

STRATEGI PENGELOLAAN UMKM DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI SENTRA WISATA KULINER (STUDI KASUS: SENTRA WISATA KULINER BRATANG BINANGUN)

DIVA PUTRI LINTANGSARI¹, MAS'ADAH²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: divap4523@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pengelolaan UMKM dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Bratang Binangun, Kota Surabaya. Metode studi literatur digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan mengetahui aspek-aspek yang dapat memengaruhi daya tarik SWK dan efisiensi operasionalnya. Beberapa strategi utama yang diidentifikasi meliputi peningkatan kualitas layanan melalui pengelolaan sumber daya manusia (SDM), pemanfaatan teknologi dalam operasional, dan diversifikasi produk kuliner untuk menarik minat pengunjung. Temuan menunjukkan bahwa lokasi strategis, variasi kuliner, dan promosi berbasis digital berkontribusi positif terhadap peningkatan pengunjung. Namun, terdapat tantangan seperti keterbatasan lahan parkir, kecepatan layanan yang kurang optimal, serta minimnya penggunaan teknologi antrian dan pembayaran digital. Studi ini merekomendasikan perbaikan dalam manajemen SDM, pelatihan khusus untuk menghadapi kondisi ramai, dan integrasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan dan pengalaman pengunjung. Implementasi strategi ini diharapkan dapat mendukung daya tarik SWK Bratang sebagai destinasi kuliner unggulan di Surabaya.

Kata kunci: Strategi Manajemen, UMKM, Sentra Wisata Kuliner

ABSTRACT

MSME management strategy in increasing the number of visitors at the Bratang Binangun Culinary Tourism Center (SWK), Surabaya City. The literature study method is used in this study with a qualitative approach that aims to find out the aspects that can affect the attractiveness of SWK and its operational efficiency. Key strategies identified include enhancing service quality through human resource management, adopting technology in operations, and diversifying culinary offerings. Findings suggest that strategic location, variety of food, and digital promotions positively impact visitor numbers. However, challenges like limited parking, slow service, and minimal use of digital technology remain. Recommendations include improving HR management, training to handle crowds, and integrating technology to enhance service and the visitor experience. These strategies aim to position SWK Bratang as a leading culinary destination in Surabaya.

Keywords: Management Strategy, MSMEs, Culinary Tourism Center

1. PENDAHULUAN

Setiap orang berharap memiliki kehidupan yang sejahtera agar dapat memenuhi seluruh kebutuhan makanan, pakaian, dan tempat tinggal serta kebutuhan ekonomi lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Pembentukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah satu diantara upaya yang dilakukan masyarakat guna mencapai tujuannya. Menurut data Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dan Kementerian Koperasi bahwa pada tahun, UMKM memiliki jumlah 64,2 juta unit usaha yang memberikan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dengan nilai Rp 8.573,89 triliun sehingga dapat dikatakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penopang utama dalam perekonomian Indonesia. Adapun kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja yaitu UMKM berhasil penyerapann tenaga kerja sebesar 97% dari jumlah total tenaga kerja keseluruhan dan menarik 60,4% dari jumlah investasi. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2018 bahwa UKM merupakan usaha produktif yang didirikan oleh perseorangan atau perusahaan yang bukan cabang atau anak perusahaan, baik yang dimiliki secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah dan sesuai dengan standarisasi UKM. Berdasarkan Kementerian UMKM dan Koperasi Republik Indonesia bahwa pada tahun 2019 jumlah UMKM sebesar 65,4 juta jiwa. Oleh karena itu, sebagian besar UMKM di Indonesia berbentuk usaha rumah tangga yang berhasil melakukan penyerapan tenaga kerja secara besar-besaran.

