

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya adalah ibukota provinsi Jawa Timur, Indonesia sekaligus kota metropolitan terbesar di provinsi tersebut. Surabaya merupakan kota terbesar ke-2 di Indonesia setelah Jakarta dan memiliki luasan sekitar $\pm 326,81 \text{ km}^2$ dan memiliki 2.970.843 jiwa penduduk pada Tahun 2021. Dengan banyaknya orang yang tinggal di Surabaya, maka kebutuhan kota Surabaya dari segi primer maupun sekunder pun juga harus mencukupi. Makanan adalah suatu kebutuhan primer seseorang untuk mempertahankan hidupnya, dengan begitu orang tidak akan pernah bisa lepas selamanya dari yang namanya makan dan minum.

Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang menyediakan kuliner khas dari daerahnya. Selain dengan banyaknya wisata lokal dan tempat bersejarah di Surabaya, kota Surabaya juga dikenal sebagai kota pahlawan. Maka dari itu banyak wisatawan yang datang dengan tujuan beragam seperti bisnis/pekerjaan, menempuh jenjang pendidikan ataupun berwisata di berbagai situs bersejarah sembari menikmati kuliner lokal kota Surabaya. Banyak masyarakat yang menyukai makanan di Surabaya dikarenakan harga yang terjangkau dan ciri khas tersendiri di setiap hidangan nya antara lain seperti gado – gado, semanggi, tahu campur, rawon, lontong balap, dan lain-lain. (Prajudi dan Poerbantanoe, 2023).

Karena semakin banyak warga Surabaya yang memproduksi kuliner lokal, alhasil banyak pula orang yang berbisnis kuliner sebagai Pedagang Kaki Lima (PKL). PKL umumnya berjualan di area trotoar, taman, pinggir jalan dan lokasi lain yang mudah dijangkau oleh konsumen, ramainya PKL di Surabaya sempat menjadi

topik perbincangan yang hangat dan akhirnya membuat Pemerintah Kota Surabaya memberdayakan PKL agar tidak mengganggu ketertiban jalan dan tata letak kota.

Menurut Undang – Undang (UU) Republik Indonesia tentang administrasi kependudukan No. 30 Tahun 2014 yaitu Pengaturan, Pelayanan, Pembangunan, Pemberdayaan, dan Perlindungan. Fungsi dari pemberdayaan sebagai salah satu fungsi pemerintahan yang menjadi suatu perintah baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. dengan cara melaksanakan salah satu fungsi pemerintah, yaitu pemberdayaan. Proses dari pemberdayaan tersebut tercantum pada Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pembinaan dan Pengawasan terhadap penyediaan ruang bagi PKL pasal 10, yang menyatakan bahwa bentuk pemberdayaan berupa a.) monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan PKL yang ditempatkan; b.) serta pembinaan kemampuan manajerial, produksi, dan pemasaran yang berguna bagi pengembangan PKL yang ditempatkan pada satuan ruang bagi PKL. Hamid (2018) mengatakan bahwa, pemberdayaan sebagai proses atau serangkaian kegiatan untuk memperkuat dan mengoptimalkan keberdayaan (dalam arti kemampuan dan keunggulan yang bersaing) kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk didalamnya kepada individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) dapat dilakukan melalui penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang.

Sejalan dengan penjelasan tersebut, Kehadiran PKL dikota besar merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan kota. Banyaknya PKL mengakibatkan pada munculnya berbagai persoalan, seperti tata kelola kota yang buruk, tata ruang PKL yang buruk contohnya keberadaan PKL yang semrawut dan

tidak teratur sehingga mengganggu ketertiban, keindahan serta kebersihan lingkungan. Lokasi berdagang yang sembarangan bahkan cenderung memakan bibir jalan sehingga sangat mengganggu lalu lintas baik untuk pejalan kaki maupun pengendara motor atau mobil. Parkir kendaraan para pembeli yang tidak teratur sangat mengganggu ketertiban jalan. Di samping itu terdapat masalah limbah atau sampah, karena selama ini para PKL belum sadar akan pentingnya kebersihan sehingga keindahan di lingkungan sulit diwujudkan. Tak hanya itu PKL di Surabaya jumlahnya semakin meningkat, dari bertambahnya PKL di kota Surabaya dianggap sebagai penghalang dalam menciptakan tata ruang kota Surabaya yang aman, nyaman, bersih, dan tertib.

