

Strategi Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima melalui Sentra Wisata Kuliner di Kota Surabaya: Analisis SOAR

Cindy Kartika Sari ^{1,*}; Susi Hardjati ²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia ; kartikacindy610@gmail.com;
susi_hardjati.adneg@upnjatim.ac.id

*Correspondence : kartikacindy610@gmail.com

ABSTRAK

Upaya Pemerintah Kota Surabaya dalam mengatasi keresahan masyarakat akan keberadaan pedagang kaki lima di Kota Surabaya yakni dengan program penataan dan pemberdayaan Pedagang Kaki Lima melalui Sentra Wisata Kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan dalam Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima pada Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya. Teori yang digunakan adalah analisis SOAR Stavross dan Hinrichs dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan telah berhasil diwujudkan sesuai harapan yang dibuktikan dengan adanya pencapaian – pencapaian yang didapatkan SWK Convention Hall, para pedagang menjadi inovatif, kreatif dan berdaya saing serta SWK Convention Hall menjadi percontohan bagi SWK lainnya melalui kolaborasinya dengan IKD (Ikatan Karya Difabel).

Kata kunci

Pemberdayaan; Strategi; Sentra Wisata Kuliner; SOAR

ABSTRACT

The Surabaya City Government's efforts to overcome public anxiety about the existence of street vendors in the city of Surabaya are through the structuring and empowerment program of street vendors through the Culinary Tourism Center. This study aims to analyze the strategy carried out by the Small and Medium Business Cooperatives and Trade Office in the Empowerment of Street Vendors at the Culinary Tourism Center Convention Hall of Surabaya City. The theory used is the analysis of SOAR Stavross and Hinrichs with a qualitative descriptive research method. The results of this study show that the strategy has been successfully realized according to expectations as evidenced by the achievements obtained by SWK Convention Hall, traders become innovative, creative and competitive and SWK Convention Hall becomes a pilot for other SWK through its collaboration with IKD (Ikatan Karya Difabel).

Keywords

Empowerment; Culinary Tourism Centre; Strategy; SOAR

Pendahuluan

Keberadaan pedagang kaki lima (PKL) di kota-kota besar seperti Surabaya merupakan fenomena sosial ekonomi yang tidak dapat diabaikan. Di satu sisi, mereka berkontribusi dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan mendukung sektor informal, namun di sisi lain, praktik berdagang di sembarang tempat sering menimbulkan ketertiban dan estetika kota (Risma 2021; Allo et al., 2021; Fortuna & Arif, 2023; Failina & Widiyarta, 2023). Untuk merespons hal ini, Pemerintah Kota Surabaya menginisiasi program penataan dan pemberdayaan PKL melalui pembentukan Sentra Wisata Kuliner (SWK), sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 17 Tahun 2003 (Fitriana, Auliya, & Widiyarta, 2020).

Secara global, pemberdayaan PKL menjadi bagian penting dalam pengembangan ekonomi informal, terutama di negara berkembang (Sepadi & Nkosi, 2022). PKL menyediakan sumber penghidupan bagi banyak orang berpendidikan rendah yang menghadapi kemiskinan, namun sering kali diabaikan dalam kebijakan pemerintah (Yunus et al, 2017; Milgram, 2011; Nandru et al., 2021; Khawas, 2022). Di Yogyakarta, mereka tetap berupaya bertahan meskipun menghadapi ketidakpastian hukum (Pitoyo et al., 2021), dan di India serta Asia Tenggara, pandemi COVID-19 semakin memperburuk kondisi ekonomi PKL (Turner et al., 2021; Meher et al., 2021). Tantangan ini menunjukkan perlunya reformasi kebijakan yang inklusif dan berbasis kebutuhan nyata PKL (Roever & Skinner, 2016; Recio & Gomez, 2013).