Ciri khas sebuah objek wisata dapat diberikan melalui kuliner yang menjadi salah satu aspek krusial bagi pengalaman perjalanan wisatawan. Wisatawan dapat memperoleh pengalaman perjalanan melalui kuliner yang mampu menceritakan suatu daerah wisata mengenai sebuah budaya yang dimiliki oleh masyarakat sekitar. Daya tarik utama dan produk, lingkungan yang layak, pengemasan produk dan event, bisnis yang layak, peran pemerintah dalam mengembangkan destinasi wisata kuliner, dan nilai-nilai kelayakan lainnya merupakan enam indikator kelayakan dalam meninjau apakah kuliner layak dalam menopang sebuah pariwisata. Pemerintah telah melakukan upaya-upaya untuk memberikan nilai yang lebih pada UMKM termasuk usaha kuliner di Surabaya. Kuliner yang unik, pelayanan serta fasilitas yang diketahui baik oleh pengunjung, akan menarik mereka untuk berkunjung ke SWK tersebut. Sentra Wisata Kuliner (SWK) menjadi tempat pemusatan UMKM atau PKL sebagai satu diantara upaya dalam memberikan kemudahan pemerintah untuk mengelompokkan serta melakukan pemberdayaan terhadap bisnis masyarakat. Menurut **Panjaitan et al. (2020)** Sentra Kuliner di Kota Surabaya di dirikan di bawah naungan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah di Kota Surabaya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pariwisata kota sekaligus perekonomian warga dengan mempertimbangkan pengelolaan produksi, tenaga kerja manusia, dan sektor keuangan. Pada era otonomi daerah ini, apabila masyarakat berkeinginan untuk mengikuti perkembangan ekonomi di era pasar bebas pada masa yang akan datang maka pemerintah sudah seharusnya melakukan pengembangan kawasan wisata (**Ariani,et al,2022**).

Adanya penunjang pilihan kuliner yang beragam, suasana nyaman, serta lokasi yang strategis, kini Sentra Wisata Kuliner (SWK) semakin populer bagi pengunjung dari berbagai kalangan. Saat ini SWK Bratang menjadi ruang interaksi sosial bagi warga Surabaya dan wisatawan dimana SWK Bratang ini dapat dikatakan telah menyediakan tempat lebih dari sekadar untuk makan. SWK Bratang mempunyai cara tersendiri untuk menarik i pengunjung baik dari dalam maupun luar kota, terutama pada akhir pekan dan hari libur dengan beragam pilihan makanan tradisional hingga modern. SWK Bratang juga menyediakan tempat bersantai yang nyaman serta menawarkan harga yang relatif terjangkau, tidak hanya dikenal karena keragaman kulinernya saja. Bagi anak muda, keluarga, bahkan wisatawan menjadikan SWK Bratang

sebagai tujuan favorit. Berbagai faktor penting dalam UMKM sektor kuliner terlibat sebagai strategi pengelolaan.



Gambar 1. Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun

Pengelolaan kapasitas yang baik menjadi salah satu faktor utama dalam strategi pengelolaan khususnya dalam menghadapi kenaikan pengunjung. Pelaku UMKM dituntut untuk memiliki strategi pengelolaan yang fleksibel ketika adanya kenaikan pengunjung tetapi kapasitas tempat yang tersedia terbatas, hal ini dilakukan agar dapat memberikan pelayanan secara maksimal tanpa mengorbankan kenyamanan pengunjung. Adanya dukungan dari pemerintah kota Surabaya, promosi pada sosial media, serta mengedepankan pengembangan UMKM di sektor kuliner menyebabkan kepopuleran SWK Bratang semakin meningkat. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengkaji bagaimana penerapan strategi pengelolaan di SWK Bratang, khususnya dalam menghadapi tantangan operasional ketika terjadi kenaikan jumlah pengunjung. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan akan menghasilkan pengetahuan yang berguna bagi UMKM untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan serta popularitas dan keberlanjutan SWK Bratang tetap terjaga sebagai destinasi kuliner andalan di Kota Surabaya.

2. METODE PENELITIAN

Metode riset studi literatur digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kualitatif. Dengan melakukan analisis pada jurnal-jurnal sesuai topik penelitian dilakukan pada metode studi literatur. Pengumpulan data sekunder pada penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data sekaligus informasi melalui jurnal yang sesuai dengan topik, hasil riset, web pada media elektronik dan sumber-sumber lainnya (**Arninda & Gravitiani, 2021**). Pada penelitian ini menggunakan metode studi literatur kualitatif dengan mengkaji teori, konsep, serta temuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan strategi pengelolaan UMKM, khususnya di sektor kuliner. Studi literatur ini akan merujuk pada berbagai sumber, termasuk artikel jurnal, buku, dan laporan terkait yang membahas pengelolaan UMKM, pelayanan pelanggan, serta manajemen operasional di sektor kuliner.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah Surabaya telah melakukan berbagai upaya melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam memberdayakan serta memonitor para Pedagang Kaki Lima. Tindakan ini merupakan wujud implementasi dari Peraturan Daerah No 17 tahun 2003. Tujuannya adalah untuk mengatur dan memberdayakan para PKL di Surabaya agar dapat terdaftar sebagai pelaku