Pemerintah Kota Surabaya dapat memberikan pemberdayaan kepada PKL melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya dalam program Sentra Wisata Kuliner (SWK). Pemerintah Kota Surabaya telah membuat suatu peraturan yang prinsipnya memberdayakan sektor informal khususnya PKL untuk melakukan aktivitas berdagang dalam suatu lokasi tertentu dengan tetap menjaga ketertiban, kebersihan terhadap tempat SWK. Pemerintah membuat peraturan yang di tulis dalam Peraturan Daerah Kota Surabaya No.17 Tahun (2003) merupakan pemerintah kota yang berisi tentang pemberdayaan dan penataan pedagang kaki lima dalam mengembangkan potensi wisata kuliner melalui penyediaan wadah yang disebut sentra wisata kuliner. Maka dari itu PKL yang berada di kota Surabaya perlu direlokasikan dan diberdayakan oleh pemerintah kota Surabaya (Suharyanto, 2016).

Tabel 1. 1 Data SWK di Surabaya

No	Nama Sentra	No	Nama Sentra
1	SWK Babat Jerawat	26	SWK Lidah Kulon
2	SWK Balas Klumprik	27	SWK Lidah Wetan
3	SWK Bentul	28	SWK Manukan Lor
4	SWK Bratang Binangun	29	SWK Mulyorejo
5	SWK Convention Hall	30	SWK Pegirian
6	SWK Deles Merr	31	SWK Penjaringan Sari
7	SWK Dharmahusada	32	SWK Pondok Maritim
8	SWK Dharmawangsa	33	SWK Putro Agung
9	SWK Dukuh Menanggal	34	SWK RMI
10	SWK Embong Sawo	35	SWK Rungkut Kidul
11	SWK Gayungan	36	SWK Sememi
12	SWK Gunung Anyar	37	SWK Semolowaru
13	SWK Indrapura	38	SWK Siola
14	SWK Jajar Tunggal	39	SWK Siwalankerto
15	SWK Jambangan	40	SWK Studio
16	SWK Kandangan	41	SWK Sukomanunggal
17	SWK Kapas Krampung	42	SWK Taman Bungkul
18	SWK Karah	43	SWK Taman Prestasi
19	SWK Kasuari	44	SWK Tanah Merah
20	SWK Kelapa Tambaksari	45	SWK Tandes
21	SWK Kembang Kuning	46	SWK Terminal Manukan
22	SWK Kendung	47	SWK Urip Sumoharjo
23	SWK Ketabang	48	SWK Wiyung
24	SWK Klampis Ngasem	49	SWK Wonorejo
25	SWK Krembangan		

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan

Dari data diatas, kota Surabaya tercatat memiliki 49 SWK yang tersebar di berbagai wilayah. SWK dibangun di lokasi-lokasi yang strategis, baik itu di sekitar pemukiman, perkantoran, maupun lokasi wisata (Alfiyana dan Imron, 2019) salah satunya adalah SWK Bratang Binangun yang merupakan SWK binaan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Surabaya. SWK yang di bangun pada Tahun 2015 ini berlokasi di Jl. Bratang Binangun, dibangun di tanah seluas 2000 m². Berdasarkan observasi awal peneliti diketahui terdapat 33 stan di SWK Bratang Binangun yang masih buka. Menu makanan yang dijual juga beragam mulai dari makanan berat seperti soto, nasi goreng, ayam geprek, penyetan, bakso, pecel, nasi campur, hingga makanan ringan, seperti jamur krispi,

dll. Berdasarkan penelitian pendahuluan melalui survei singkat di SWK Bratang, menggunakan sampel dari salah satu pemilik usaha, diperoleh informasi terkait profil SWK Bratang dan prospeknya dari sudut pandang pemilik usaha tersebut. SWK Bratang merupakan destinasi wisata kuliner yang dikelola oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Surabaya, yang memberdayakan pelaku UMKM terutama dalam bidang kuliner, mayoritas berasal dari wilayah sekitar Bratang Surabaya.

