

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

Cindy Kartika Sari <sup>1,\*</sup>; Susi Hardjati <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia ; [kartikacindy610@gmail.com](mailto:kartikacindy610@gmail.com); [susi\\_hardjati.adneg@upnjatim.ac.id](mailto:susi_hardjati.adneg@upnjatim.ac.id)

\*Correspondence : [kartikacindy610@gmail.com](mailto: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 menimbulkan keresahan di masyarakat. Keberadaan pedagang kaki lima dapat bermanfaat bagi masyarakat salah satunya yaitu membuka kesempatan kerja bagi golongan menengah kebawah. Namun di sisi lain, keberadaan pedagang kaki lima dipinggir jalan dapat mengganggu ketertiban pengguna jalan sebab sering terjadi kemacetan dan menghambat aktivitas pejalan kaki di atas trotoar.

Sebagai kota besar, Kota Surabaya juga memiliki banyak pedagang kaki lima berjualan disembarang tempat seperti di pinggir jalan dan menggunakan fasilitas publik. Hal tersebut meresahkan bagi masyarakat. Sehingga dikeluarkannya Peraturan Daerah Kota Surabaya No 17 Tahun 2003 tentang Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima. Peraturan tersebut memuat tujuan dari penataan dan pemberdayaan bagi pedagang kaki lima (PKL). Tujuan tersebut yaitu untuk melindungi keberadaan PKL karena terdaftar resmi dan dan mendapatkan pembinaan.

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan khususnya Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro berwenang dan bertanggung jawab dalam keberhasilan penataan dan pemberdayaan di Sentra Wisata Kuliner. Hal ini sesuai dengan tupoksi dari Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro dalam pembinaan, pengawasan, pengelolaan, pengendalian serta pengembangan usaha mikro di Kota Surabaya, Sehingga untuk mewujudkan keberhasilan program tersebut, diperlukan menyusun strategi yang tepat hingga berjalan sesuai perencanaan Menurut (Hardiansyah *et al.*, 2019) "Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut".

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 17 Tahun 2003, Penataan PKL dilakukan melalui beberapa strategi yaitu prosedur pendirian bangunan, penataan yang dirancang, program yang dilaksanakan serta aturan dalam relokasi pedagang kaki lima. Untuk memfasilitasi pedagang kaki lima yang menjadi binaan Pemerintah Kota Surabaya dibangunnya sebuah wadah yaitu Sentra Wisata Kuliner (SWK) agar penataanya lebih tersentral. Hingga tahun 2024 ini, telah tercatat 49 Sentra Wisata Kuliner yang dibangun telah menampung sekitar 1.116 pedagang binaan.

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan menerapkan strategi pemberdayaan di 49 Sentra Wisata Kuliner yang ada di Kota Surabaya diantaranya dengan pemberian sarana prasarana, pendampingan, pembinaan hingga bantuan perkuatan agar para pedagang mandiri dan memiliki daya saing. Hal tersebut telah diterapkan melalui kegiatan diantaranya yaitu pelatihan-pelatihan seperti bimbingan teknis, memasak dengan chef hotel, tata kelola manajemen, penyediaan fasilitas serta pengawas.

Berdasarkan Undang - Undang Republik Indonesia tentang administrasi kependudukan No. 30 Tahun 2014 yaitu Pengaturan, Pelayanan, Pembangunan, Pemberdayaan dan Perlindungan. Pemerintah daerah memiliki peran aktif terhadap fungsi pemberdayaan dengan menciptakan suatu program. Menurut (Yunus *et al.*, 2017) menyatakan bahwa “sebagai sebuah tujuan, pemberdayaan untuk mewujudkan perubahan sosial yaitu membuat masyarakat atau kelompok serta individu menjadi cukup kuat dalam berpartisipasi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi dan sosial”. Adapun pengertian strategi pemberdayaan menurut Mardikanto dan Subiato dalam (Risma, 2021) dapat disimpulkan bahwa strategi dari pemberdayaan merupakan suatu langkah dalam meningkatkan kemampuan dan kemandirian dalam masyarakat.

Sentra Wisata Kuliner Convention Hall diresmikan dan mulai beroperasi pada 4 Januari 2017. Bangunan SWK Convention Hall telah memenuhi syarat tempat pendirian Sentra Wisata Kuliner sebab bangunannya yang besar dengan luas lahan sebesar 890 m<sup>2</sup> dan berada di lokasi yang strategis sehingga pembangunannya dapat menampung pedagang kaki lima yang dulunya berdagang disekitar daerah Klampis dan Gebang. Namun hingga saat ini, jumlah pedagang aktif hanya sekitar 38 pedagang. SWK Convention Hall dianggap menjadi salah satu SWK yang telah tercipta pemberdayaan sebab adanya inovasi – inovasi menarik yang dilakukan dan adanya pencapaian terbaik yang didapatkan SWK Convention Hall.

SWK Convention Hall telah mendapatkan pencapaian yang tidak semua SWK di Kota Surabaya mendapatkannya diantaranya yaitu menjadi juara 2 dalam kategori sentra pangan jajanan/kantin yang memenuhi syarat higienis sanitasi makanan tingkat nasional pada tahun 2022, memenangkan 3 kategori yaitu kategori SWK terbersih, kreatifitas menarik pengunjung hingga juara umum pada lomba STA (Surabaya Tourism Awards) 2023. Selain itu, SWK Convention Hall menjadi kiblat 48 SWK lain di Surabaya melalui kolaborasinya dengan Komunitas Istana Karya Difabel (IKD).

Berbagai macam studi yang membahas mengenai strategi suatu stakeholder dalam pemberdayaan khususnya PKL diantaranya seperti penelitian yang berjudul Strategi Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan dalam Rebranding Sentra UKM menjadi Surabaya (Annastya *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa strategi yang dianalisis menggunakan model analisis SOAR tercapai dengan baik dan mampu menciptakan alternatif strategi yang dapat membuat pelaku UMKM maupun pengunjung menikmati hasil yang baik. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Okvian R.N & Nawangsari E.R, 2019) dimana pemberdayaan telah membawa pengaruh terhadap suatu kelompok masyarakat yang belum berdaya. Adapun penelitian yang dilakukan (Failina & Widiyarta, 2023) menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya menciptakan iklim yang mampu membuat potensi pedagang tumbuh dan berkembang melalui pelatihan, pengawasan rutin.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut belum ada yang meneliti tentang strategi apa yang diterapkan dalam pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall. Sehingga peneliti ingin mengetahui strategi yang dilakukan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dalam pemberdayaan pedagang kaki lima di SWK Convention Hall Kota Surabaya melalui teori analisis SOAR Menurut J. Stavros & Hinrichs dalam (Fuadi, 2020) yang berfokus pada 4 unsur diantaranya yaitu Strengths (Kekuatan), Opportunities (Peluang), Aspirations (Aspirasi), Results (Hasil). Dalam analisis SOAR, kelemahan dan ancaman tidak diabaikan, namun diubah menjadi sebuah peluang dan kekuatan Stavros & Hinrichs dalam (Fuadi, 2020).

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara akademis yakni untuk memperdalam pengetahuan tentang strategi yang diterapkan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan dalam Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di SWK Convention Hall Kota Surabaya. Sedangkan secara praktis diharapkan dapat berkontribusi sebagai bahan masukan dan bahan perbandingan serta acuan untuk penelitian sejenis selanjutnya.

## Metode

Jenis Penelitian ini ialah deskriptif kualitatif untuk mendapatkan gambaran komprehensif yang mendalam mengenai strategi pemberdayaan pedagang kaki lima pada SWK Convention Hall. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan dalam Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di SWK Convention Hall Kota Surabaya. Fokus penelitian ini menggunakan teori analisis strategi SOAR menurut Stavros & Hinrichs dalam (Fuadi, 2020) 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.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi, serta dokumentasi. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan beberapa informan yang ditentukan berdasarkan purposive sampling dan snowball sampling diantaranya yaitu Kepala dan Staff Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, Pendamping SWK Convention Hall, Pengurus dan beberapa Pedagang serta Pengunjung SWK Convention Hall. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh melalui dokumen berupa laporan, arsip maupun foto yang dimiliki informan serta ditunjang dengan dokumen berupa buku, berita dan jurnal. Teknik analisis data yaitu model analisis SOAR menurut Stavros dan Hinrichs (Fuadi, 2020) dengan menggunakan matriks SOAR.

## 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 di antara SWK lainnya yang ada di Surabaya sehingga dapat menyediakan stand yang banyak untuk tempat relokasi para PKL di sekitar SWK Convention Hall. Pembangunan SWK memiliki tujuan penting dalam mensentralisasi PKL liar agar terdaftar dan mendapatkan fasilitas serta tidak terancam keberadaannya.

**Gambar 1.** Bangunan 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 dan manajemen keuangan 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.

**Gambar 2.** Design Penataan Stand SWK Convention Hall



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

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.

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan masih terus konsisten dalam mengupayakan pengembangan potensi dan pemasaran produk di SWK Convention Hall agar usaha para pedagang memiliki daya saing dan mempertahankan usahanya. Kegiatan pengembangan potensi dan pemasaran yang tengah dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan yaitu dengan menambah fasilitas modern, menerima pembayaran non tunai yaitu melalui qris dan memasarkan produk melalui online seperti food merchant serta melakukan promosi di berbagai social media untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Gambar 3. Penggunaan food merchant dan Qris



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

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.

Gambar 4. Pembuatan NIB para pedagang



Sumber: Dokumentasi Pengurus SWK Convention Hall, 2024

Kemudian, pada sasaran kajian pengembangan usaha, kegiatan pengembangan usaha pedagang dilakukan melalui pembuatan 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 5. 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 diwakilkan 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.

Gambar 6. Penghargaan SWK Convention Hall



Sumber: Instagram dinkopdag\_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 di atas, 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:

Pelayanan kesehatan merupakan salah satu pelayanan publik yang banyak disoroti oleh masyarakat karena dinilai kurang memuaskan dalam pemberian pelayanannya

#### **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

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas dapat diketahui semua aspek yakni kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil sudah sesuai dengan analisis SOAR menurut Stavros & Hinrich 2009 (Fuadi, 2020). Keberlangsungan suatu usaha sangat ditentukan dengan potensi atau kekuatan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada serta didukung dengan aspirasi atau kontribusi aktif dari berbagai pihak yang terlibat untuk mencapai hasil yang terukur dan sesuai dengan perencanaan. Hal tersebut sejalan dengan yang diterapkan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan yang gigih dalam menyusun strategi untuk meningkatkan kinerja dan pelayanannya khususnya dalam pemberdayaan PKL di SWK Convention Hall agar terwujudnya hasil yang sesuai dengan harapan dan visi misi yang ada dalam perencanaan strategis.

## 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

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif* (Rappana Patta; Cetakan 1). Syakir Media Press.
- 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>
- 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>
- 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.
- Hardiansyah, H., Syah, L. Y., & Mellita, D. (2019). *Manajemen strategis sektor publik*. Gava Media.
- Batrem, H. I., & Timur -Riau, D. (2020). Analisis SOAR pada strategi pemasaran di industri jasa keuangan. *Jurnal Teknik Industri*, 6(1).
- Irrobbi, W. R., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, J., Keuangan, D. A. N., Ekonomi, F., & Islam, B. (2023). Analisis SOAR dalam strategi pengembangan.
- Jacqueline, M. S., & Hammond, S. A. (2009). *The thin of SOAR: Building strengths-based strategy* (1st ed.). Thin Book Publishing.
- Muhiddin Salman. (2023, June). Daftar pemenang Surabaya Tourism Awards 2023 kategori Sentra Wisata Kuliner.
- 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>
- 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).
- Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 17 Tahun 2003, Pub. L. No. 14, 1 (2003).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. (2021).
- Peraturan Walikota Surabaya Nomor 67 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Perdagangan Kota Surabaya. (2016).
- Risma, W. D. (2021). Strategi pemberdayaan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan di Desa Handapherang Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. *E-Journal Inskripsi*, 1(1), 597–606.
- Stavros, J. M., & Cole, M. L. (2014). SOARing towards positive transformation and change. *Abac Odi Journal Vision. Action. Outcome*, 1(2).
- Sugiarti, W. S., Pujangkoro, 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.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan. (2014).
- Yunus, S., Suadi, Fadli, M. S., & Jamali, Y. (2017). *Model pemberdayaan masyarakat terpadu* (Y. Jamali, Ed.). Bandar Publishing.