usaha mandiri, mendapatkan perlindungan serta pembinaan, dan Pemerintah Kota Surabaya telah menyediakan lokasi untuk menjalankan usaha. Melalui pembinaan dan pemberdayaan ini, diharapkan para pedagang kaki lima dapat didorong dalam mengembangkan perekonomian di sektor informal. Dinkop UMKM Kota Surabaya telah mengkoordinasikan relokasi para PKL ke SWK yang disediakan oleh Pemkot Surabaya. Sampai dengan tahun 2021, sebanyak 49 SWK telah diawasi oleh Dinkop UMKM, tersebar di berbagai lokasi di Kota Surabaya.

3.1 Permasalahan Manajemen UMKM

UMKM seringkali menghadapi tantangan terkait efisiensi manajemen (**Alfazzi, 2023**). Keterbatasan dalam pemahaman dan keterampilan manajerial seringkali menghambat kelancaran operasi bisnis untuk mencapai efisiensi dan keberlanjutan yang diinginkan. Dapat terlihat bahwa kurangnya perencanaan strategis, pengelolaan keuangan yang kurang optimal, dan terbatasnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan efisiensi operasional. (**Sebastian, et al. 2022**).

Berbagai faktor dari lingkungan sekitar, seperti fluktuasi harga bahan baku, kebijakan pemerintah yang berubah, dan ketidakpastian dalam bidang ekonomi, bisa menyebabkan aspek negatif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (**Ibrahim & Ambore, 2023**). Kekurangan infrastruktur yang memadai, misalnya dalam hal akses listrik dan transportasi, bisa menjadi penghalang bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM, terutama di wilayah pedesaan. (**Inna, et al. 2021**). Di samping itu, UMKM juga dihadapkan pada tantangan dalam hal manajemen seperti terbatasnya sumber daya, terbatasnya akses terhadap informasi dan teknologi, serta kekurangan keterampilan manajerial yang memadai. (**Banerjee & Babita, 2023**), **Agus, et al. 2023**; dan **Sonal dan Dua, 2022**).

3.2 Strategi pengelolaan UMKM dalam meningkatkan pengunjung

1. Meningkatkan Kualitas Layanan

Pelayanan yang berkualitas tinggi memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pelanggan, sehingga mereka merasa terdorong untuk memberikan rekomendasi tempat tersebut kepada yang lain serta mengunjunginya kembali. Hal ini meliputi pelatihan karyawan untuk menghadapi peningkatan jumlah pengunjung, penyesuaian layanan saat situasi ramai, dan menjaga kebersihan serta kenyamanan lingkungan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2022) dan dipublikasikan dalam Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, diketahui bahwa pelatihan pelayanan yang konsisten mampu meningkatkan efisiensi kerja karyawan serta secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Saat pengunjung ramai, pelayanan yang cepat dan efisien menjadi krusial untuk meningkatkan kesan yang diperoleh pelanggan. Mengadakan pelatihan untuk para staf dalam berinteraksi dengan pengunjung secara ramah dan profesional dapat meningkatkan kenyamanan mereka. Oleh karena itu, pelaksanaan pelatihan rutin untuk para karyawan dalam hal manajemen waktu, keterampilan berkomunikasi, serta penanganan pelanggan dapat memberikan manfaat yang besar. Dalam wacana pemasaran, tujuan utama bisnis dapat tercapai ketika perusahaan mampu memastikan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan diraih dengan sempurna saat kami berhasil memenuhi semua keinginan pelanggan melalui strategi pemasaran yang terintegrasi dengan baik. Hingga kini, konsep pemasaran memiliki beberapa aspek inti yang meliputi fokus pada kebutuhan konsumen, menciptakan kepuasan, memahami konsumen, mengintegrasikan aktivitas pemasaran, dan menetapkan tujuan perusahaan. (**Idayanti & Musyawara, 2022**).

2. Pengembangan dan Variasi Menu Baru

Menyajikan beragam pilihan menu dan menciptakan inovasi dalam penampilan hidangan dapat menarik minat para pengunjung yang baru datang serta mempertahankan minat pelanggan

setia. Inovasi ini melibatkan pengembangan menu eksklusif yang menampilkan citra lokal atau tren kuliner terbaru. Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh **(Soininen et al., 2021)**, bahwa faktor konsistensi manajemen serta kreativitas, kemudahan dalam mendapatkan informasi pasar, sekaligus sektor keuangan yang mendukung, membantu meningkatkan inovasi produk di usaha kecil menengah. Sebaliknya, temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Kearney dan kolega **(Kearney et al. 2020)** mengungkapkan bahwa UKM mengalami beberapa tantangan ketika melakukan inovasi, seperti sumber daya yang terbatas, infrastruktur yang terbatas, dan menentang adanya perubahan.

3. Penyelenggaraan dan Pengelolaan Kapasitas serta Fasilitas

Untuk memastikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung dan mengelola kapasitas ruang dengan baik di pusat kuliner. Karena seringkali Bratang Binangun ramai dengan pengunjung yang datang, terutama saat jam makan siang dan akhir pekan, maka perlu untuk meningkatkan pengaturan kapasitas tempat duduk dan alur pengunjung agar berjalan lebih lancar. UMKM bisa memikirkan untuk menambah fasilitas penunjang, misalnya dengan menyediakan area parkir yang lebih rapi atau tempat duduk sementara di luar ruangan. Memperhatikan pengaturan area parkir juga merupakan hal yang krusial guna mencegah terjadinya kemacetan, yang kerap menjadi sumber keluhan dari pelanggan.

4. Pemanfaatan Teknologi dalam Operasional

Banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi dalam kegiatan operasional, misalnya dengan tidak menggunakan sistem kasir otomatis atau aplikasi pemesanan online. Permasalahannya adalah bahwa teknologi bisa mempercepat pelayanan dan mengurangi risiko kesalahan manusia. Dalam era digitalisasi yang sedang berkembang, ketidakmampuan UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi dapat menyebabkan terbatasnya efisiensi kepada pelanggan, kemampuan pelaku usaha dalam memberikan pelayanan menjadi terbatas, dan mengurangi daya tarik bagi pelanggan yang lebih suka bertransaksi secara digital. Di tengah meningkatnya jumlah pengunjung, penggunaan teknologi seperti sistem kasir otomatis atau aplikasi pemesanan online dapat membantu mempercepat proses transaksi serta mengurangi waktu menunggu. UMKM di Bratang Binangun juga dapat menjalin kerja sama dengan aplikasi layanan antar untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, terutama yang cenderung memilih berbelanja makanan secara online. Pada SWK Bratang Binangun, terdapat konsumen yang belum terlalu akrab dengan perkembangan teknologi dan mungkin tidak lancar dalam menggunakan fasilitas online. Oleh karena itu, penggunaan teknologi dapat menjadi peluang bagi konsumen yang memerlukan bantuan lebih dalam proses pemesanan dan pembayaran secara online.

Pengelolaan UMKM di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Bratang ditingkatkan dengan menerapkan strategi manajemen yang meliputi penyusunan rencana, penyusunan struktur, pelaksanaan tindakan, dan pengawasan kegiatan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung secara efektif.

a. Perencanaan

Perencanaan sangatlah penting sebagai langkah awal dalam manajemen UMKM, di mana tujuan jangka pendek dan jangka panjang ditetapkan untuk meningkatkan daya tarik bagi para pengunjung. Dalam SWK Bratang, perencanaan mencakup strategi pemasaran untuk memperkenalkan keunikan kuliner, promosi media sosial, serta event kuliner. Perencanaan juga bisa meliputi pengembangan infrastruktur kecil seperti peningkatan area parkir atau perbaikan fasilitas umum yang berkaitan dengan kenyamanan para pengunjung.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian dilakukan dengan tujuan mengelola dengan baik sumber daya material ataupun manusia, agar segala proses dapat berjalan secara efisien. Di SWK Bratang, pengorganisasian dilibatkan dalam pembagian tugas di antara anggota tim UMKM, seperti penugasan untuk menjaga kebersihan, melayani pelanggan, dan mengelola persediaan bahan baku. Pengelompokan tersebut membantu memastikan bahwa setiap orang memiliki peran yang terdefinisi dengan jelas serta bekerja sama dalam mencapai tujuan pelayanan yang optimal. Di samping itu, UMKM hendaklah memperhitungkan penjadwalan jam kerja, rotasi karyawan saat waktu-waktu ramai, serta menjaga ketersediaan stok agar dapat mengakomodasi lonjakan permintaan pada saat yang tepat.

c. Penggerakan

Penggerakan, atau leading, merupakan fokus manajemen yang bertujuan memotivasi serta memimpin tim untuk tetap produktif dan bersemangat dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung. Di SWK Bratang, pemilik UMKM dapat mengimplementasikan strategi kepemimpinan yang mendorong komunikasi yang transparan dan semangat kerja sama di antara karyawan. Melibatkan tim dalam pengambilan keputusan terkait promosi atau inovasi layanan dapat memperkuat komitmen mereka terhadap usaha. Terlebih lagi, pelatihan dalam hal keterampilan melayani pelanggan dapat diselenggarakan guna meningkatkan hubungan positif dengan para pengunjung, yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat kepuasan dan motivasi mereka untuk datang kembali.

d. Pengendalian

Pengendalian merupakan faktor penting dalam menilai sejauh mana strategi telah berhasil diterapkan. Pengelolaan dapat dilakukan dengan mendengarkan respons dari pengunjung, baik secara langsung maupun melalui media digital, guna mengevaluasi kepuasan pengalaman di SWK Bratang. Menilai secara berkala mengenai kualitas layanan, kebersihan, dan respons karyawan terhadap situasi yang sibuk juga merupakan hal yang harus dilakukan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Pengendalian juga termasuk pemantauan keuangan agar dapat memastikan bahwa strategi yang digunakan dapat meningkatkan jumlah pengunjung secara positif tanpa menimbulkan biaya operasional yang terlalu tinggi.

Setiap langkah dalam strategi ini didesain untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan di UMKM di SWK Bratang, memastikan bahwa jumlah pengunjung meningkat secara signifikan meskipun situasi ramai, dengan memberikan pelayanan yang prima serta pengalaman yang menyenangkan. Pendekatan ini berpotensi untuk meningkatkan kesuksesan dan daya tarik sentra kuliner sebagai tujuan wisata kuliner yang teratur dan fokus pada kenyamanan para pengunjung.

3.3 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun

1. Faktor Pendukung

a. Lokasi Strategis

Lokasi Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun ini sangat strategis, dikarenakan bisa dikatakan terletak di tengah kota Surabaya yang mudah diakses semua kalangan masyarakat baik menggunakan transportasi umum dan pribadi. Hal ini menyebabkan peningkatan pengunjung terutama pada hari Sabtu dan Minggu, masyarakat sekitar situ pun juga sering mengunjungi SWK ini dikarenakan lokasi yang strategis. Lokasi usaha dikenal sebagai tempat secara fisik

yang memiliki fungsi strategis berlangsung kegiatan usaha yang ikut serta memengaruhi tercapai atau tidaknya suatu tujuan usaha (**Hardiansyah et al., 2019**).

b. Dukungan Pemerintah

Pemerintahan Surabaya juga sangat membantu untuk membenahi seluruh SWK yang ada di Surabaya, tujuannya untuk mendukung kesuksesan UMKM di wilayah Kota Surabaya. Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Surabaya sebagai pengawas dari pemerintah kota telah melakukan pemberdayaan serta berbagai revitalisasi yang bertujuan mengoptimalkan UMKM di Sentra Wisata Kuliner di Surabaya dari segi kualitas. (**Ermawati et al., 2022**)

c. Variasi Produk Kuliner dan Hiburan

Sentra Wisata Kuliner Bratang memiliki banyak variasi makanan dan minuman di setiap *stand*, pada setiap *stand* mempunyai cara tersendiri dalam menarik bagi pengunjung. Tidak hanya makanan tradisional saja, namun di SWK Bratang ini banyak juga makanan kekinian yang bisa dimakan semua kalangan masyarakat. Tidak hanya itu kehadiran hiburan ini dapat meningkatkan pengalaman pengunjung, membuat suasana lebih hidup, dan mendorong mereka untuk tinggal lebih lama atau datang kembali. Musik langsung atau karaoke sering kali menjadi daya tarik tambahan yang dapat membedakan tempat kuliner tersebut dari lokasi lainnya. Hiburan seperti ini juga menciptakan suasana yang lebih santai dan nyaman, yang mendukung aktivitas UMKM di dalam area tersebut.

2. Faktor Penghambat

a. Keterbatasan Lahan Parkir dan Fasilitas

SWK Bratang yang ramai sering kali mengalami masalah keterbatasan lahan parkir, terutama pada saat weekend, bisa menyebabkan kemacetan dan keresahana warga sekitar. Ini bisa menyebabkan ketidaknyamanan bagi pengunjung yang kesulitan menemukan tempat parkir yang cukup aman dan nyaman. Selain itu, fasilitas pendukung seperti toilet dan area duduk juga bisa menjadi tidak memadai saat ramai.

b. Lambatnya Pemrosesan Pesanan

Ketika terjadi lonjakan pengunjung, kapasitas tenaga kerja sering kali tidak seimbang dengan jumlah pesanan yang masuk. Hal tersebut menyebabkan pelanggan menunggu dengan waktu yang lama, yang bisa berujung pada ketidakpuasan pelanggan. Banyak pelaku UMKM di lokasi ini mungkin tidak memiliki sistem untuk mengelola antrian atau memproses pesanan secara efisien, seperti menggunakan teknologi untuk melacak pesanan atau estimasi waktu tunggu secara real-time. Banyak stand di SWK Bratang ini belum juga menggunakan teknologi pembayaran non tunai. Tanpa teknologi ini, proses pelayanan bergantung sepenuhnya pada kecepatan dan keterampilan manual, yang cenderung melambat dalam kondisi sibuk.

c. Kurangnya Pelatihan SDM dalam Manajemen Layanan saat ramai

Tenaga kerja yang terlatih untuk mengelola situasi ramai lebih cenderung mampu mempertahankan kualitas layanan dalam kondisi tinggi pengunjung. Namun, sering kali pengelola UMKM belum memberikan pelatihan khusus kepada karyawan dalam menghadapi situasi tersebut. Tanpa pelatihan yang memadai, petugas di lapangan mungkin tidak memiliki strategi yang baik untuk menghadapi keluhan atau meningkatkan efisiensi pelayanan ketika beban kerja meningkat. Terkadang ketika pengunjung ramai penjual dan pegawai tidak ramah sehingga menyebabkan pengunjung kecewa.

4. KESIMPULAN

Strategi pengelolaan UMKM di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Bratang Binangun sangat berperan dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Adanya faktor pendukung seperti lokasi yang strategis, ragam produk kuliner, dukungan dari pemerintah, dan pemanfaatan media sosial untuk promosi turut berperan dalam meningkatkan daya tarik SWK Bratang sebagai destinasi kuliner. Terdapat beberapa faktor yang menghambat, antara lain keterbatasan ruang parkir, proses pesanan yang lambat saat pengunjung ramai, serta kekurangan teknologi seperti pembayaran digital dan sistem antrian yang efisien.

Tantangan yang dihadapi adalah pengelolaan SDM belum optimal, karena adanya ketidakseimbangan antara kapasitas tenaga kerja yang ada dengan jumlah pengunjung, yang akhirnya berdampak pada keterlambatan layanan. Sebagai hasilnya, SWK Bratang diharapkan bisa meningkatkan pelatihan SDM agar lebih siap menghadapi situasi yang padat dan menggabungkan teknologi guna mendukung kelancaran operasional. Dengan menerapkan strategi manajemen yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian, SWK Bratang mampu mempertahankan daya tariknya dan meningkatkan kualitas pelayanan bagi pengunjung.

DAFTAR RUJUKAN

- Armanda, M. R., & Mala, I. K. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kuliner Di Kota Tangerang Selatan. 2(2).*
- Aulia, O., Pudjowati, J., Rosyafah, S., & Tri, S. (2022). Pemberdayaan UMKM Kampung Kue dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Investasi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2(2)*, 57–63.
- Azzahra, G. N., Azzahra, S., Nabila, S., Rafif, A., & Imadulhaq, H. (2024). EVALUASI UMKM ANEKA JUICE 88 SWK BRATANG BINANGUN. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM), 03(02)*, 107–112.
- Ermawati, Y., Sodikin, M., & Supeni, E. (2022). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya. *Universitas Sains Dan Teknologi Komputer Semarang*, 390–404.
- Fauzi, M. L. (2022). Analisis Pemanfaatan Kodam V Brawijaya Surabaya Sebagai Objek Wisata Kuliner. *JOURNAL ECONOMIC AND STRATEGY (JES), 3(1)*, 86–92.
- Hasan, M. N., Abdillah, F. S., Rahmawati, N., & Halal, P. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL MELALUI WARUNG TITIPAN (WARTIP) UNTUK Mendukung Desa Paciran Sebagai Praja Lamongan | Jurnal Kelitbangan Kabupaten Lamongan Jurnal Kelitbangan Kabupaten Lamongan | PRAJA LAMONGAN. 5*, 47–54.
- Ibrahim, S. S., & Ambore, B. F. (2023). *AN ASSESSMENT OF BUSINESS ENVIRONMENTS AND THEIR EFFECTS ON. 4(13)*, 195–225. <https://doi.org/10.58934/jgeb.v4i13.147>
- Karakter, P., & Dan, W. (2024). *CAPABILITY TERHADAP KINERJA USAHA PADA UMKM DI SENTRA WISATA KULINER KEPUTIH. 9(2)*, 20–24.
- Kartikasari, Chntyia Yohanna; Tanaya, O. (2021). TROPODO, STRATEGI PENGELOLAAN BISNIS KULINER LOKAL BERBASIS DIGITAL DI SENTRA KULINER. *HUMANISM, Jurna Pengabdian Masyarakat, 1(2)*.

- Kosasih. (2021). *ANALISIS DESKRIPTIF KARAKTERISTIK JIWA WIRAUSAHA UMKM DALAM PEMBENTUKAN CLUSTER INDUSTRI*. 15(1), 20–27.
- Kusyanda, M. R. P. (2022). *Strategi pengembangan wisata kuliner desa bukti berbasis potensi lokal*. 19(1), 13–23.
- Muliadi, D. (2023). Manajemen Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada UMKM di Kabupaten Bogor (Studi Kasus pada Usaha Makanan Fast Food). *Journal on Education*, 05(04), 10976–10988.
- Musharianto, A., Sudarwanto, P. B., Subandi, I., & Artha, T. (2024). *PENGUATAN MENAJAMEN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA : STUDI LITERATUR*. 13(1), 37–47.
- Nathasya, S., Sitepu, B., Manajemen, J., Indonesia, B., Nathasya, S., Sitepu, B., Surabaya, U. C., Fiskal, K., & Moneter, K. (2017). Analisis Peran Pemerintah Terhadap Keberhasilan UMKM Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5, 103–116.
- Ningtyas, A. K., & Kusuma, Y. B. (2024). *Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo*. 2(4).
- Nursalim Agus, Afdhal Chatra, Indra Krishernawan, M. Imron Mas'ud, Efendi, S. (2023). *PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PROGRAM PELATIHAN MANAJEMEN DAN PEMASARAN*. 4(6), 11328–11332.
- Panjaitan, T. W. S., Hermanto², Y. B., & Widyastuti³, M. (2020). *ANALYSIS MARKETING STRATEGIES AT CULINARY TOURISM*. 8(1), 725–732.
- Pelayanan, K., & Pelanggan, K. (2021). *Strategi umkm untuk melakukan penjualan dalam dalam mengoptimalkan pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan*. 1–9.
- Tsuraya, A. F. (2023). Strategi Pengembangan dan Pemasaran Produk Menggunakan Sentra Wisata Kuliner UMKM Minuman di Kelurahan Keputih Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya. *JURNAL MENGABDI MASYARAKAT MENGABDI NUSANTARA*, 2(3).
- Verniaputri, A., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) UNTUK MENINGKATKAN CITRA KOTA MALANG SEBAGAI DESTINASI WISATA KULINER (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang)*. 38(2), 105–111.
- Wijaya, J. S., & Soelaiman, L. (2023). *MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI KE SENTRA KULINER PASAR LAMA TANGERANG SEBAGAI DUKUNGAN TERHADAP PEREKONOMIAN UMKM*. 7(1), 92–101.
- Wijayanti, A., Studi, P., Universitas, P., Sarana, B., & Kota, P. (2020). *Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta , Indonesia*. 11, 74–82. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>