

PENINGKATAN PKL LEVEL-NANO MIKRO MENJADI LEVEL ULTRA-MIKRO MANAJEMEN PEMASARAN SECARA ONLINE DI SWK CONVENTION HALL

Erida Herlina¹, Ika Yunia Fauzia², Kartika Marta Budiana³,
Immanuel Chandra⁴, Pungki Febi Arifianto⁵
Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya^{1,2,3,4,5}
Email : erida@perbanas.ac.id, ika@perbanas.ac.id, kartika@perbanas.ac.id,
Immanuel.candra@perbanas.ac.id, pungky.arifianto@perbanas.ac.id

ABSTRAK

Sentra Wisata kuliner (SWK) yang digalakkan oleh Pemerintah Kota Surabaya mulai menjamur di Kota Surabaya dengan tujuan untuk membangkitkan perekonomian masyarakat. Namun, beberapa SWK binaan Pemkot Surabaya pun masih yang kurang mendapat tempat dimasyarakat. Permasalahan yang dihadapi oleh PKL di SWK di Convention Hall yang terletak di Arif Rahman Hakim adalah sangat sepi pengunjung, bahkan sebagian pedagangnya tidak melakukan aktivitas perdagangan. Terlebih saat PPKM Darurat diberlakukan. Kegiatan Tim Pengabdian masyarakat menawarkan beberapa solusi terhadap masalah ini, yaitu memaksimalkan pemasaran digital dan memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui beberapa cara. Kegiatan ini telah berlangsung secara daring dan luring dengan peserta pedagang SWK Convention Hall Surabaya.

Kata Kunci : SWK ; PKL ; Kuliner ; Pemasaran ; Online

ABSTRACT

Culinary Tourism Centers (SWK) promoted by the Surabaya City Government began to mushroom in the city of Surabaya with the aim of revitalizing the community's economy. However, some SWKs assisted by the Surabaya City Government are still lacking a place in the community. The problem faced by street vendors at SWK at the Convention Hall, which is located in Arif Rahman Hakim, is that there are very few visitors, even some of the traders do not carry out trading activities. Especially when the Emergency PPKM is enforced. Community Service Team activities offer several solutions to this problem, namely maximizing digital marketing and providing digital marketing training and assistance in several ways. This activity took place online and offline with traders participating in SWK Convention Hall Surabaya.

Keywords : Street Vendors , Culinary , Marketing , On line

PENDAHULUAN

Pemerintah Kota Surabaya bersama Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Dinkopum) berupaya mengelola permasalahan di area Pedagang Kaki Lima (PKL) dengan membuat “Sentra untuk perdagangan para PKL”. Pembangunan sentra tersebut merupakan solusi atas beberapa permasalahan terkait PKL, di antaranya adalah terganggunya keindahan tata kota, terhambatnya aktivitas pejalan kaki di trotoar, lalu lintas menjadi tidak lancar dan lain sebagainya.

Di antara beberapa sentra yang dibangun oleh Pemerintah Surabaya adalah Sentra Wisata Kuliner atau yang biasa dikenali dengan SWK. Tujuan didirikannya SWK adalah untuk meningkatkan perekonomian warga, sekaligus sebagai wadah bagi para warga untuk bisa berwisata kuliner di dalam kota dengan memperhatikan pengelolaan sumber daya manusia, produksi, serta keuangan. Awalnya Pemerintah Kota (PemKot) Surabaya di sekitar tahun 2018 mendirikan 44 SWK yang tersebar di beberapa titik di Surabaya, PemKot Surabaya juga bertanggung jawab atas penataan SWK dan pemeliharaan SWK sampai saat ini. SWK merupakan salah satu dari beberapa sentra PKL di Surabaya, yang diharapkan agar aktivitas PKL bisa menawarkan dagangan dengan lebih bersih, sehat, dan bergizi. Terdapat 44 sentra PKL yang menampung sekitar 1.300 pedagang binaan tersebut (Alfiyana & Imron: 2019). Menurut website resmi PemKot Surabaya, saat ini per-Juli 2021, SWK telah tersebar di 49 titik di sekitar Surabaya.

Surabaya kian mengalami kemajuan dalam segi tempat wisata yang berkaitan dengan kuliner. Sentra Wisata kuliner (SWK) yang digalakkan oleh Pemerintah Kota Surabaya mulai menjamur di Kota Surabaya dengan tujuan untuk membangkitkan perekonomian masyarakat. Namun, beberapa SWK binaan Pemkot Surabaya pun masih yang kurang mendapat tempat dimasyarakat. Salah satunya SWK Semolowaru yang terletak berada di daerah Semolowaru Surabaya. Meski sudah mendapat bantuan dari Pemkot, para pelaku UMKM di SWK Semolowaru, masih belum optimal. Salah satunya yang diungkapkan Nur Hachanah, salah satu pelaku UMKM kuliner jenis Gado-gado. Pantauan Surabaya Pagi, SWK Semolowaru terlihat sepi pengunjung dipengaruhi tidak ada kegiatan. Disisi lain, akses menuju SWK Semolowaru tidak ada petunjuk atau branding tempat yang jelas sehingga orang yang melintas tidak mengetahui bahwa ada SWK, walaupun berdekatan dengan jalan. Sementara itu, Nur Kholilah menjelaskan hasil penjualan masih belum ada peningkatan meskipun sudah digelorkan oleh Pemerintah Kota Surabaya. “Biasanya banyak mahasiswa yang datang kesini, kan daerah sini kompleks kampus mas. Sepi, mau jualan aja sampai aras – arasen mas,” ucapnya. Padahal PemKot Surabaya sudah melakukan beberapa upaya untuk mensupport operasi SWK di seluruh titik di Surabaya, salah satu yang dilakukan PemKot Surabaya adalah pembebasan retribusi karena adanya PPKM Darurat (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) akibat Covid 19 ini.

Permasalahan yang dihadapi oleh PKL di Semolowaru agaknya juga dihadapi oleh seluruh PKL di beberapa titik di Surabaya. Misalnya adanya permasalahan serupa yang dihadapi oleh para PKL di SWK di Convention Hall yang terletak di Arif Rahman Hakim. Terlebih saat PPKM Darurat diberlakukan. SWK Convention Hall sangat sepi pengunjung, bahkan sebagian pedagangnya tidak melakukan aktivitas perdagangan. Menurut salah satu pedagang di salah satu SWK di Embong Sawo, selama PPKM darurat SWK Convention Hall tutup. Tentu saja selama PPKM darurat diberlakukan tidak ada pemasukan yang merka dapatkan. Sebelumnya pun SWK Convention Hall sepi pengunjung. Hal ini disebabkan selama pandemic tidak ada mahasiswa yang berada di sekitar lokasi SWK tersebut. Seperti diketahui SWK Convention Hall dekat dengan beberapa kampus seperti ITS dan Univ Hang Tuah. Apabila mahasiswa berada di rumah mereka, tentu saja mahasiswa juga tidak berkunjung ke SWK. Sentra Wisata Kuiner (SWK) makin sepi. Hal ini diperkuat dari berita yang ada. berita tersebut menyebutkan bahwa pedagang hampir menyerah dengan kondisi tersebut. Mereka berharap bisa masuk daftar penerima bantuan dari pemerintah.

Sudah lebih dari sebulan kondisi SWK Convention Hall sepi. Kebijakan PSBB pun berimbas kepada mereka. Jumlah pembeli sudah turun hingga 80 persen. Upaya bertahan telah dilakukan. Salah satunya memasarkan produk secara online. Meski begitu, omzet tetap saja belum terdongkrak. Koordinator Pedagang SWK CH Kuliner Andy Setiawan mengungkapkan, mayoritas penjual tidak memiliki pekerjaan lain. "Kalau kondisinya seperti ini terus, satu per satu tidak akan bisa bertahan lama," katanya. Mereka memprediksi hanya mampu bertahan sebulan. Andy berharap ada bantuan dari pemerintah, khususnya dinas Koperasi dan Usaha Mikro, khususnya ada tindakan lain yang bisa menyelamatkan kehidupan mereka. Minimal untuk membantu kehidupan mereka sehari-hari. "Sudah banyak yang tidak mendapat pemasukan sama sekali," ujarnya.



Gambar 1. SWK di Convention Hall, Surabaya

Sumber Gambar: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM & PTSP)

Gambar di atas adalah kondisi di SWK Convention Hall yang diambil sebelum pandemic Covid 19, yang mana saat itu kondisi perdagangan kuliner di sana berjalan dengan normal. Saat itu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM & PTSP) Surabaya telah melakukan banyak sekali upaya untuk meningkatkan kualitas manajemen dan layanan di SWK di Surabaya, salah satunya adalah SWK Convention Hall. Salah satu upaya yang telah dilakukan adalah mulai dari penerapan single chasier, pembenahan pembangunan dan pelatihan para pedagang oleh Chef Profesional. Akan tetapi beberapa upaya tersebut ternyata tidak memberikan dampak apapun karena krisis yang disebabkan pembatasan wilayah, physical distancing, work from home, kuliah di rumah, PPKM dan beberapa istilah lainnya yang disebabkan merebaknya pandemic Covid 19. Para pedagang di SWK Convention Hall merasakan krisis pemasukan, sehingga perlu untuk memberikan edukasi dan literasi kepada mereka terkait perubahan pola dagang dari offline menuju online. Program ini dilakukan agar mereka pada PKL di SWK Convention Hall bisa bertahan dari pandemi Covid 19 ini, dan target selanjutnya adalah diharapkan PKL di SWK Convention Hall akan bisa naik levelnya dari Nano-Mikro menjadi Ultra-Mikro, melalui penguatan tata kelola manajemen di dalamnya berbasis online.

METODE PELAKSANAAN

Dari permasalahan yang dialami oleh Sentra Wisata Kuliner Convention Hall selaku mitra, berikut adalah solusi yang tim kami berikan.

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi

No	Permasalahan Mitra	Solusi yang ditawarkan
1.	Hampir tidak ada pembeli yang berkunjung ke SWK selama PPKM	<ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan pemasaran digital • Melakukan pemasaran selain dari SWK
2.	Belum dipahaminya cara pembuatan dan pengembangan pemasaran digital oleh pengelola	<p>Memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui beberapa cara, yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan lainnya • Membangun mitra dengan <i>platform</i> pencarian restoran, seperti Foodcessive, Pergikuliner, Tripadvisor, dan lainnya. • Memaksimalkan peran <i>local guides</i> dalam memberikan rating dan review yang baik di Google • Memberikan pelatihan fotografi produk untuk memaksimalkan konten media digital • Memberikan pelatihan membuat website dan memaksimalkan SEO (Search Engine Optimalization)

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan, diskusi, umpan balik kepada mitra sasaran. Pelatihan akan terbagi menjadi 3 (tiga) kelompok topik, yaitu kualitas pelayanan; kualitas produk dan pemasaran; serta tata kelola keuangan.

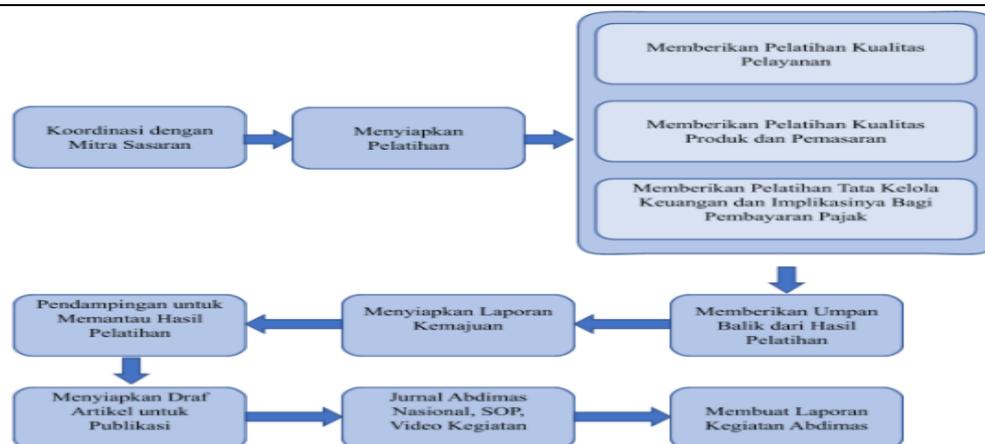


Diagram 1 . Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra Kegiatan (1)

Pertemuan secara online dengan dinkop (4 Agustus 2021). Informasi yg diperoleh adalah perlunya pertemuan secara offline dengan para pedagang.



Gambar 2. Rapat Koordinasi

2. Pra Kegiatan (2)

Pertemuan dengan pedagang (26 Agustus 2021). Pada pertemuan tersebut hadir 30 pedagang dan tim dari dinkop. Juga, telah disepakati pembentukan group whatsapp.



Gambar 3. Audiensi dengan Pelaku Usaha

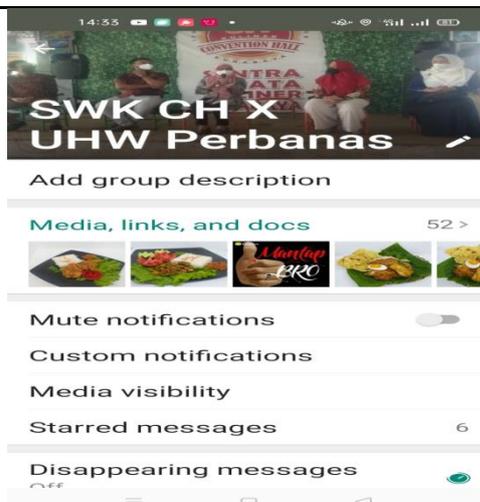


Gambar 4. Audiensi dengan Pelaku Usaha

3. Pelaksanaan Kegiatan

3.1 Pembentukan Group Whatsapp

Melalui koordinasi dengan mas Dika, dibentuk group WhatsApp dengan nama SWK CH X UHW PERBANAS. Sebanyak 26 pedagang bergabung di grup tersebut. Beberapa diantaranya tidak bisa bergabung karena gadget yang dimiliki tidak memiliki fasilitas tersebut.



Gambar 5. Grup WhatsApp dengan Pelaku Usaha

3.2 Memastikan Semua Tenant Masuk di Google Maps (Melakukan Titik Akurasi Google Map)

Salah satu yang perlu diperbaiki adalah nama Sentra Wisata Kuliner Convention Hall itu sendiri dimana sebelumnya namanya adalah CH Kuliner Surabaya. diketahui juga belum semua posisi tenant merujuk ke Sentra Wisata Kuliner Convention Hall.

Dilakukan perbaikan meliputi:

- Revisi nama menjadi Sentra Wisata Kuliner Convention Hall
- Memperbaiki serta menambahkan pin akurasi tenant-tenant
- Menambahkan 49 foto-foto baru.
- Memberikan *review* dan *rating*

3.3 Menyiapkan Bank Verbal

Bank Verbal adalah sekumpulan kalimat yang dapat membantu memberikan gambaran kepada konsumen untuk menjadi sarana informasi, identifikasi, dan komunikasi yang sifatnya persuasif (menggoda). Berikut adalah salah satu contoh bank verbal :

Pagi pagi gini paling enak sarapan rawon empal atau soto daging. Kuahnya yg menggugah selera bisa jadi mood bostermu dlm mnghadapi hari. Soto cekernya juga juara enaknya. So, tunggu apalagi lgsg cus ke lokasi ya!

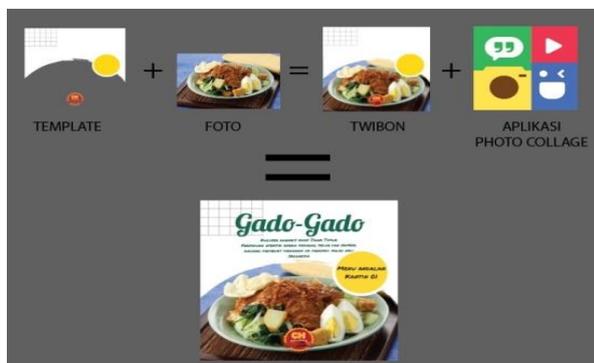
📍 Spesial Rawon Empal No. Kantin 30. @swkconventionhall Jl. Arief Rahman Hakim No.131, Keputih, Kec. Sukolilo, Kota SBY, Jawa Timur 60117 Jam buka 09.00 - 21.00 Available at Grabfood&Gofood

#kulinersby
#kulinersurabaya
#kulinersbykakilima
#kulinersbyrestaurant

3.4 Menyiapkan Bank Visual

Bank visual adalah kumpulan data visual yang nantinya akan digunakan pada media digital/keperluan promosi SWK CH, Bank Visual ini dapat di Download dan diedit dengan menggunakan aplikasi HP. Tim abdimas menyediakan banyak visualisasi untuk mempermudah para pedagang mengganti-ganti tampilannya. Visualisasi ini dalam

bentuk twibbon dengan berbagai pilihan warna dan desain. Secara umum twibbon ini terdiri dari 3 hal yaitu, 1) logo Sentral Wisata Kuliner Convention Hall, 2) gambar makanan, dan 3) nomor stand. Berikut adalah contoh pemrosesan bank visual yang disiapkan :



Gambar 6. Diagram proses pembuatan poster

3.5 Pelatihan Fotografi Produk

Pelatihan ini digunakan untuk meningkatkan kemampuan para pedagang dalam mempercantik makanan melalui fotografi. Adapun dalam kegiatan ini, tim dri UHW Perbanas menghibahkan studio mini dengan spesifikasi sesuai gambar untuk menunjang pelatihan. Foto tersebut kemudian dapat dijadikan pedagang untuk memerkan hasil kreasi makanannya untuk menarik konsumen.



Gambar 7. Studio Mini yang dihibahkan



Gambar 8. Bapak Pungki mengarahkan saat pelatihan fotografi

Pelatihan ini langsung menarik minat pedagang untuk mencoba memfoto kreasi makanannya dengan dimimbling langsung oleh bapak Pungky Febi Arifianto, selaku dosen desain komunikasi visual, Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

Kegiatan tersebut juga telah diliput oleh media online setempat dengan link berita berikut: <https://surabaya.tribunnews.com/2021/10/01/dosen-uhw-perbanas-surabaya-ajak-pedagang-swk-bikin-sajian-tampil-menarik-di-media-sosial>

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah kegiatan pengabdian masyarakat di SWK Convention Hall telah terlaksana. Kegiatan tersebut meliputi :

- 1) Memastikan Semua Tenant Masuk di Google Maps,
 - a) Revisi nama menjadi Sentra Wisata Kuliner Convention Hall.
 - b) Memperbaiki serta menambahkan pin akurasi tenant-tenant di Google Maps.
 - c) Menambahkan 49 foto-foto baru.
 - d) Memberikan review dan rating.
- 2) Melakukan pelatihan fotografi kepada pedagang SWK Convention Hall.

REFERENSI

- Alfiyana, fatma & ali imron. 2019. Revitalisasi sentra wisata kuliner (swk surabaya), jurnal paradigma, vol. 7, no. 2.
- Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu (dpm & ptsp). 2019. Modernisasi sentra kuliner, pemkot kota surabaya terapkan single cashier, dalam <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/> (diakses 01/08/2021).
- Fauzia, ika yunia, et.al. 2020. Pemanfaatan jaringan internet dalam transaksi perspektif bisnis islam. Jakarta: pt. Raja grafindo persada.
- Ilham, moch. 2021. Melongik sentra kuliner binaan pemkot (10): pedagang gado-gado di swk semolowaru, omset sehari cuma rp. 5000, dalam <https://surabayapagi.com/> (diakses 29/07/2021).
- Jawa pos, 2020. Pedagang swk minta masuk penerima bantuan, dalam <https://www.pressreader.com/indonesia/jawa-pos> (diakses 01/08/2021).
- Pemerintah kota surabaya. 2021. Ringankan beban pedagang, pemkot surabaya bebaskan pembayaran retribusi swk selama ppkm darurat, dalam <https://humas.surabaya.go.id/2021/07/20> (diakses 01/08/2021).
- Rahmat, yudi. 2019. Sentra wisata kuliner surabaya terapkan single cashier. Mc prov. Jawa timur, dalam <https://infopublik.id/mediacenter/2027> (diakses 01/08/2021).