Prospek positif SWK Bratang dapat diidentifikasi dari penekanan yang diberikan pada lokasinya yang inklusif, bersih, dan asri, yang secara bersama-sama menciptakan kenyamanan bagi para konsumen. Keberagaman pilihan kuliner yang ditawarkan juga turut berkontribusi pada peningkatan jumlah pengunjung, dengan didukung oleh upaya promosi yang masif melalui kolaborasi dengan influencer terkemuka di Surabaya. Dengan profil dan prospek yang demikian, SWK Bratang terbentuk sebagai sebuah destinasi kuliner yang menarik dan memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang dalam waktu yang akan datang.

Hasil survei terhadap konsumen di SWK Bratang, menunjukkan bahwa harapan mereka melibatkan tersedianya aksesibilitas internet yang memadai. Faktor ini dianggap sebagai pertimbangan penting dalam meningkatkan pengalaman pengunjung, mengingat peran yang semakin krusial dari internet dalam berbagai aspek aktivitas keseharian.

Ditempatkan di lokasi yang strategis, yang berdekatan dengan taman flora dan terletak di sekitar wilayah yang padat memperlihatkan potensi SWK Bratang Binangun yang besar untuk secara konsisten memenuhi ekspektasi konsumen dan mengoptimalkan perkembangannya ke depan.



Gambar 1. 1 Kondisi SWK Bratang Malam Hari

Dalam konteks pengamatan peneliti di SWK Bratang Binangun, tempat tersebut terbukti sebagai salah satu sentra kuliner yang paling ramai di wilayah Surabaya Timur. SWK Bratang membedakan dirinya dengan menyediakan fasilitas yang memadai dan selalu dijaga kebersihannya yang meliputi akses internet yang stabil, toilet, musholla untuk kebutuhan spiritual, panggung hiburan untuk hiburan pengunjung, tanaman hijau yang memberikan suasana asri.

Penting untuk diperhatikan bahwa fasilitas – fasilitas tersebut tidak hanya memenuhi standar kebutuhan dasar, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman pengunjung dalam konteks kuliner. Keberadaan akses internet yang stabil serta adanya fasilitas seperti musholla dan toilet yang bersih dapat menciptakan lingkungan yang lebih nyaman dan ramah bagi berbagai lapisan masyarakat. SWK Bratang Binangun dapat disimpulkan tidak hanya mencitrakan dirinya sebagai destinasi kuliner melainkan juga sebagai lokasi yang menekankan pentingnya kenyamanan serta keberagaman fasilitas pengunjung demi memenuhi kebutuhan pengunjung secara menyeluruh. Berdasarkan latar belakang diatas,

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai profil, prospek, dan harapan konsumen kuliner di SWK Bratang Binangun.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana profil, prospek, dan harapan konsumen di SWK Bratang Binangun ?
2. Bagaimana model pengembangan bisnis kuliner berdasarkan analisis *Boston Consulting Group* (BCG) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yakni :

1. Menganalisis profil, prospek, dan harapan konsumen di SWK Bratang
2. Merumuskan model pengembangan bisnis kuliner menggunakan analisis *Boston Consulting Group* (BCG)

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan informasi sebagai referensi pengetahuan mengenai profil bisnis makanan yang berhubungan dengan agribisnis. Selain itu, peneliti juga dapat membandingkan ilmu secara teoritis yang diperoleh dalam perkuliahan dengan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi pada penelitian berikutnya

3. Bagi Wirausaha di Bidang Kuliner

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi usahawan agar dapat mempertahankan jiwa wirausaha menjalankan usaha di bidang kuliner.

4. Bagi Pemerintah Kota Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai profit, prospek, dan perkembangan pedagang kuliner di SWK Surabaya sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan