

Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya

Yuli Ermawati¹, Moh.Sodikin², Endah Supeni³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Putra
e-mail: ¹yuliermawati@uwp.ac.id, ²sodikin@uwp.ac.id, ³endahsupeni@uwp.ac.id

ABSTRACT

Culinary is one of the important elements that provide a complete tourist experience of the host culture in a destination. Culinary is able to tell the culture that is owned by the community in a tourist area so that it enriches the travel experience that tourists get. The aim of establishing a Culinary Tourism Center (SWK) is to improve the economy of the residents as well as city tourism by paying attention to the management of human resources, production and finance. This study aims to see the effectiveness of MSME empowerment based on Culinary Tourism Centers in Surabaya. The research method used is descriptive qualitative research with data collection through interviews, observation and documentation as well as survey methods. Interviews were conducted at the Surabaya Office of Cooperatives, Small and Medium Enterprises and Trade (Dinkopdag), several SWK SMEs, and culinary tourism practitioners/visitors in Surabaya. The results of this study are that there are currently 49 Culinary Tourism Centers (SWK) in Surabaya with a total of 1,116 MSMEs and are managed by the Surabaya Office of Cooperatives, Small and Medium Enterprises and Trade (Dinkopdag). 4 of them have implemented a single cashier payment system and digital payments. The policy for empowering MSMEs in SWK provided by the Government cannot be said to be effective because it is constrained by the pandemic. Some UMKM in SWK need motivation and some means that can attract visitors to come to SWK. For future MSME empowerment strategies, several collaborations are needed with parties that can provide added value from SWK as an effort to attract visitors.

Keywords: *UMKM Empowerment Strategy, Culinary Tourism Center*

ABSTRAK

Kuliner merupakan salah satu elemen penting yang memberi pengalaman wisatawan secara utuh terhadap budaya tuan rumah pada sebuah destinasi. Kuliner mampu menceritakan budaya yang dimiliki oleh masyarakat pada suatu daerah wisata sehingga memperkaya pengalaman perjalanan yang didapatkan oleh wisatawan. Tujuan dari didirikannya Sentra Wisata Kuliner (SWK) yaitu untuk meningkatkan perekonomian warga sekaligus pariwisata kota dengan memperhatikan pengelolaan sumber daya manusia, produksi, serta keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat efektivitas pemberdayaan UMKM berbasis Sentra Wisata Kuliner di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi serta metode survey. Wawancara dilakukan pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag) Surabaya, beberapa UMKM SWK, dan Pelaku Wisata Kuliner/ Pengunjung di Surabaya. Hasil dari penelitian ini adalah Sentra Wisata Kuliner (SWK) di Surabaya saat ini ada 49 dengan jumlah 1.116 UMKM dan dikelola oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag) Surabaya. 4 diantaranya sudah menerapkan sistem pembayaran single cashier dan pembayaran digital. Untuk kebijakan pemberdayaan UMKM di SWK yang diberikan oleh Pemerintah belum dapat dikatakan efektif karena terkendala oleh pandemi. Beberapa UMKM di SWK memerlukan motivasi dan beberapa sarana yang dapat menarik pengunjung

untuk datang ke SWK. Untuk strategi pemberdayaan UMKM kedepannya diperlukan beberapa kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat memberikan nilai tambah dari SWK sebagai upaya menarik minat pengunjung.

Kata Kunci: Strategi Pemberdayaan UMKM, Sentra Wisata Kuliner

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris di mana masyarakatnya lebih banyak melakukan kegiatan ekonomi melalui sektor pertanian, perikanan, perkebunan, peternakan, dan perdagangan. Surabaya menduduki posisi pertama di Jawa Timur sebagai kota dengan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku tertinggi dengan PDRB ADHB sebesar 580.756010,68 pada tahun 2019 (dilansir dari sumber: BPS Kota Surabaya), sehingga mendeskripsikan nilai tambah barang dan jasa, dihitung memakai harga yang berlaku pada setiap tahun.

Kuliner merupakan salah satu elemen penting yang memberi pengalaman wisatawan secara utuh terhadap budaya tuan rumah pada sebuah destinasi. Kuliner mampu menceritakan budaya yang dimiliki oleh masyarakat pada suatu daerah wisata sehingga memperkaya pengalaman perjalanan yang didapatkan oleh wisatawan. Untuk melihat kelayakan kuliner dalam menopang kepariwisataan, terdapat enam indikator kelayakan, yakni produk dan daya tarik utama, pengemasan produk dan event, kelayakan, kelayakan lingkungan, kelayakan bisnis, dan peran pemerintah dalam pengembangan destinasi wisata kuliner. Dengan keunikan kuliner dan fasilitas serta pelayanan yang dikenal oleh wisatawan, akan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

Berbagai upaya pemerintah dilakukan untuk memberikan nilai lebih pada usaha kuliner di Surabaya termasuk dalam hal UMKM. Salah satu upaya untuk memudahkan pemerintah dalam menata dan melakukan pemberdayaan terhadap mereka adalah dengan melokalisir PKL atau UMKM tersebut kedalam Sentra Wisata Kuliner (SWK). *“The purpose of the establishment of culinary centers in the city of Surabaya is to stimulate the economy of the citizens and support tourism activities in the city of Surabaya. The center of culinary tourism is under the Office of Cooperatives and Small and Medium Enterprises (Dinkop and UMKM) of Surabaya City”* (Panjaitan et al., 2020). Tujuan dari didirikannya Sentra Wisata Kuliner (SWK) menurut kutipan di atas yaitu untuk meningkatkan perekonomian warga sekaligus pariwisata kota dengan memperhatikan pengelolaan sumber daya manusia, produksi, serta keuangan.

Masalah utama yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner adalah nilai tambah produknya yang relative kecil. Hal ini disebabkan oleh modal yang kecil sehingga kesempatan berekspansi menjadi terbatas, sumber daya manusia yang relatif rendah sehingga tingkat kreatifitas dan inovasi produksi juga rendah, pemasaran yang dimiliki terbatas, sistem manajemen organisasi belum berjalan dengan baik. Dengan demikian proses pengembangan kawasan wisata kuliner menjadi keharusan untuk dilakukan oleh pemerintah daerah di era otonomi daerah ini jika tidak ingin tertinggal dan tersingkir dari perkembangan ekonomi di era pasar bebas mendatang (Ariani, et al, 2022)

Segala upaya dan anggaran besar telah digelontorkan oleh Pemerintah Kota Surabaya, namun belum terserap secara sempurna. Dukungan anggaran sangat vital bagi terselenggaranya kegiatan pelayanan publik. Karena dukungan anggaran ini sudah disiapkan sejak masa penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Panjang dan Menengah Daerah (RPJPD dan RPJMD) (Wanto, 2017). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya berita yang beredar mengenai banyaknya Sentra Wisata Kuliner yang “mati suri”. Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Surabaya Widodo Suryantoro juga mengatakan bahwa kondisi pandemi Covid-19 di Kota Surabaya terus melandai. Hal itu, berdampak positif bagi para pelaku usaha. Tak terkecuali para pedagang di SWK yang tersebar di beberapa wilayah Surabaya (Jawa Pos, 2021)

“Strategy management is a way of thinking and managing an organization that is not limited to how managing some activities can be performed in the organization, but also how to develop a new attitude with regard to external changes. An understanding of the significance of strategy management is not only limited to the aspects of implementation of the plan, but even further to the aspects of the vision, mission, and organizational purpose” (Machfudi et al., 2019). Yang berarti manajemen strategi bukan hanya cara berpikir dan mengelola suatu organisasi dan mengelola aktivitas internal, tetapi juga bagaimana mengembangkan sikap baru yang berhubungan dengan perubahan eksternal. Sehingga dengan hal tersebut memperkuat bahwa manajemen strategi yang dilakukan tiap organisasi khususnya Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Surabaya mengenai pengelolaan sentra wisata kuliner tidak membatasi pada aspek implementasi rencana saja, tetapi lebih pada visi, misi, dan tujuan organisasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi efektivitas sistem pemberdayaan UMKM pada Sentra Wisata Kuliner (SWK) di Surabaya dan menemukan pola Sistem Pemberdayaan UMKM pada SWK yang tepat. Dengan adanya pola yang tepat, maka Sistem Pemberdayaan UMKM pada SWK akan tepat sasaran dan berjalan efektif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

UMKM

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan, yakni sebagai berikut.

- a. Usaha Mikro : Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro dengan asset maksimal 50 juta rupiah dan omzet maksimal 300 juta rupiah.
- b. Usaha Kecil : Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria usaha kecil ini memiliki asset lebih dari 50 juta rupiah dengan omzet lebih dari 300 juta sampai 2,5 milyar rupiah.
- c. Usaha Menengah: Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar. Kriteria usaha menengah ini memiliki asset lebih dari 500 juta rupiah sampai 10 milyar rupiah dan omzet lebih dari 2,5 milyar sampai 50 milyar rupiah

Menurut Partomo (dalam Al Firmansyah 2018), beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibelitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

Sentra Wisata Kuliner (SWK)

Kata kuliner adalah unsur serapan bahasa Inggris (*culinary*) yang berarti berhubungan dengan memasak.. Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan. Masakan tersebut berupa lauk pauk, makanan (penganan), dan minuman. Setiap daerah mempunyai cita rasa tersendiri, maka tidak heran apabila setiap daerah mempunyai tradisi kuliner yang tidak sama. Wisata kuliner secara khusus adalah kegiatan makan-makan ke suatu tempat yang dilakukan oleh satu/banyak orang dalam kategori untuk hiburan. Sentra Wisata Kuliner adalah Pusat atau Kumpulan tempat untuk berwisata kuliner, atau lebih ringkasnya tempat bergabungnya beberapa penjual kuliner.

Sentra Wisata Kuliner Jawa Timur merupakan fasilitas pengembangan bisnis ekonomi kreatif sektor kuliner Jawa Timur yang memiliki angka tertinggi dalam platform BeKraf Kreatifood. Sentra Wisata Kuliner ini secara garis besar memiliki 3 fungsi yaitu, tempat makan dan minum, area pameran interaktif untuk menampilkan produk start-up dari sektor kuliner dan sektor ekonomi kreatif lainnya dan area pembelajaran dan workshop untuk start-up kuliner di Jawa Timur. Melalui sentra wisata kuliner ini, diharapkan mampu mengembangkan ekonomi kreatif sektor kuliner di area Jawa Timur dan dapat menarik wisatawan lokal dan asing terhadap produksi kuliner Jawa Timur, serta sebagai fasilitas yang mendukung pengembangan kawasan Transit Oriented Development (TOD) Joyoboyo kedepannya (Bilinda dan Mintorogo,2020)

Strategi Pemberdayaan UMKM

Menurut Mardikanto dan Soebiato (2013) secara konseptual strategi sering diartikan dengan beragam pendekatan. Salah satu pendekatan yang ada adalah Strategi sebagai suatu kegiatan, strategi merupakan upaya-upaya yang dilakukan setiap individu, organisasi, atau perusahaan untuk memenangkan perusahaan persaingan, demi tercapainya tujuan yang diharapkan atau telah ditetapkan.

Pengembangan UKM Husband and Purnendu dalam Tambunan (2012) menjelaskan tentang krusialnya pengembangan UKM karena mempunyai peranan utama dalam pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Selain itu, dijelaskan dalam penelitiannya Winarni (2006) dan Situmorang (2008) menyatakan permasalahan yang sering dialami UKM berupa:

- a) kurangnya modal,
- b) pemasarannya sulit,
- c) struktur organisasinya sederhana serta pembagian kerjanya tidak baku,
- d) kualitas manajemennya rendah,
- e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah,
- f) kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan,
- g) aspek legalitas lemah serta
- h) rendahnya kualitas teknologi

Hafsah (2004) menjelaskan bahwa upaya yang dapat dilakukan untuk menghadapi permasalahan dalam pengembangan UKM yaitu:

- 1) penciptaan iklim usaha yang kondusif,
- 2) bantuan permodalan,
- 3) perlindungan usaha,
- 4) pengembangan kemitraan,
- 5) pelatihan,
- 6) membentuk lembaga khusus,
- 7) memantapkan asosiasi,
- 8) mengembangkan promosi dan

9) mengembangkan kerjasama yang setara

Efektivitas Pemberdayaan UMKM

Mahsun (2006) mengatakan bahwa Efektivitas adalah hubungan antara keluaran dengan suatu tujuan atau sasaran yang ingin dicapai. Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut bahwa pengertian efektifitas menekankan pada hubungan antara hasil dan tujuan. Dengan kata lain bahwa pelaksanaan suatu program atau kebijakan dikatakan efektif jika hasilnya telah sesuai dengan tujuan dari program atau kebijakan yang telah ditentukan sebelumnya

Menurut James L. Gibson (dalam Tangkilisan 2005;65) yang kemudian dijabarkan oleh S.P. Siagian (1978:77) mengatakan bahwa suatu program atau kebijakan di katakan Efektif jika telah memenuhi tujuh kriteria sebagai berikut yang terdiri dari Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, Kejelasan strategi pencapaian tujuan, Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, Perencanaan yang matang, Penyusunan program yang tepat, Tersedianya sarana dan prasarana, serta adanya Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik. Jika tidak memenuhi kriteria tersebut maka pelaksanaan kebijakan atau program dapat dikatakan tidak efektif

Untuk mengetahui fokus dan tujuan pemberdayaan maka perlu diketahui berbagai indikator keberdayaan yang dapat menunjukkan seseorang itu berdaya atau tidak. Schuler, Hashemi dan Riley yang dikutip oleh Edi Suharto (2009) mengembangkan delapan indikator pemberdayaan, yang mereka sebut sebagai empowerment index atau indeks pemberdayaan. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari keberdayaan mereka dalam kemampuan ekonomi, kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan, dan kemampuan kultural dan politis

- a. Kebebasan mobilitas, kemampuan individu untuk pergi keluar rumah atau wilayah tempat tinggalnya. Tingkat mobilitas ini dianggap tinggi jika individu mampu pergi sendirian. 9
- b. Kemampuan membeli komoditas kecil, kemampuan individu untuk membeli barang-barang pokok kebutuhan sehari-hari (beras, minyak, bumbu), kebutuhan dirinya (sabun, sampo, peralatan makeup).
- c. Kemampuan membeli komoditas besar, kemampuan individu untuk membeli barang sekunder atau tersier, seperti lemari pakaian, televisi, radio, koran, majalah dan lain sebagainya
- d. Terlibat dalam keputusan keputusan rumah tangga, misalnya keputusan merenovasi rumah, membeli kambing untuk ditenak. Membuat keputusankeputusan sendiri maupun secara musyawarah dilakukan secara kebersamaan dan kesetaraan dalam keluarga.
- e. Kebebasan relatif dari dominasi keluarga, tidak adanya diskriminasi dalam keluarga yang menimbulkan ketidakadilan dan pelanggaran maupun kekerasan.
- f. Kesadaran hukum dan politik, keterlibatan individu dalam pengambilan peran dalam proses budaya, hukum dan politik. Misalnya mengetahui peran pemerintah desa atau kelurahan
- g. Keterlibatan bersama untuk meningkatkan kesejahteraan publik, tindakan bersama untuk membela orang lain menghadapi perlakuan salah dalam keluarga dan masyarakat

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Alasan peneliti memilih metode kualitatif adalah untuk memahami situasi yang akan dikaji secara mendalam, menjawab pertanyaan Strategi Pemberdayaan UMKM berbasis Sentra Wisata Kuliner. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi serta metode survey. Wawancara dilakukan pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag) Surabaya, beberapa UMKM SWK, dan Pelaku Wisata Kuliner/ Pengunjung di

Surabaya. Proses analisa data dengan pendekatan kualitatif menggunakan teknik triangulasi. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah interaktif melalui proses reduction, data display, dan verification (Miles dan Huberman dalam Sugiyono,2019).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan (Dinkopdag) Kota Surabaya terletak di Jl.Tunjungan No.1-3 Lantai 3 (Ex.Gedung Sioala). Dasar Hukum Pembentukan Dinkopdag adalah Peraturan Daerah Nomor 03 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Perda Kota Surabaya Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah kota Surabaya. Dinkopdag adalah instansi pemerintah yang menaungi tentang pemberdayaan UMKM yang ada di Sentra Wisata Kuliner.

Sentra Wisata Kuliner Jawa Timur merupakan fasilitas pengembangan bisnis ekonomi kreatif sektor kuliner Jawa Timur yang memiliki angka tertinggi dalam platform BeKraf Kreatifood. Sentra Wisata Kuliner ini secara garis besar memiliki 3 fungsi yaitu, tempat makan dan minum, area pameran interaktif untuk menampilkan produk start-up dari sektor kuliner dan sektor ekonomi kreatif lainnya dan area pembelajaran dan workshop untuk start-up kuliner di Jawa Timur. Setelah pandemi mereda, SWK menjadi solusi penggerak roda perekonomian rakyat. Meski masih banyak kendala, upaya tersebut memunculkan harapan besar.

Sentra Wisata Kuliner (SWK) di Surabaya saat ini ada 49 yang tersebar di berbagai tempat di Surabaya. Hampir setiap wilayah terdapat SWK yang dikelola oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag) Surabaya.

“Saat ini Surabaya punya 49 Sentra Wisata Kuliner yang tersebar di Surabaya pusat, barat, timur, utara, dan selatan. Jumlah UMKMnya ada 1.116 yang dikelola oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag) Surabaya.” Ungkap Ibu Rachel Asisten Subkoordinator Pemberdayaan Usaha Mikro Dinkopdag

Adapun daftar Sentra Wisata Kuliner di Surabaya sebagai berikut :

No	Nama SWK	Alamat
1	SWK Dukuh Menanggal	Jl. Dukuh Menanggal No.1A, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Kota SBY, Jawa Timur 60234
2	SWK Deles	Jl. Arief Rahman Hakim No.14, Keputih, Kec. Sukolilo
3	SWK Manukan Lor	Jl. Manukan Lor II, Manukan Kulon, Kec. Tandes
4	Sentra Wisata Kuliner Jambangan	No.71A, Jl. Jambangan Kebon Agung, Jambangan, Surabaya,
5	Sentra Kuliner RMI	Jl. Ngagel Jaya Sel., Pucang Sewu, Kec. Gubeng
6	Sentra Wisata Kuliner Surabaya Convention Hall (CH)	Jalan Arif Rahman HakimNo.131, Keputih
7	Sentra Wisata Kuliner Surabaya PKL Ketabang	Jalan Ketabang Kali Nomor 27, Surabaya
8	Sentra Kuliner Mulyorejo	Jl. Mayjen Prof. Dr. Moestopo No.192, Mojo, Kec. Gubeng

9	Sentra Wisata Kuliner Gunung Anyar	Jl. Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar
10	Sentra Wisata Kuliner Karah	Jl. Karah Agung, Karah, Kec. Jambangan
11	Sentra Kuliner KITA	Jl. Karang Menjangan, Mojo, Kec. Gubeng
12	Sentra Wisata Kuliner Wiyung	Jalan Wiyung Pondok Indah, Wiyung, Kec. Wiyung,
13	Sentra Wisata Kuliner Semolowaru	Jl. Semolowaru, Kec. Sukolilo
14	Sentra Wisata Kuliner Taman Prestasi	Jl. Ketabang Kali No.37, Ketabang, Kec. Genteng
15	Sentra Wisata Kuliner Kapas Krampung	Jl. Raya Karang Asem No.58-60, Ploso, Kec. Tambaksari,
16	Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo	Jl. Urip Sumoharjo No.46-48, Embong Kaliasin, Kec. Genteng
17	Sentra Wisata Kuliner Pratama	Jl. Raya Wiyung Pratama, Babatan, Kec. Wiyung
18	Sentra Wisata Kuliner Bentul	Jl. Bentul I, Jagir, Kec. Wonokromo
19	Sentra Wisata Kuliner Jambangan	Jl. Jambangan Kebon Agung, Jambangan
20	Sentra Wisata Kuliner Balas Klumprik	Balas Klumprik, Wiyung, Surabaya
21	Sentra Wisata Kuliner Dharma Husada	Jl. Dharmahusada, Mulyorejo, Kec. Mulyorejo
22	Sentra Wisata Kuliner Gayungan	Jl. Mesjid Agung Tim. No.6, Gayungan
23	Sentra Wisata Kuliner Semolowaru	Semolowaru, Kec. Sukolilo
24	Sentra Wisata Kuliner Klampis Ngasem	Jl. Dr. Ir. H. Soekarno, Klampis Ngasem, Kec. Sukolilo
25	Sentra Wisata Kuliner Siola	Jl. Tunjungan, Genteng, Kec. Genteng
26	Sentra Wisata Kuliner Kandangan	Jl. Tengger Raya, Kandangan, Kec. Benowo
27	Sentra Wisata Kuliner Babat Jerawat	Jl. Raya Babat Jerawat No.1, Babat Jerawat, Kec. Pakal
28	Sentra Wisata Kuliner Lidah Wetan	Samping SMPN 28 Surabaya, Jl. Raya Lidah Wetan, Lidah Wetan, Kec. Lakarsantri,
29	Sentra Wisata Kuliner Jajar Tunggal	Jl. Raya Menganti No.7, Jajar Tunggal, Kec. Wiyung
30	Sentra Wisata Kuliner (SWK) Sememi	Jl. Sememi Kidul, Sememi, Kec. Benowo
31	Sentra Wisata Kuliner Terminal Manukan	Sentra Wisata Kuliner / PKL Terminal Manukan, Lontar, Kec. Sambikerep

32	Sentra Wisata Kuliner Terminal Kasuari	Jl. Kasuari No.1, RT.007/RW.15, Krembangan Sel
33	Sentra Wisata Kuliner Embong Sawo	Jl. Embong Sawo No.18, RT.002/RW.03, Embong Kaliasin, Kec. Genteng
34	Sentra Wisata Kuliner Kepanjen	Jl. Kepanjen, Krembangan Sel., Kec. Krembangan
35	Sentra Wisata Kuliner Indrapura	Jl. Indrapura No.1, Krembangan Sel., Kec. Krembangan
36	Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun	Jl. Raya Manyar No.80A, Baratajaya, Kec. Gubeng
37	Sentra Wisata Kuliner Romokalisari	Jl. Romokalisari
38	Sentra Wisata Kuliner Guminto (Bulak Banteng)	Jl. Band I. Kendung, Sememi, Kec. Benowo arejo No.V, Bulak Banteng, Kec. Kenjeran
39	Sentra Wisata Kuliner Wonorejo	Jl. Raya Kendalsari No.70, Wonorejo, Kec. Rungkut,
40	Sentra wisata kuliner kendung Semanggi berseri	Jl. Kendung, Sememi, Kec. Benowo
41	Sentra Wisata Kuliner Krembangan	Jl. Gresik No.51, Morokrembangan
42	Sentra Wisata Kuliner Penjaringan Sari	Jl. Raya Pandugo, Penjaringan Sari, Kec. Rungkut,
43	Sentra Wisata Kuliner Karanganyar	Jl. Karanganyar, Babatan, Kec. Wiyung
44	Sentra Kuliner Pagi	Jl. Biliton No.43, Gubeng, Kec. Gubeng
45	Sentra Wisata Kuliner Dharmawangsa	Jl. Dharmawangsa, Airlangga, Kec. Gubeng
46	Wisata Kuliner Malam Surabaya	Jl. Manukan Tama, Manukan Kulon, Kec. Tandes
47	Sentra Wisata Kuliner Tanah Merah Kenjeran	Jl. Tanah Merah Utara No.71, Tanah Kali Kedinding, Kec. Kenjeran
48	Sentral Makanan Kuliner WR	Jl. Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar
49	SWK Ketintang	Jl. Ketintang Baru I No.7, Ketintang, Kec. Gayungan

Kebijakan pemerintah terkait pembinaan UMKM di Sentra Wisata Kuliner di Surabaya

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mempunyai dampak yang cukup besar bagi Indonesia terutama pada sektor perekonomian. Sejumlah besar tenaga kerja harus dirumahkan, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama berskala mikro terpaksa gulung tikar, penutupan UMKM sebagai dampak tak langsung dari pembatasan berskala besar dan *stay at home* membuat UKM terpuruk karena tidak dapat melakukan usaha dan modal terpakai untuk keperluan sehari-hari. Dengan adanya Inmendagri itu, salah satunya diatur mengenai jam operasional bagi warung makan, warteg, pedagang kaki lima, lapak jajanan dan sejenisnya. Dalam inmendagri diizinkan beroperasi hingga pukul 22.00 WIB dengan maksimal pengunjung 75 persen. Sementara

bagi pelaku usaha yang operasionalnya mulai malam, dapat beroperasi maksimal hingga pukul 00.00 WIB dengan kapasitas maksimal 75 persen.

Seperti yang disampaikan Ibu Rachel, *"Pemerintah juga berupaya bagaimana UMKM yang ada di SWK bisa kembali pulih setelah pandemi. Salah satunya ya lewat Instruksi Menteri Dalam Negeri (Inmendagri) Nomor 53 Tahun 2021, jadi jam operasional warung makan, lapak jajanan dan sejenisnya termasuk SWK diizinkan buka sampai pukul 22.00 WIB dengan maksimal pengunjung 75 persen"*.

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Fauzie Mustaqim, *"Kondisi pandemi Covid-19 di Kota Surabaya terus melandai. Hal itu, berdampak positif bagi para pelaku usaha. Tak terkecuali para pedagang di SWK yang tersebar di beberapa wilayah Surabaya. Kalau saat ini omzet mereka (pedagang SWK) sudah luar biasa, setelah dibuka kesempatan (diizinkan) sampai jam 12 malam. Kini Omzet pedagang di SWK sudah mencapai Rp 9 juta per bulan,"*

Kebijakan ini dapat memberikan kesempatan atau peluang besar bagi para UMKM kembali mencari pelanggan untuk keberlangsungan usahanya. Dimana pengembangan untuk UMKM ini menjadi tonggak berdirinya kemajuan ekonomi setelah pandemi. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan 3 sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya (Ariani and Utomo, 2017).

Menurut Pratiwi et al (2021), Penetapan kebijakan pemerintah dapat membantu dan menetapkan program-program pemerintah untuk membantu UMKM dalam era pemulihan baru (*new normal*). Hal ini juga dirasakan oleh para pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner. Menurut Bapak Agus, pemilik UMKM Warung Ibu Dah di SWK Dharmawangsa, *" Untuk SWK disini gak pernah sepi mbak sejak pandemi. Disini ada 37 stand. Mungkin karena letaknya juga strategis tengah kota dan bersebelahan sama Rumah Sakit Dr.Soetomo jadi pelanggan selalu saja ada. Apalagi setelah kebijakan new normal, mulai pagi sampe malam kami buka. Sabtu –Minggu juga masih ramai"*

Begitu juga pendapat Bapak Agung dari UMKM Kopi Giras di SWK Kandangan, *" Sejak pandemi kami merasakan dampaknya dimana operasional penjualan kami dibatasi. Kini dengan aturan new normal, kami bisa buka sampai malam. Walaupun belum pulih 100%,tapi lumayan ramai"*

Hal ini juga disambut baik oleh Septian, salah satu pengunjung di SWK Convention Hall Surabaya yang mengungkapkan, *" Disini sebenarnya tempatnya nyaman dan strategis. Disini dekat perkantoran dan kampus, jadi biasanya mahasiswa sering nongkrong disini. Apalagi setelah new normal, kampus dan kantor mulai buka lagi, peluang ramai pengunjung jadi semakin besar"*

Sebelumnya para UMKM di SWK yang ada di Surabaya dikenakan retribusi untuk pemakaian SWK tiap bulannya. Retribusi ini dikumpulkan oleh Penanggungjawab SWK yang diutus oleh Dinkopdag. Retribusi ini digunakan untuk biaya operasional air, listrik, dan kebersihan. Kini, retribusi itu sudah tidak akan berlaku lagi. Dinkopdag Surabaya mensosialisasikan Instruksi Walikota Surabaya No.5 Tahun 2022 terkait Pembebasan Retribusi Pemakaian Sentra Makanan dan Minuman kepada Para Pedagang SWK Surabaya pada Desember 2022 kepada 100 para pelaku UMKM SWK di Surabaya. Namun kebijakan ini masih belum diterapkan karena tahun 2022 retribusi itu masih dipungut. Dan besar retribusi antar SWK memiliki nominal yang berbeda.

"Setiap bulan, stand kami membayar retribusi untuk pemerintah. Yang memungut ya penanggungjawab SWK. Tiap bulan Rp.60.000 kami bayarkan. Katanya untuk air, listrik, sama kebersihan." T tutur Ibu Rifa pemilik salah satu UMKM di SWK Manukan Kulon

Menurut Bapak Gultom, Penanggungjawab SWK Babat Jerawat mengatakan, "setiap stand UMKM membayar ke pengurus SWK sebesar Rp 225.000,00 per bulan dengan rincian : Biaya listrik, kebersihan dan keamanan sebesar Rp 165.000,00 dan pajak sebesar Rp 60.000,00"

"Untuk retribusi kami bayar Rp.300.000 untuk listrik, air, kebersihan, dan keamanan. Jadi kami tidak mengurus sendiri-sendiri tapi include jadi satu" Ucap Iza Pemilik Warung Bakso di SWK Dharmawangsa

Menurut informasi dari Bu Rachel, "Untuk retribusi memang masih ada . Tapi kami sudah sosialisasi ke beberapa SWK bahwa nantinya retribusi itu tidak dipungut lagi. Menurut kami ini bisa membantu para UMKM di SWK mulai bangkit menata keuangan mereka".

Anggapan masyarakat jika sentra wisata kuliner (SWK) sebagai tempat kalangan menengah ke bawah, membuat posisi SWK semakin tersudutkan. Untuk merubah paradigma tersebut perlu upaya untuk merekondisi bagaimana masyarakat memandang SWK. Baik dari standar pelayanan, re-design, hingga cita rasa SWK perlu dikembangkan untuk menampilkan kesan modern. Untuk meningkatkan kualitas SWK Dinkopdag secara bertahap melakukan perbaikan.

"Untuk meningkatkan kualitas SWK kami secara bertahap akan melakukan perbaikan. Ada sekitar 15 SWK yang dilakukan pengecatan, perbaikan lampu, bahkan ada bangunan fisik juga akan diperbaiki. Ke depan akan kita perbaiki secara fisik SWK-nya. Nanti ada kerja sama juga dengan perusahaan melalui CSR dan juga perguruan tinggi." Ungkap Bapak Fauzie Mustaqim

Selain pembenahan dari segi fisik, Pemerintah juga melakukan pembenahan dari kualitas cita rasa makanan dan pelayanan. Dinkopdag memberikan pelatihan pengolahan dan inovasi produk untuk para pedagang oleh chef handal. Selain itu juga ada pelatihan untuk kualitas pelayanan SWK.

"Untuk bisa mendongkrak jumlah pengunjung, kualitas produk atau makanan di SWK ini harus bagus dan enak. Jadi kami berikan pelatihan ke mereka dengan mendatangkan chef yang berkompeten. Jadi nanti mereka punya inovasi gimana supaya makanan mereka punya nilai tinggi", tutur Ibu Rachel

Menurut informasi Bapak Gultom, Penanggungjawab SWK Babat Jerawat, "Kami pernah mendapatkan pelatihan tentang pelayanan konsumen dari pemerintah daerah setempat seperti cara penjualannya, menjaga kebersihan dan kualitas makanan. Pelatihan tersebut di didik oleh naungan dinas koperasi setiap 3 atau 6 bulan ada penyuluhannya seperti cara penjualannya yang mempromosikan melalui media online seperti Grab-Food dan Go-Food".

Hal yang sama juga disampaikan Ibu Rahma, pemilik UMKM di SWK Wiyung, "pelatihan dan monitoring dilakukan oleh Ibu Anti sebagai ketua monitoring dari Pemkot Surabaya . Pelatihan yang pernah ada di SWK ini salah satunya inovasi yang dilakukan dengan pelatihan membuat kopi kekinian (ekspreso kopi) dan membuat promo dengan pembelian minimal 30k mendapatkan free es teh. Pelatihan rutin dilakukan setiap 3 bulan sekali dan pengawasan dilakukan rutin setiap hari dari pihak Pemkot Surabaya."

Menurut Bu endang, PJ SWK Tandes, "SWK ini memiliki 19 UMKM didalamnya. Dari pihak Dinas Koperasi juga pernah memberikan pelatihan, seperti pelatihan pelayanan dan kebersihan produk"

Hal yang berbeda diungkap Saudari Iza, pemilik UMKM Bakso di SWK Dharmawangsa, "Setahu saya selama ini belum ada pelatihan untuk kami. Untuk retribusi kami bayar Rp.300.000 untuk listrik, air, kebersihan, dan keamanan."

"Selama ikut gabung di SWK Kendung, kami belum pernah mendapat pelatihan dari pemerintah. Ya kalau Cuma ditinjau saja dari kecamatan atau kelurahan, sudah", tutur Bu Titin pemilik UMKM di SWK Kendung

PEKEN Surabaya adalah website yang digunakan Pegawai Pemerintah Kota Surabaya untuk melakukan pemesanan barang pada Toko Kelontong yang tersedia pada tiap Kecamatan di Kota Surabaya. Aplikasi Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (PEKEN) Surabaya sudah bisa diakses oleh masyarakat untuk memilih produk-produk berkualitas karya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Surabaya. Yang membedakan PEKEN Surabaya dengan aplikasi toko daring lainnya yaitu tidak ada bank penengah antara penjual dan pembeli. Tidak adanya bank penengah tersebut, penjual dan pembeli akan merasa lebih aman dan nyaman ketika transaksi. Selain itu, cara ini berguna untuk meminimalisir terjadinya salah transfer.

Hingga Desember 2022, ada 4.034 penyedia produk di e-peken. Jumlah itu terdiri atas 999 toko kelontong, 2835 UMKM, dan 200 pedagang sentra wisata kuliner (SWK) dengan Omzet mencapai Rp.35.471.640.152. Kini PEKEN juga merambah kerjasama dengan Grab Express (Instagram Bangga Surabaya)

Sebelumnya customer e-Peken hanya dikhususkan bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) di lingkup pemkot, kini sudah bisa diakses masyarakat umum. Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi mengatakan kunci keberhasilan Surabaya bangkit dari keterpurukan ekonomi karena dampak pandemi COVID-19 adalah dengan menggerakkan ekonomi kerakyatan. Semua kebutuhan di Kota Surabaya itu dapat dipenuhi oleh produk-produk local (www.detik.com)

Ibu Rachel menyampaikan, *"Memang sekarang ada beberapa UMKM di SWK yang ikut bergabung ke dalam Peken Surabaya. Tapi masih terbatas jumlahnya, kedepannya nanti akan ditambahkan lagi. Untuk sekarang kami fokuskan dulu kerjasama dengan pihak perusahaan komersil dan perguruan tinggi untuk meramaikan SWK ini untuk bangkit setelah pandemi."*

Kendala yang dihadapi UMKM pada Sentra Wisata Kuliner di Surabaya

Sejak pandemi, UMKM di SWK mengalami banyak hambatan. Mulai dengan adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), pembatasan jam operasional pembukaan fasilitas umum, sepi pengunjung, dan kurangnya fasilitas yang dimiliki oleh SWK yang ditempati. Namun ada juga SWK yang tidak mengalami hambatan sepi pengunjung, walaupun dilanda pandemi. Berdasarkan hasil observasi lapangan, berikut penuturan beberapa pelaku UMKM SWK dan pengunjung SWK di Surabaya

Menurut Pak Agus, pemilik UMKM Warung Bu Dah di SWK Dharmawangsa, *"Untuk SWK disini gak pernah sepi mbak sejak pandemi. Disini ada 37 stand. Mungkin karena letaknya juga strategis tengah kota dan bersebelahan sama Rumah Sakit Dr. Soetomo jadi pelanggan selalu saja ada. Apalagi setelah kebijakan new normal, mulai pagi sampe malam kami buka. Sabtu – Minggu juga masih ramai."*

Berdasarkan penuturan Ibu Kartika, pemilik Bintang Jus di SWK Taman Prestasi, *"Pengunjung disini cukup ramai kok mbak. Ya cuma dulu pas pandemi memang sepi, tapi kami bisa jualan online. Jadi ya pemasukan masih ada."*

Menurut Ibu Rifa, pemilik UMKM Angkringan Budhe SWK Manukan Lor, *"Kendala kami sepi pengunjung, apalagi lokasi SWK berada di dalam gang jadi membuat sulit adanya pembeli, dan akibatnya untuk pedagang kue basah harus menyusun kue, lalu mengitarkannya sendiri di jalanan"*

Menurut Ibu Sari, pemilik Soto bongoh di SWK Sememi mengungkapkan, *"Kendala yang kami hadapi sepi pengunjung, semoga setelah pandemi ini nanti tempat kami kembali ramai dan ada kegiatan-kegiatan yang dilakukan disini untuk menarik pengunjung."*

Menurut Ibu Rina, pemilik Penyetan Hafiz di SWK Babat Jerawat mengatakan, *"Hambatan kami ya sepi pengunjung dan di perparah dengan adanya Covid-19, selain itu suasana SWK yang kurang inovatif, pedagang ada yang gptek juga jadi tidak bisa jualan online."*

Menurut Ibu Sriatun, pemilik Sanggar Kopi SWK Convention Hall Surabaya, ”Kendala yang dihadapi sepi sejak pandemi. Tapi kini mulai kembali normal dan buka sampai malam”

Ibu Dewi, pemilik Tahu Campur Sari Roso di SWK Bratang Binangun mengatakan, ”Kendala yang dihadapi ya pengunjung sepi sejak pandemi. Jadi kami bukanya mulai siangan, tapi karena sekarang udah normal boleh buka sampai malam, jadi kami lanjut sampai malam”

Menurut Eko, Pengunjung SWK Sememi, ”Perlu diadakannya acara atau pameran di sekitar SWK untuk menanggulangi sepi pengunjung, mungkin kita dapat menggunakan cara membuat sebuah acara atau pameran yang berada di sekitar SWK. “

Menurut Sarah, pengunjung SWK Manukan Lor ”mungkin pelaku UMKM bisa memperkaya menu menu makanan dan minuman sehingga pengunjung mempunyai lebih banyak pilihan dan menjadi tertarik untuk kembali dan mencoba menu menu baru yang ada”

Susi, pengunjung SWK Babat Jerawat menuturkan, ”Kekurangan SWK ini tidak memiliki sarana dan prasarana yang mendukung, contohnya nomor meja makan, hal ini perlu ada agar pelayan mengetahui pelanggan saat memesan makanan tersebut.”

Riko, pengunjung SWK Wiyung menyampaikan, ”Untuk fasilitas SWK dalam menjaga keamanan ada CCTV dan juga alat pemadam kebakaran (APAR), tapi tidak ada security yang menjaga keamanan sehingga pedagang harus menjaga keamanan di SWK sendiri.”

Menurut Bobi, pengunjung SWK Tandes mengatakan, ”area stand dan tempat makan disini lebih kecil daripada parkirannya. Jadi kami merasa kurang nyaman. Kalau lebih luas kan tidak terlihat sempit dan kumuh”

Efektivitas kebijakan pembinaan UMKM di Sentra Wisata Kuliner di Surabaya

Pelaksanaan suatu program atau kebijakan dikatakan efektif jika hasilnya telah sesuai dengan tujuan dari program atau kebijakan yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk mengetahui fokus dan tujuan pemberdayaan maka perlu diketahui berbagai indikator keberdayaan yang dapat menunjukkan seseorang itu berdaya atau tidak. Schuler, Hashemi dan Riley yang dikutip oleh Edi Suharto (2009) mengembangkan delapan indikator pemberdayaan, yang mereka sebut sebagai *empowerment index* atau indeks pemberdayaan.

a. Kebebasan mobilitas,

Dari indikator mobilitas yang menunjukkan kemampuan UMKM di SWK untuk bisa mandiri atau keluar dari wilayah tempat tinggalnya (SWK). Dari sisi ini, UMKM yang ada di SWK mayoritas masih belum mampu berbisnis secara mandiri melalui kurir atau aplikasi e-commerce. Hanya beberapa saja yang sudah bergabung di Grab, Shopee food, maupun Peken Surabaya. Mereka masih cenderung menggantungkan bisnis offline di kalangan Sentra Wisata Kuliner.

b. Kemampuan membeli komoditas kecil

Indikator ini menunjukkan kemampuan UMKM di SWK untuk mampu membeli barang-barang modal kebutuhan sehari-hari. UMKM di SWK semuanya mampu membeli kebutuhan modal kecil untuk operasional bisnis mereka walaupun selama masa pandemi. Mereka masih mampu bertahan karena beberapa instansi Pemerintah juga memborong dagangan mereka untuk disalurkan kepada masyarakat yang mengalami isolasi karena wabah Covid'19

c. Kemampuan membeli komoditas besar

Indikator ini menunjukkan kemampuan UMKM di SWK untuk membeli barang sekunder atau tersier. Dari sudut pandang ini belum terlihat adanya UMKM di SWK yang mampu memfasilitasi bisnisnya secara besar-besaran

d. Terlibat dalam keputusan-keputusan

Untuk indikator ini, setiap UMKM yang ada di SWK selalu mendapatkan monev (monitoring dan evaluasi) yang dilakukan oleh pendamping SWK yang ditugaskan oleh Dinkopdag. Monev dilakukan setiap bulan. Pada monev ini mereka juga dapat menyampaikan keluhan dan saran

mereka untuk kemajuan SWK kedepan.

e. Kebebasan berkeadilan

UMKM di bawah naungan SWK memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang dengan diberikannya kesempatan dan pelatihan yang sama untuk semua SWK. Selain itu mereka juga bebas memberikan kritik dan saran

f. Kesadaran hukum dan politik, keterlibatan individu dalam pengambilan peran dalam proses budaya, hukum dan politik.

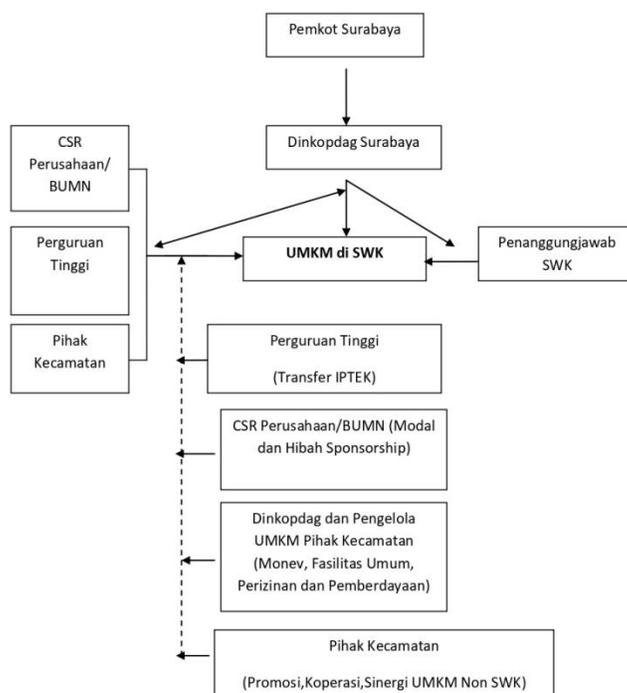
Beberapa UMKM di SWK masih belum memiliki ijin usaha legal. Dan diantara mereka masih banyak yang belum mengetahui seberapa pemahaman mereka tentang proses pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah.

g. Keterlibatan bersama untuk meningkatkan kesejahteraan public.

Dalam hal ini, masing-masing UMKM masih berdiri sendiri belum ada kepedulian dan keterlibatan dalam kemajuan keanggotaan UMKM yang ada di SWK. Hal ini bisa dilihat dari adanya Koperasi atau Paguyuban yang berdiri diantara UMKM yang ada di SWK

Berdasarkan delapan indikator pemberdayaan *empowerment index* atau indeks pemberdayaan, hanya 3 kategori yang dipenuhi oleh Pemberdayaan UMKM di SWK. Hal ini menunjukkan bahwa Pemberdayaan UMKM untuk SWK di Surabaya masih belum efektif. Diperlukan upaya lebih keras dan perlunya menggandeng instansi lain seperti CSR Perusahaan Komersial maupun Perguruan Tinggi untuk dapat meningkatkan kualitas UMKM pada SWK di Surabaya.

Model Strategi Pemberdayaan UMKM untuk Sentra Wisata Kuliner di Surabaya



Pada model ini, Pemerintah Kota melalui Dinkopdag memberikan Fasilitas Umum, Perizinan, dan Pemberdayaan kepada UMKM di Sentra Wisata Kuliner. Untuk perihal monitoring dan evaluasi, Dinkopdag melalui Penanggungjawab SWK mengawasi dan menerima kritik saran terkait operasional SWK di lapangan. Untuk penyediaan Fasilitas, Dinkopdag dapat bekerjasama dengan CSR Perusahaan

atau BUMN baik untuk permodalan melalui pendirian Koperasi maupun Hibah Sponsorship dan Kegiatan Hiburan di SWK. Sedangkan untuk Pemberdayaan, Dinkopdag dapat bekerjasama dengan Perguruan Tinggi melalui transfer IPTEK, baik dengan mengadakan pelatihan-pelatihan maupun penyediaan aplikasi yang dapat menunjang peningkatan kualitas UMKM di SWK. Peran Pihak Kecamatan adalah melalui pengelola UMKM mereka, secara langsung Pihak Kecamatan membantu perawatan SWK dan mensinergikan kegiatan-kegiatan instansi di sekitar SWK agar memaksimalkan pemanfaatan SWK dalam event-event mereka. Selain itu juga memberikan kesempatan untuk dapat ikut pameran atau bazar, koperasi, dan promosi yang diadakan kecamatan bersama kelompok UMKM selain di SWK. Melalui model ini, maka pemberdayaan UMKM di SWK menjadi terintegrasi dan melibatkan berbagai pihak untuk menuju UMKM dan SWK berkualitas.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Pemerintah Kota melalui Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Surabaya sudah melakukan beberapa pembenahan dan pemberdayaan untuk meningkatkan kualitas UMKM yang ada di Sentra Wisata Kuliner di Surabaya .
2. Sinergi antara pemerintah, perusahaan, dan perguruan tinggi menjadi kunci utama keberhasilan pemberdayaan kelompok UMKM di Sentra Wisata Kuliner.
3. Sistem pemberdayaan yang diterapkan Dinkopdag belum dapat dikatakan efektif karena beberapa kriteria masih belum memenuhi *Empowerment index*.

Saran

Adapun saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk Dinkopdag agar lebih intens dalam memberikan motivasi kepada UMKM di SWK untuk bangkit dari situasi pademi dan memperkuat kerjasama dengan perusahaan dan perguruan tinggi melalui CSR mereka
2. Untuk perusahaan dan perguruan tinggi yang bekerjasama dengan Pemkot Surabaya terutama Dinkopdag untuk meningkatkan penerapan IPTEK pada UMKM di SWK guna menjaring pengunjung untuk datang
3. Untuk UMKM di SWK agar lebih bersemangat meningkatkan kualitas baik SDM, pelayanan, dan komitmen dengan mengikuti dan memanfaatkan secara maksimal segala bentuk kegiatan pemberdayaan yang disampaikan kepada mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Irawan dan Mulyadi, 2016, Pengaruh Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Of Business Management And Entrepreneurship Education* Volume 1, Number 1
- [2] Bilinda, dan Mintorogo, 2020, Sentra Wisata Kuliner Jawa Timur di Joyoboyo, Surabaya. *JURNAL eDIMENSI ARSITEKTUR* Volume.8 Nomor.1, halaman :393-400
- [3] Christian dan Rita, 2016, Peran Penggunaan Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menunjang Keberhasilan Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. *Jurnal EBBANK* Vol. 7, No. 2
- [4] Fajrah dan Zetil.2020. Evaluasi Pentingnya Lokasi Sentra Oleh-Oleh untuk Pariwisata Kota Batam. Prosiding *SNISTEK* 3, 25 September 2020
- [5] Leskaj, E.,2017. The challenges faced by the strategic management of public organizations. *Adm Public Manag Rev*, Volume 29, halaman 151–161.
- [6] Machfudi, S. S., Wijaya, W., & Iswanto, H.,2019, Analysis of Development Strategy Management of the Indonesian Navy Hospital dr. R. Oetojo. *Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit*, Volume 8 Nomor 3, halaman 186–197
- [7] Panjaitan, T. W. S., Hermanto, Y. B., dan Widyastuti, M, 2020, ANALYSIS MARKETING STRATEGIES AT CULINARY TOURISM. Volume 8 Nomor 1,halaman 725–732
- [8] Putri,L.T. dan N.Ifandi, 2019, Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner Malam (WKM) Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Kota Pekanbaru. *IKRAITH EKONOMIKA* Volume 2 Nomor 2 halaman: 132-200
- [9] Ariani, Ekayani, dan Suriani, 2022. STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER DESA BUKTI BERBASIS POTENSI LOKAL. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan* Vol. 19, No. 1
- [10] Santoso, M. S, 2018, Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Sentra Wisata Kuliner Deles Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya.
- [11] Sari, A.W dan Meirinawati, 2021, Manajemen Strategi Wisata Kuliner Urip Sumoharjo oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Surabaya. *Publika* Volume 9 Nomor 1 halaman:105-118
- [12] Susilo, E. ,2020, Kalah oleh Online, Banyak Sentra Wisata Kuliner Surabaya “Mati Suri.” *Jawapos.Com*. <https://www.jawapos.com/surabaya/21/02/2020/kalah-oleh-online-banyak-sentra-wisata-kulinersurabaya-mati-suri/>
- [13] Tangkillisan, Hessel Nogi S.,2005,Manajemen Publik. Jakarta. Penerbit : *Gramedia Widia Sarana Indonesia*
- [14] Wanto, A. H, 2017, Strategi Pemerintah Kota Malang dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, Volume 2 Nomor 1, halaman 39–43