi. Adapun tahapan wawancara juga dilakukan secara semi terstruktur menggunakan teknik *Appreciative Dialogue* dengan tetap mengimplementasikan tahapan 4D.

Selama proses observasi dan wawancara di lapangan, pada tahap *discovery* peneliti menggali sejarah awal terbentuknya Kampung Lele dan juga UMKM Gading, keberhasilan yang telah dicapai, serta potensi, kekuatan, dan sumber daya yang dimiliki masyarakat dalam mengembangkan UMKM Gading. Selanjutnya, tahapan *dream* dilakukan dengan menggali harapan masyarakat terhadap pengembangan usaha di masa mendatang, termasuk keinginan agar produk bisa semakin dikenal luas serta mampu meningkatkan perekonomian warga. Pada tahap *design*, peneliti mengidentifikasi strategi yang dinilai realistis oleh masyarakat untuk mendukung pengembangan usaha, seperti pola pemasaran produk, inovasi olahan lele, dan penguatan kerja sama dengan berbagai pihak. Adapun tahap *destiny* difokuskan pada upaya menjaga keberlanjutan UMKM Gading melalui partisipasi masyarakat, pengembangan produksi, serta komitmen komunitas dalam mempertahankan identitas Kampung Lele sebagai kampung tematik.

Melalui wawancara ini diperoleh informasi bahwa pemasaran produk selama ini banyak dilakukan melalui partisipasi dalam berbagai event yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Surabaya, kelurahan, sekolah, kampus, serta dinas terkait. Produk juga dipromosikan oleh tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh, termasuk Duta Lingkungan yang berasal dari warga setempat. Sementara, untuk dokumentasi sendiri dilakukan dengan mengumpulkan foto dan video kegiatan, produk olahan lele, kemasan produk, catatan lapangan, dan dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan aktivitas komunitas.

### **Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang diterapkan mengacu pada pendekatan *Appreciative Inquiry* melalui empat tahapan utama, yaitu potensi dan kekuatan lokal (*discovery*), harapan masyarakat (*dream*), strategi pengembangan (*design*), dan upaya keberlanjutan (*destiny*). Pada tahap awal, peneliti mengidentifikasi berbagai potensi dan kekuatan yang dimiliki Kampung Lele dan UMKM Gading, seperti ketersediaan bahan baku lele, keterampilan anggota dalam mengolah produk,

dukungan jejaring dengan pemerintah dan lembaga lain, serta kegiatan pendukung komunitas yang turut menopang usaha.

Selanjutnya, peneliti menggali harapan masyarakat atau anggota komunitas terhadap pengembangan UMKM Gading, terutama keinginan agar produk semakin dikenal luas dan mampu dipasarkan melalui media digital. Data kemudian dianalisis untuk merumuskan strategi pengembangan yang dapat dilakukan, seperti inovasi produk, peningkatan kemasan, perluasan pemasaran, dan penguatan kerja sama dengan berbagai pihak. Tahap akhir difokuskan pada upaya keberlanjutan usaha, meliputi pola produksi berdasarkan pesanan, pemanfaatan keuntungan untuk menambah sarana produksi, serta keterbukaan komunitas terhadap partisipasi anggota baru. Hasil analisis dari keempat tahapan tersebut selanjutnya diinterpretasikan untuk menjelaskan bagaimana potensi lokal Kampung Lele dapat dioptimalkan melalui UMKM Gading sebagai ikon kampung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

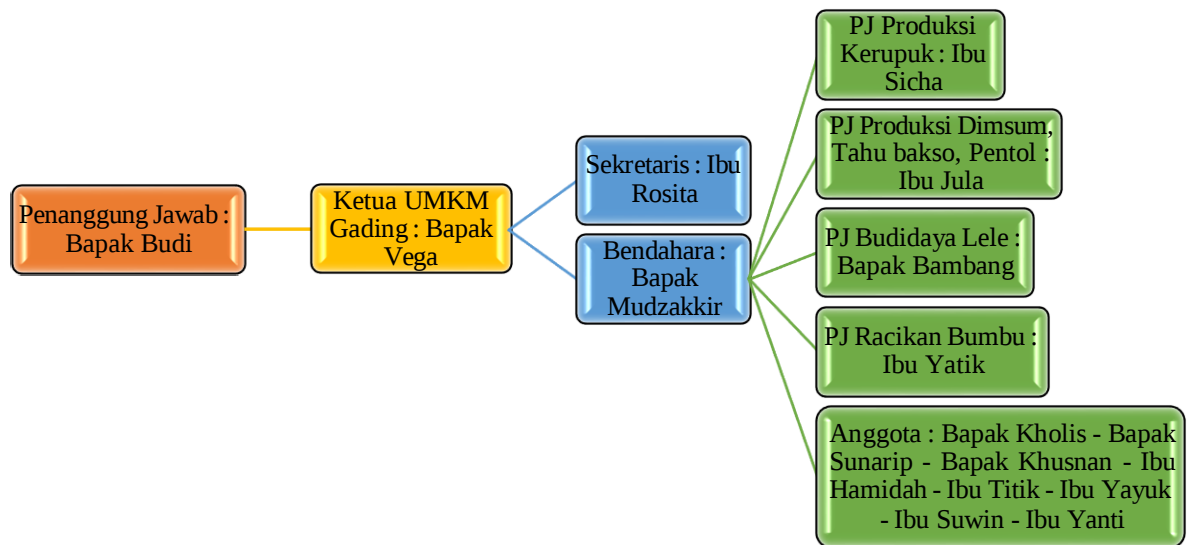
### **Gambaran Umum Kampung Lele dan UMKM Gading**

Kampung Lele yang terletak di RW 06, Jalan Rungkut Kidul, Pesantren No. 10, Kelurahan Rungkut Kidul, Kota Surabaya, merupakan salah satu kampung tematik yang mengangkat budidaya ikan lele sebagai identitas lokal masyarakat. Pembentukan Kampung Lele berawal dari inisiatif Ketua RW yakni Pak Budi yang ingin menciptakan ciri khas wilayah sesuai dengan program kampung tematik yang dicanangkan Pemerintah Kota Surabaya. Melalui program tersebut, masyarakat didorong untuk menggali dan mengembangkan potensi lokal agar memiliki nilai ekonomi sekaligus memperkuat identitas kampung. Upaya pemanfaatan potensi lokal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menegaskan bahwa pemerintah desa memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri, termasuk dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan Masyarakat (Kiki, 2020:137). Selain itu juga, pemberdayaan masyarakat sendiri merupakan proses menggali dan mengembangkan potensi lokal agar dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat. Berikut Gambaran umum Lokasi dan produksi UMKM Gading di Kampung Lele, Surabaya :

|                                                                                                          |                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Potret para anggota Komunitas UMKM Gading sedang melakukan produksi dan dipantau oleh Ketua RW 06</p> | <p>Potret Peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan anggota Komunitas UMKM Gading Kampung Lele</p> |
|                        |                         |

***Sumber Gambar 1. Dokumentasi Peneliti, 2026***

Adapun budidaya lele dikelola oleh kelompok bapak-bapak warga dengan penanggung jawab utama yaitu Pak Bambang. Sementara itu, hasil budidaya tersebut kemudian diolah oleh kelompok ibu-ibu yang tergabung dalam Komunitas UMKM Gading. Keterlibatan dua kelompok masyarakat ini menunjukkan adanya pembagian peran yang saling melengkapi, di mana bapak-bapak berfokus pada penyediaan bahan baku, sedangkan ibu-ibu mengolahnya menjadi produk bernilai tambah. UMKM Gading memiliki struktur kepengurusan yang terdiri atas penanggung jawab, ketua, sekretaris, bendahara, serta penanggung jawab masing-masing produk. Struktur organisasi ini dibentuk untuk memudahkan koordinasi dan pembagian tugas dalam proses produksi maupun pemasaran. Adapun struktur organisasi UMKM Gading dapat dilihat pada bagan berikut :



**Gambar 2.** Struktur Organisasi UMKM Gading

*Sumber : Wawancara langsung dengan anggota Komunitas UMKM Gading, 2026*

Komunitas UMKM Gading berhasil mengembangkan produk olahan lele berupa kerupuk lele, pentol lele, dimsum lele, tahu bakso lele, kripi kulit lele, lele fillet, dan lele marinasi. Di antara berbagai produk tersebut, kerupuk lele menjadi produk unggulan sekaligus ikon Kampung Lele RW 06 Rungkut Kidul Surabaya. Adapun jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM Gading dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2 berikut ini :

**Tabel 1.** *Price List* Produk Olahan UMKM Gading Kampung Lele

| Produk          | Berat                      | Harga            |
|-----------------|----------------------------|------------------|
| Krupuk Lele     | 100 gr                     | 10.000           |
| Pentol Lele     | Isi 10 biji<br>Isi 20 biji | 15.000<br>30.000 |
| Tahu Bakso Lele | Isi 10 biji                | 25.000           |
| Dimsum Lele     | Isi 10 biji                | 20.000           |
| Lele Fillet     | Berat bersih 250 gr        | 30.000           |

|                     |                     |        |
|---------------------|---------------------|--------|
| Lele Marinasi       | Berat bersih 350 gr | 25.000 |
| Keripik Kulit Lele  | Berat bersih 100 gr | 10.000 |
| Kerupuk Lele Mentah | Berat bersih 250 gr | 15.000 |
|                     | Berat bersih 1 kg   | 45.000 |

**Tabel 2.** Produk Olahan UMKM Gading Kampung Lele

|                                   |                                                                                      |  |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Kerupuk Lele<br>(Matang & Mentah) |    |  |
| Pentol Lele                       |   |  |
| Tahu Bakso Lele                   |  |  |
| Dimsum Lele                       |  |  |

Berdasarkan tabel di atas, UMKM Gading telah menghasilkan berbagai produk olahan berbahan dasar lele yang memiliki nilai tambah ekonomi. Produk-produk tersebut menunjukkan upaya masyarakat dalam memanfaatkan hasil budidaya lele menjadi produk yang lebih bernilai jual dibandingkan menjual lele dalam bentuk mentah. Selain memperluas pilihan produk bagi konsumen, pengembangan berbagai jenis olahan lele juga berpotensi meningkatkan pendapatan anggota UMKM serta

memperkuat identitas Kampung Lele sebagai kampung tematik berbasis potensi lokal

Berdasarkan hasil wawancara kepada anggota komunitas, produksi kerupuk lele mulai dikembangkan secara lebih intensif sejak Januari 2025 sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah hasil budidaya. Dalam proses produksinya, lele difillet, dibersihkan dari tulang, kemudian diolah menjadi adonan kerupuk sebelum melalui tahap pencetakan, pengukusan, penjemuran, dan penggorengan. Produksi biasanya dilakukan setiap hari Minggu atau tanggal merah dengan kapasitas sekitar 3 kg per proses produksi. Seluruh tahapan produksi masih dilakukan secara manual karena keterbatasan alat, sehingga jumlah produksi belum dapat ditingkatkan secara signifikan. Sistem penjualan juga masih menggunakan mekanisme *pre-order* (PO), dengan waktu pemesanan sekitar 3 hari sebelum proses produksi.

Pemasaran produk dilakukan melalui penitipan di kantin Kampus terdekat, open PO, pemesanan dari langganan, serta partisipasi dalam berbagai kegiatan atau *event* yang diselenggarakan oleh pihak kelurahan, pemerintah daerah dan Dinas Perikanan. Selain kegiatan ekonomi, masyarakat Kampung Lele juga menjalankan aktivitas sosial dan lingkungan, seperti pengumpulan minyak jelantah dan pengelolaan sampah plastik. Hasil kegiatan tersebut dimanfaatkan untuk menambah kas kelompok dan mendukung keberlangsungan kegiatan UMKM.

### **Analisis Optimalisasi Potensi Lokal UMKM Gading melalui Pendekatan *Appreciative Inquiry***

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Appreciative Inquiry (AI)*, yaitu pendekatan yang berfokus pada kekuatan, keberhasilan, dan potensi positif yang dimiliki komunitas. Salah satu teknik utama dalam AI adalah *Appreciative Dialogue*, yaitu proses wawancara mendalam yang digunakan untuk menggali pengalaman terbaik, harapan, serta gagasan pengembangan dari para partisipan. Melalui *Appreciative Dialogue*, peneliti memperoleh data mengenai kekuatan yang dimiliki UMKM Gading, impian masyarakat terhadap pengembangannya, strategi yang dirancang, serta langkah nyata yang dapat dilakukan. Hasil penelitian kemudian dianalisis menggunakan tahapan 4D dalam *Appreciative Inquiry*, yaitu *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Destiny*, sebagai berikut :

#### **1. *Discovery* (Potensi dan kekuatan lokal)**

Peneliti mengidentifikasi berbagai kekuatan dan potensi yang telah

dimiliki Kampung Lele dan UMKM Gading. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa UMKM Gading memiliki ketersediaan bahan baku yang relatif terjamin karena berasal dari hasil budidaya lele milik warga sendiri. Selain itu, partisipasi masyarakat juga menjadi kekuatan utama, terlihat dari adanya pembagian peran yang jelas antara bapak-bapak yang mengelola budidaya lele dan ibu-ibu yang mengolahnya menjadi produk bernilai tambah, berdasarkan struktur komunitasnya. Produk yang dihasilkan pun cukup beragam, meliputi kerupuk lele, pentol lele, dimsum lele, dan tahu bakso lele. Pengembangan UMKM ini juga memperoleh dukungan dari berbagai pihak, seperti kelurahan, kampus, dan Dinas Perikanan. Di antara seluruh produk yang dihasilkan, kerupuk lele telah dikenal sebagai produk unggulan sekaligus identitas khas Kampung Lele RW 06.

Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM Gading memiliki modal sosial, sumber daya lokal, dan identitas kampung yang kuat untuk dikembangkan. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Suyatno dan Suryani (2022) yang menyatakan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat apabila didukung oleh sumber daya lokal dan partisipasi aktif masyarakat.

## 2. *Dream* (Harapan masa depan)

Berdasarkan hasil *Appreciative Dialogue*, masyarakat RW 06 khususnya anggota komunitas berharap semoga UMKM Gading semakin dikenal sebagai produk khas Kampung Lele dan kerupuk lele dapat berkembang menjadi salah satu oleh-oleh unggulan Kota Surabaya. Masyarakat juga berharap adanya bantuan alat produksi agar kapasitas produksi dapat meningkat, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace agar pemasaran menjangkau pasar yang lebih luas. Harapan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga ingin menjadikan UMKM Gading sebagai identitas kampung yang memiliki nilai ekonomi dan daya tarik tersendiri.

3. *Design* (Strategi pengembangan)

Masyarakat bersama peneliti merumuskan strategi yang dapat dilakukan untuk mewujudkan harapan tersebut. Strategi yang disepakati meliputi peningkatan kualitas produk dan kemasan agar lebih menarik dan memiliki daya saing, pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*, pengadaan alat produksi untuk meningkatkan efisiensi proses pengolahan, penguatan *branding* Kampung Lele sebagai sentra budidaya dan olahan lele, serta perluasan jejaring kemitraan dengan pemerintah, kampus, dan pelaku usaha lainnya. Strategi tersebut disusun berdasarkan kekuatan yang telah dimiliki sehingga lebih realistis dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

4. *Destiny* (Upaya keberlanjutan & implementasi)

Bentuk implementasi dan upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan menjadwalkan produksi secara rutin, mengikuti pelatihan digital *marketing* dan pengemasan produk, mengurus legalitas usaha dan sertifikasi produk, berpartisipasi dalam pameran maupun kegiatan promosi UMKM, serta memperkuat kerja sama antaranggota. Tahap ini menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM Gading sangat bergantung pada konsistensi masyarakat dalam mengembangkan usaha secara bersama-sama.

**Tabel 3.** Penjelasan Analisis 4D Ringkas

| <b>Tahap AI</b>  | <b>Fokus</b>                                          | <b>Temuan Lapangan</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Discovery</i> | Mengidentifikasi potensi dan kekuatan lokal           | Tersedianya bahan baku lele dari budidaya warga, terdapat pembagian <i>jobdesk</i> yang jelas dan terstruktur, produk olahan lele beragam, mendapat dukungan dari kelurahan, kampus (instansi pendidikan) sekitar, dan Dinas Perikanan, kerupuk lele telah menjadi produk khas Kampung Lele. |
| <i>Dream</i>     | Menggali harapan masyarakat                           | UMKM Gading diharapkan semakin dikenal sebagai produk khas/ikon Kampung Lele, kerupuk lele menjadi oleh-oleh unggulan, kapasitas produksi meningkat, pemasaran menjangkau pasar yang lebih luas.                                                                                             |
| <i>Design</i>    | Merancang strategi pengembangan                       | Meningkatkan kualitas kemasan, memanfaatkan media sosial dan <i>marketplace</i> secara lebih baik dan mengikuti <i>trend</i> zaman, pengadaan alat produksi yang canggih, memperkuat <i>branding</i> Kampung Lele, memperluas kemitraan.                                                     |
| <i>Destiny</i>   | Menentukan langkah implementasi & Upaya keberlanjutan | Produksi rutin, pelatihan pemasaran digital marketing, pengurusan legalitas usaha, partisipasi dalam pameran UMKM, penguatan komitmen anggota.                                                                                                                                               |

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Gading merupakan bentuk nyata pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Ketersediaan bahan baku dari hasil budidaya warga, partisipasi aktif masyarakat, serta dukungan dari berbagai pihak menjadi modal utama dalam pengembangan usaha. Pendekatan *Appreciative Inquiry* membantu mengungkap bahwa masyarakat Kampung Lele sesungguhnya telah memiliki berbagai kekuatan yang dapat dioptimalkan. Melalui tahapan *discovery*, ditemukan potensi lokal yang kuat, pada tahap *dream*, tergambar harapan masyarakat untuk menjadikan UMKM Gading sebagai produk khas kampung, pada tahap *design*, dirumuskan strategi pengembangan, dan pada tahap *destiny*, disusun langkah-langkah implementasi untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Optimalisasi potensi lokal melalui UMKM Gading tidak hanya memberikan dampak ekonomi berupa tambahan pendapatan rumah tangga atau komunitas, tetapi juga memperkuat identitas Kampung Lele sebagai kampung tematik di Kota Surabaya. Jadi dapat disimpulkan, bahwa UMKM Gading tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha, melainkan juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat dan media untuk memperkenalkan potensi lokal kepada masyarakat secara lebih luas.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa UMKM Gading merupakan bentuk pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang berkembang melalui budidaya lele di Kampung Lele RW 06 Rungkut Kidul Surabaya. Potensi lokal berupa ketersediaan bahan baku lele, keterlibatan aktif masyarakat, serta dukungan dari berbagai pihak menjadi kekuatan utama dalam pengembangan UMKM tersebut. Melalui pendekatan *Appreciative Inquiry*, ditemukan bahwa masyarakat memiliki harapan untuk menjadikan UMKM Gading sebagai produk khas Kampung Lele yang mampu dikenal lebih luas dan memiliki daya saing.

Optimalisasi potensi lokal dilakukan melalui inovasi produk olahan lele, penguatan branding kampung tematik, peningkatan kualitas kemasan, serta pengembangan pemasaran digital dan kerja sama dengan berbagai pihak. Meskipun masih menghadapi keterbatasan alat produksi, tenaga kerja, dan pemasaran berbasis digital, UMKM Gading tetap mampu berkembang secara konsisten melalui partisipasi masyarakat dan dukungan komunitas.

Keberadaan UMKM Gading tidak hanya memberikan dampak ekonomi berupa tambahan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas Kampung Lele sebagai kampung tematik berbasis pemberdayaan masyarakat di Kota Surabaya. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan berupa pelatihan, penguatan pemasaran digital, serta pengadaan sarana produksi agar pengembangan UMKM Gading dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu proses penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua RW 06 Kampung Lele Rungkut Kidul beserta seluruh anggota komunitas UMKM Gading yang telah memberikan informasi, pengalaman, dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan observasi dan wawancara secara langsung.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Kampung Lele RW 06 yang telah berpartisipasi dalam proses penelitian, serta kepada pihak-pihak terkait yang turut mendukung pengembangan UMKM Gading sebagai ikon kampung tematik di Kota Surabaya. Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh pihak yang telah memberikan arahan, masukan, dan dukungan sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Endah, K. (2020). *Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa*. Jurnal MODERAT, 6(1), 135–143.
- Hidayat, Fahrul, and Sukriyadin Zebua. "Akad Salam Pada Pelaksanaan Paket Lebaran (Studi Pada "Paket Alisadiyah" di Kp. Bangkonol Ds. Batok Tenjo Bogor)." *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)* 6.2 (2025): 69-78.
- Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 28 Tahun 2023 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pembangunan Sarana dan Prasarana Desa serta Pemberdayaan Masyarakat.
- Setiyani, Aris et al. (2026). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jambi : Sonpedia.
- Setyawati, Diah Pertywi, et al. "Optimalisasi Search Engine Optimization untuk Peningkatan Bisnis Frozen Food PT OSB." *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)* 5.4 (2025): 1166-1172.
- Sumargo, Bagus. (2020). *Teknik Sampling*. Jakarta : UNJ Press.
- Sumirat, N. I. M. P., & Haryati, E. (2025). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Tematik dalam Menjadikan Surabaya sebagai Kota Tujuan Wisata (Studi pada Wethan Wonderland, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya)*. SAP, 3(1).

- Suyatno, & Suryani, D. A. (2022). *Pengembangan potensi UMKM berbasis lokal dalam mendorong perekonomian di Desa Girikerto Sleman*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, 9(2), 108–118.
- Warmin, Warmin, Cici Amelia Destriyanti Pratiwi, Sukriyadin Zebua, and Fahrul Hidayat. "Blind Box and Transaction Uncertainty: A Review of Islamic Economic Law on Modern Consumptive Practices." *Jurnal El-Thawalib* 7, no. 3 (2026): 333-347.
- Widodo, Tri, Unis Khaerunisa, and Sukriyadin Zebua. "Al-Ghazali's sharia ethics framework in community-based tourism management." *UTSAHA: Journal of Entrepreneurship* (2022): 47-61.
- Yudarwati, G. A. (2023). *Appreciative Inquiry: Metode Engagement dan Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta : *Senapas*. Vol. 1, No. 1.
- Zebua, Sukriyadin, et al. "Pengembangan Umkm Maklor: Integrasi Kreativitas Kuliner Dengan Prinsip Bisnis Syariah Melalui Program Kkn Di Desa Mekarwangi Kabupaten Tangerang." *Abdi Dharma* 6.1 (2026): 49-62.
- Zebua, Sukriyadin. "Peranan Baitul Maal Wa Tamwil Meningkatkan Usaha Mikro Melalui Pembiaayan Mudharabah." *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan* 3.2 (2022): 200-211.