Strategi penataan dan pemberdayaan yang dijalankan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan melalui SWK mencakup penyediaan sarana prasarana, pelatihan, pendampingan, serta bantuan usaha (Dayat, Sirodjudin, & Murwani, 2023; Pristika & Kurniawan, 2021). Salah satu SWK yang menjadi perhatian adalah SWK Convention Hall, yang tidak hanya menjadi wadah relokasi PKL tetapi juga pusat inovasi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hal ini dibuktikan melalui capaian-capaian seperti penghargaan nasional dan kolaborasi dengan komunitas difabel yang menjadikan SWK ini sebagai model pengembangan sentra kuliner di kota Surabaya.

Beberapa studi sebelumnya telah mengangkat pemberdayaan PKL di berbagai lokasi di Surabaya, namun belum ada yang secara khusus menelaah strategi yang digunakan di SWK Convention Hall. Kajian tentang penataan PKL secara deliberatif dan berbasis komunitas telah dilakukan (Octaviani & Puspitasari, 2022; Octavia, 2019; Ningrum & Sujarwo, 2017), namun fokus pada pendekatan strategi berbasis kekuatan seperti analisis SOAR masih sangat terbatas. Hal ini menjadi celah dalam literatur yang ingin diisi oleh penelitian ini. Dengan menggunakan analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) dari Stavros & Hinrichs (Fuadi, 2020; Sugiarti, 2023; Jacqueline & Hammond, 2009; Batrem & Timur-Riau, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pemberdayaan yang diterapkan dan mengidentifikasi alternatif strategi yang dapat meningkatkan keberhasilan program yang terdiri dari empat unsur diantaranya yaitu strengths

(kekuatan), opportunities (peluang), aspirations (aspirasi) dan result (hasil) yang digunakan untuk menyusun kerangka kerja SOAR dalam menciptakan strategi alternatif dalam sebuah organisasi.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap SWK Convention Hall sebagai studi kasus yang belum banyak dikaji sebelumnya, terutama dalam konteks penerapan analisis SOAR yang menekankan potensi positif dan peluang ke depan. Selain itu, integrasi aspek inklusivitas sosial melalui kolaborasi dengan komunitas difabel menjadi pendekatan unik yang belum banyak diangkat dalam literatur pemberdayaan PKL di Indonesia (Ahmad et al., 2021; Arisanty et al., 2020; Avedish et al., 2024). Penelitian ini penting secara teoritis karena dapat memperkaya kajian tentang strategi pemberdayaan UMKM di wilayah perkotaan melalui pendekatan berbasis kekuatan dan peluang. Secara praktis, hasilnya diharapkan dapat menjadi masukan kebijakan bagi pemerintah daerah dan referensi bagi stakeholder lain dalam mengelola PKL secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemberdayaan yang diterapkan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya di SWK Convention Hall.

Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus sebagai desain utamanya. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena kompleks pemberdayaan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Convention Hall Surabaya. Pendekatan ini sesuai digunakan untuk memahami konteks sosial, dinamika hubungan antar aktor, serta strategi pemberdayaan yang diterapkan, yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui pendekatan kuantitatif. Partisipan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Informan utama terdiri dari Kepala dan Staf Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Kota Surabaya, pendamping SWK, pengurus SWK, beberapa pedagang, dan pengunjung. Pemilihan ini didasarkan pada peran dan keterlibatan langsung informan dalam pelaksanaan dan pengelolaan program pemberdayaan di SWK Convention Hall.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pedoman semi-terstruktur untuk menggali persepsi, pengalaman, dan evaluasi para informan terhadap strategi yang diterapkan. Observasi dilakukan di lokasi SWK untuk mengamati interaksi, aktivitas usaha, serta fasilitas fisik yang tersedia. Dokumentasi meliputi laporan kegiatan, arsip, foto, serta bahan pustaka pendukung seperti berita dan jurnal ilmiah.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis tematik berbasis model SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) yang

dikembangkan oleh Stavros & Hinrichs. Proses analisis meliputi pengkodean data, pengelompokan tema, serta pemetaan hubungan antar unsur strategi berdasarkan matriks SOAR. Untuk menjamin validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber, seperti pengecekan ulang kepada informan (member checking). Seluruh proses dilakukan secara sistematis dan reflektif guna memastikan keandalan dan kredibilitas hasil penelitian.

Hasil dan Pembahasan

1. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan (Strengths) yang dimiliki Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dalam pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall yakni melakukan relokasi dan penataan pedagang kaki lima di daerah sekitar keputih dan gebang agar para pedagang kaki lima tersebut dalam berjualan dengan memiliki sarana prasarana yang memadai. SWK Convention Hall memiliki bangunan yang luas diantara SWK lainnya yang ada di Surabaya sehingga dapat menyediakan stand yang banyak untuk tempat relokasi para PKL disekitar SWK Convention Hall. Pembangunan SWK memiliki tujuan penting dalam mensentralisasi PKL liar agar terdaftar dan mendapatkan fasilitas serta tidak terancam keberadaannya.

Gambar 1. Bangunan dan Penataan Stand SWK Convention Hall



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Kekuatan lain yang dimiliki SWK Convention Hall yaitu penyediaan fasilitas sarana dan prasarana cukup memadai dilengkapi dengan panggung hiburan, musholla, toilet yang bersih, free wifi, kipas angin dengan jumlah yang banyak, hingga kamera cctv. Selain itu pengelolaan akan kepengurusan juga berjalan dengan baik. Pengelolaan operasional dan manajemen keuangan dilakukan tidak hanya dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan namun pendamping dan para pengurus SWK juga harus aktif berinovasi dalam mengembangkan SWK yang dikelola.

Kekuatan lainnya yakni penataan stand dan design di SWK Convention Hall dibuat semenarik mungkin untuk menarik pengunjung dan pengunjung yang makan disana akan merasakan kenyamanan. Dalam penataan dan design SWK tidak hanya diatur oleh pihak internal namun juga melibatkan pihak eksternal diantaranya yaitu Universitas Ciputra dan ITS dalam mengubah dan menata interior dan desain SWK Convention Hall. Penataan interior dan desain yang dirancang Universitas Ciputra terlihat luas dan menarik sebab tidak terlalu banyak kapasitas

stand sedangkan yang pedagang aktif cuman beberapa jadi ramainya itu merata terus banyak meja dan kursi sehingga tidak semrawut penataannya dan semua stand pedagang terlihat dengan jelas dan rapi. Hal tersebut dapat menjadi kekuatan dalam mengembangkan SWK Convention Hall.

2. Peluang (Opportunities)

Peluang (Opportunities) yang dimanfaatkan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dalam pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall terdiri dari beberapa sasaran kajian diantaranya kompetitor/pesaing, perilaku konsumen, kerja sama pemasaran, teknologi dan pengembangan usaha. Pada sasaran kajian kompetitor (pesaingan), kegiatan mengenai menganalisis peluang melalui kompetitor telah dilakukan dengan penguatan personal branding dengan melakukan pembekalan strategi untuk menghadapi pesaing yang muncul dengan menguatkan personal branding SWK Convention Hall dan mengembangkan potensi serta pemasaran melalui online seperti food merchant dan promosi di berbagai social media untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Penguatan personal branding SWK Convention Hall dilakukan untuk pengembangan potensi dan promosi sehingga mampu bersaing dengan yang lain.

Tidak hanya itu, sasaran kajian perilaku konsumen, Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan berusaha menyediakan kebutuhan konsumen dan memberikan pelatihan kepada pedagang SWK agar terus berinovasi dalam pembuatan makanan atau jajanan viral untuk menambah ide menu jualan yang kekinian dan sedang digemari masyarakat. Disamping itu, Pada sasaran kerja sama pemasaran, Kegiatan kerja sama pemasaran dilakukan baik itu secara online maupun offline. Pada sasaran kajian teknologi, Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan tengah mendorong para pedagang di SWK untuk memanfaatkan peluang dengan mengikuti perkembangan teknologi yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha mereka yaitu dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan menggunakan gadget dalam hal pemasaran produk makanannya.

Kemudian, pada sasaran kajian pengembangan usaha, kegiatan pengembangan usaha pedagang dilakukan melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), pembuatan sertifikasi halal, uji standart bahan makanan, dan adanya kegiatan pameran usaha dan perlombaan antar SWK yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas, keamanan produk dan potensi pengembangan usaha yang dimiliki pedagang SWK.

3. Aspirasi (Aspirations)

Fokus aspirasi yang dimaksud peneliti adalah kontribusi dari berbagai pihak yang terlibat diantaranya Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan pedagang binaan SWK Convention Hall, Pendamping SWK, Pedagang Binaan SWK dalam proses perencanaan hingga membangun kepercayaan terhadap

pelanggan (masyarakat) agar datang dan berwisata kuliner ke Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya. Penyaluran aspirasi dari para pedagang ke pendamping bahkan ke stakeholder terkait yakni Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya pada berjalan dengan baik.

Gambar 2. Monitoring Pedagang di SWK Convention Hall



Sumber: Dokumentasi Pengurus SWK Convention Hall, 2024

Penyaluran aspirasi tertampung dengan baik dan direspon dengan baik dan tanggap. Hal ini dibuktikan dengan adanya kegiatan monitoring dan evaluasi yang diadakan 1 bulan sekali namun jika terjadi permasalahan internal yang mendesak juga langsung ditangani dan dirapatkan bersama antara pendamping dengan pengurus SWK Convention Hall. Tidak hanya itu, Pendamping di SWK Convention Hall juga terbuka dan komunikatif serta responsif dalam menanggapi keluhan dan saran pedagang. Berdasarkan wawancara dengan pendamping dan pengurus SWK Convention Hall, masih terjadi kendala seperti kurangnya dengan keikutsertaan seluruh pedagang didalamnya hanya diwakili melalui pengurus di SWK Convention Hall sebagai perwakilan dari pedagang.

4. Hasil (Results)

Hasil (Results) yang telah dicapai Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan dengan pedagang binaan SWK Convention Hall Kota Surabaya yaitu berhasil memperoleh pencapaian dari hasil yang dirumuskan dapat dilihat dari manfaat dan hasil yang baik yang dirasakan pedagang binaan setelah direlokasi dan diberikan pemberdayaan di SWK Convention Hall Kota Surabaya. Dengan adanya SWK Convention Hall dapat para pedagang merasakan hasil yang baik seperti membantu melindungi keberadaan para PKL, menunjang operasional usahanya dengan pemberian saran dan prasarana, meningkatkan kemampuan dan keahlian pedagang melalui pembinaan dan pemberdayaan sudah dilaksanakan dengan baik dan dimonitoring oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan. Serta mendapatkan dukungan dengan bermitra dengan pihak eksternal seperti Universitas Ciputra guna meningkatkan pendapatan para pedagang SWK Convention Hall Kota Surabaya.

Tidak hanya itu, pemberdayaan telah mampu mengubah potensi pedagang binaan dalam pengembangan SWK Convention Hall yang dibuktikan dengan berbagai pencapaian terbaiknya melalui prestasi dan penghargaan pada saat lomba, SWK Convention Hall sudah mampu mendorong motivasi pedagang untuk maju

dan berdaya serta aktif bekerja sama dengan pihak ketiga. Sehingga SWK ini menjadi terkenal dan menjadi percontohan bagi SWK lainnya lewat kolaborasinya berama IKD (Istana Karya Difabel) dalam penyajian musik sebagai hiburan dan inovasi menarik pengunjung. Berdasarkan wawancara dengan informan didapatkan hasil dalam strategi yang dilakukan dalam pemberdayaan pedagang SWK Convention Hall sudah terlihat bahwa terwujud sesuai dengan hasil yang diharapkan.

Berdasarkan hasil penelitian dari keempat fokus diatas, apabila digambarkan dengan matriks SOAR dan dikembangkan menjadi empat bagian, yaitu S-A, O-A, S-R, O-R agar tercipta alternatif strategi sebagai inovasi baru. Berikut hasil analisis SOAR melalui matriks SOAR sebagai berikut:

a. Strategi SA (Strengths-Aspirations)

Strategi SA adalah strategi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan dalam pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall untuk mencapai aspirasi atau kondisi yang diharapkan. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya telah memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki dengan baik sehingga mencapai aspirasi yang diharapkan semua pihak. Berdasarkan Strategi SA (Strengths-Aspirations) yang dianalisis melalui matriks SOAR dapat tercipta alternatif strategi yang dapat dilakukan melalui peningkatan pengelolaan SWK Convention Hall melalui kegiatan monitoring dan evaluasi, bekerja sama dengan pihak eksternal dalam menyelenggarakan acara yang menarik pengunjung dan meningkatkan sosialisasi untuk pedagang terkait pengembangan usaha. Namun perlu ditingkatkan strategi promosi yakni dengan membuat konten dan katalog foto produk yang menarik khalayak ramai.

b. Strategi OA (Opportunities-Aspirations)

Strategi OA (Opportunities-Aspirations) adalah strategi dengan memanfaatkan seluruh peluang yang dimiliki Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya untuk mewujudkan aspirasi atau kondisi di masa depan terkait pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall. Strategi yang dilakukan telah memanfaatkan seluruh peluang yang ada dengan baik sehingga mencapai aspirasi yang diharapkan.

Berdasarkan Strategi OA (Opportunities-Aspirations) yang dianalisis melalui matriks SOAR dapat tercipta alternatif strategi yang dapat dilakukan melalui kegiatan riset pasar terkait makanan yang digemari pelanggan, memaksimalkan penggunaan sosial media sebagai promosi dan membangun branding, memaksimalkan pemasaran melalui food merchant dan aktif mengikuti campaign promo atau diskon di food merchant serta menjalin komunikasi dan koordinasi dengan pihak yang bekerja sama. Selain itu juga perlu menyediakan atau menyajikan menu makanan dengan dipadupadankan sesuai perkembangan kuliner kekinian yang lebih diminati.

c. Strategi SR (Strengths-Results)

Strategi SR adalah strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dalam pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall Kota Surabaya untuk mencapai hasil dari perencanaan strategis. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya telah memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada dengan baik sehingga mencapai hasil yang terukur dari pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall. Berdasarkan Strategi SR (Strengths-Results) yang dianalisis melalui matriks SOAR dapat tercipta alternatif strategi yang dapat dilakukan melalui peningkatan pelayanan yang optimal bagi pelanggan, menjaga dan merawat bangunan beserta fasilitas yang ada untuk memaksimalkan menarik minat pengunjung. Selain itu, perlu strategi dalam peningkatan pengelolaan dan manajemen dengan pihak eksternal seperti bekerja sama dengan Universitas Ciputra Surabaya.

d. Strategi OR (Opportunities-Results)

Strategi O-R adalah strategi yang memanfaatkan peluang yang dimiliki Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya untuk mencapai hasil yang terukur dari pemberdayaan pedagang kaki lima di SWK Convention Hall. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya telah memanfaatkan peluang yang ada dengan baik sehingga mencapai hasil yang terukur dari pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall.

Berdasarkan Strategi OR (Opportunities-Results) yang dianalisis melalui matriks SOAR dapat diketahui rancangan strategi alternatif yang dapat sudah dilakukan atau yang perlu dilakukan meliputi strategi dalam meningkatkan transformasi digital dengan bekerja sama dengan Universitas Hayam Wuruk Surabaya, Melakukan endorsement terkait promosi tempat dan menu makanan yang dijual ke influencer terkenal di Surabaya, Memaksimalkan penggunaan food merchant dalam hal promosi dan pemasaran serta Mengembangkan kualitas dan cita rasa makanan serta packaging para pedagang agar bernilai jual tinggi. Selain itu, perlunya meningkatkan bimbingan tata kelola manajemen keuangan dalam peningkatan omset SWK Convention Hall Kota Surabaya bahkan meningkatkan kerja sama dalam pembuatan acara untuk menarik minat pengunjung. Strategi - strategi alternatif yang dilakukan demi menciptakan hasil yang sesuai dengan perencanaan yang telah strategis

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa pendekatan strategis melalui analisis SOAR yang diterapkan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Kota Surabaya berhasil dalam memberdayakan pedagang kaki lima (PKL) di SWK Convention Hall. Hasil ini sejalan dengan literatur yang menyatakan pentingnya relokasi berbasis penguatan potensi lokal dan inklusivitas, seperti yang diuraikan oleh Milgram (2011) dan Khawas (2022), yang menekankan

peran strategis PKL dalam ekonomi urban sekaligus menghadapi marginalisasi kebijakan.

Dibandingkan dengan studi Pitoyo et al. (2021) di Yogyakarta dan Turner et al. (2021) di Asia Tenggara, hasil penelitian ini menunjukkan praktik terbaik yang relatif lebih sistematis dan kolaboratif. Pendekatan Surabaya tidak hanya fokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pembangunan sosial seperti kerja sama dengan komunitas difabel. Hal ini memperkaya pemahaman dari Recio dan Gomez (2013) yang menyoroti pentingnya pengakuan politik terhadap ruang PKL.

Implikasi dari temuan ini sangat luas. Secara teoritis, studi ini mendemonstrasikan efektivitas analisis SOAR dalam konteks pemberdayaan sektor informal dan memperluas penerapan model ini di sektor publik. Praktisnya, pendekatan ini dapat direplikasi di kota lain dengan modifikasi sesuai konteks lokal. Kebijakan kolaboratif, penggunaan teknologi, serta pelibatan akademisi dan komunitas menunjukkan model tata kelola PKL yang inklusif dan berkelanjutan (Roever & Skinner, 2016; Saini et al., 2024).

Beberapa temuan tak terduga muncul, seperti rendahnya partisipasi sebagian pedagang dalam penggunaan teknologi digital meskipun fasilitas tersedia. Hal ini membuka peluang riset lanjutan mengenai hambatan digitalisasi di kalangan PKL dan bagaimana pendekatan pelatihan yang lebih partisipatif bisa diterapkan. Selain itu, kolaborasi kreatif dengan institusi pendidikan seperti Universitas Ciputra menandai model kemitraan strategis yang dapat ditelusuri lebih lanjut sebagai praktik unggul dalam pembangunan sosial ekonomi berbasis komunitas.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mereplikasi praktik baik dalam pemberdayaan PKL, tetapi juga menyajikan pendekatan strategis baru yang potensial untuk dikembangkan di berbagai wilayah dengan karakteristik sosial ekonomi yang serupa.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan dalam pemberdayaan Pedagang Kaki Lima (PKL) di SWK Convention Hall telah berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang maksimal. Hal ini tercermin dari peningkatan inovasi, kreativitas, dan daya saing para PKL. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan, antara lain kurangnya partisipasi aktif pedagang dalam memanfaatkan perkembangan teknologi dan keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan bersama.

Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini juga menghasilkan beberapa strategi alternatif untuk lebih meningkatkan pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall. Di antaranya adalah: meningkatkan kualitas produk makanan dan pelayanan kepada pengunjung, memaksimalkan penggunaan teknologi untuk pemasaran, serta memperbaiki tata kelola dan manajemen secara keseluruhan.

Selain itu, penting untuk mengadakan sosialisasi guna meningkatkan kesadaran pedagang tentang pentingnya pengembangan usaha, mengelola media sosial dengan lebih aktif, dan berkolaborasi dengan *influencer* terkenal di Surabaya.

Berdasarkan temuan tersebut, penulis menyarankan beberapa langkah yang perlu dipertimbangkan untuk pengembangan lebih lanjut, antara lain: menerapkan sistem *single cashier* untuk memperbaiki manajemen operasional, memperkuat strategi yang sudah ada dengan penyesuaian terhadap peluang yang ada, meningkatkan kesadaran pedagang tentang pentingnya penggunaan teknologi dalam usaha mereka, serta memperbaiki komunikasi dan koordinasi antara pedagang, pendamping, dan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Kota Surabaya. Selain itu, penting juga untuk meningkatkan partisipasi aktif pedagang dalam pengembangan SWK Convention Hall.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pemberdayaan PKL, terutama dalam konteks pengelolaan dan pengembangan sektor usaha mikro. Meskipun penelitian ini fokus pada strategi yang dilakukan oleh stakeholder terkait, studi lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi secara lebih mendalam keberhasilan pemberdayaan pedagang di SWK Convention Hall.

Referensi

- Ahmad, A., Atmaji, A., Sarjiyanto, S., & Sunaryo, S. (2021). Penguatan modal usaha pada komunitas pelaku usaha kuliner di Karanganyar melalui lembaga keuangan mikro (LKM). *Jurnal Sinergitas PKM & CSR*, 5(2), 440. <https://doi.org/10.19166/jspc.v5i2.3434>
- Allo, E., Tangkudung, A., & Gumelar, A. (2021). Menata kelola kelembagaan PKL berdasarkan hubungan antar stakeholder. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(01), 54–62. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i1.200>
- Annastya, F., Pradana, E., Widiyarta, A., & Kunci, K. (2023). Rebranding Sentra UKM MERR menjadi Surabaya Kriya Gallery: Strategi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 419–431. <https://doi.org/10.52423/neores.v4i2.92>
- Arisanty, D., Hastuti, K., Adyatma, S., & Angriani, P. (2020). Women's empowerment in the Lok Baintan Floating Market, South Kalimantan Province. *Jurnal Socius*, 9(2), 94. <https://doi.org/10.20527/jurnalsocius.v9i2.9087>
- Avedish, D., Nursasi, A., Luqman, M., Nada, Q., & Maghfiroh, S. (2024). Peran pasar rakyat sebagai implementasi demokrasi ekonomi. *JRME*, 2(1), 245–254. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3453>
- Batrem, H. I., & Timur-Riau, D. (2020). Analisis SOAR pada strategi pemasaran di industri jasa keuangan. *Jurnal Teknik Industri*, 6(1).
- Dayat, M., Sirodjudin, M., & Murwani, F. (2023). Manajemen terpadu tatakelola pedagang kaki lima (PKL) dalam upaya penataan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat kawasan pesantren Ngalah. *Jurnal Leverage Engagement*

- Empowerment of Community (Leecom)*, 4(2), 121–128.
<https://doi.org/10.37715/leecom.v4i2.3505>
- Failina, Z. G., & Widiyarta, A. (2023). Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Sentra Wisata Kuliner Karah Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 12(3), 328–337. <https://doi.org/10.33366/jisip.v12i3.2689>
- Fitriana, R., Auliya, A., & Widiyarta, A. (2020). Analisis kebijakan penataan pedagang kaki lima dalam perspektif kebijakan deliberatif. *Jurnal Governansi*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.30997/jgs.v6i2.2863>
- Fortuna, I., & Arif, L. (2023). Penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat pedagang kaki lima di kawasan Gembong Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Jisip)*, 12(3), 338–346. <https://doi.org/10.33366/jisip.v12i3.2679>
- Fuadi, A. (2020). Analisis strategi SOAR Balai Diklat Aparatur Kementerian Kelautan dan Perikanan menuju Corporate University. *Journal of Civics and Education Studies*, 7(1), 35–46.
- Jacqueline, M. S., & Hammond, S. A. (2009). *The thin of SOAR: Building strengths-based strategy* (1st ed.). Thin Book Publishing.
- Khatiwada, S., Deng, W., Paudel, B., Khatiwada, J., Zhang, J., & Su, Y. (2017). Household livelihood strategies and implication for poverty reduction in rural areas of central Nepal. *Sustainability*, 9(4), 612. <https://doi.org/10.3390/su9040612>
- Khawas, N. (2022). Striving for urban space: A case of street vendors of Pokhara, Nepal. *Dhaulagiri Journal of Sociology and Anthropology*, 16(1), 80–88. <https://doi.org/10.3126/dsaj.v16i01.50933>
- Meher, S., Ranjan, A., Shukla, P., & Atram, Y. (2021). Effect of COVID-19 lockdown on the livelihood of street vendors in Maharashtra, India. *International Journal of Community Medicine and Public Health*, 8(11), 5297. <https://doi.org/10.18203/2394-6040.ijcmph20214263>
- Milgram, B. (2011). Reconfiguring space, mobilizing livelihood: Street vending, legality, and work in the Philippines. *Journal of Developing Societies*, 27(3–4), 261–293. <https://doi.org/10.1177/0169796x1102700403>
- Nabila, A. S., & Nawangsari, E. R. (2022). Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam pemberdayaan pedagang kaki lima Sentra Wisata Kuliner Wiyung Kota Surabaya. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1), 135–144. <https://doi.org/10.33506/jn.v8i1.1798>
- Nandru, P., Madhavaiah, C., & Velayutham, A. (2021). Examining the influence of financial inclusion on financial well-being of marginalized street vendors. *International Journal of Social Economics*, 48(8), 1139–1158. <https://doi.org/10.1108/ijse-10-2020-0711>
- Ningrum, M., & Sujarwo, S. (2017). Pemberdayaan pedagang pasar tradisional dalam pondok komunitas belajar di Sanggar Kegiatan Belajar Kabupaten Wonogiri. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(2), 199–214.

- <https://doi.org/10.21831/jppm.v4i2.13554>
- Octaviani, S., & Puspitasari, A. (2022). Studi literatur: Penataan dan pemberdayaan sektor informal: Pedagang kaki lima. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 130. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19991>
- Okvian, R. N., & Nawangsari, E. R. (2019). Strategi pemberdayaan pedagang kaki lima (PKL) di Sentra PKL Taman Prestasi Kota Surabaya. *Public Administration Journal*, 1(1).
- Pristika, B., & Kurniawan, B. (2021). Evaluasi kebijakan penataan pedagang kaki lima di Jawa Timur. *Publika*, 9(2), 241–254. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n2.p241-254>
- Recio, R., & Gomez, J. (2013). Street vendors, their contested spaces, and the policy environment. *Environment and Urbanization Asia*, 4(1), 173–190. <https://doi.org/10.1177/0975425313477760>
- Risma, W. D. (2021). Strategi pemberdayaan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan di Desa Handapherang Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. *E-Journal Inskripsi*, 1(1), 597–606.
- Roever, S., & Skinner, C. (2016). Street vendors and cities. *Environment and Urbanization*, 28(2), 359–374. <https://doi.org/10.1177/0956247816653898>
- Saini, A., Agarwal, M., Kumar, P., Chauhan, R., & Singh, L. (2024). Unveiling awareness and perception patterns: A comprehensive analysis of PM SVA Nidhi for street vendors in Meerut. *Journal of Social Economics Research*, 11(1), 60–72. <https://doi.org/10.18488/35.v11i1.3610>
- Sepadi, M. M. and Nkosi, V. (2022). Environmental and occupational health exposures and outcomes of informal street food vendors in south africa: a quasi-systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1348. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031348>
- Stavros, J. M., & Cole, M. L. (2014). SOARing towards positive transformation and change. *Abac Odi Journal Vision. Action. Outcome*, 1(2).
- Sugiarti, W. S., Pujanggoro, A., & Trayan, M. (2023). Analisis SOAR (Strength, Opportunity, Aspiration & Result) sebagai upaya peningkatan penjualan melalui digital marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(Mei), 2809–2406.
- Turner, S., Langill, J., & Nguyen, B. (2021). The Utterly Unforeseen Livelihood Shock: COVID - 19 And Street Vendor Coping Mechanisms in Hanoi, Chiang Mai and Luang Prabang. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 42(3), 484–504. <https://doi.org/10.1111/sjtg.12396>
- Yunus, S., Suadi, Fadli, M. S., & Jamali, Y. (2017). *Model pemberdayaan masyarakat terpadu* (Y. Jamali, Ed.). Bandar Publishing : Banda Aceh.