

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KULINER DI PUSAT KULINER PRATISTHA HARSA PURWOKERTO

Rochmat Aldy Purnomo

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email: rochmataldy93@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the development strategy Pratistha Harsa Culinary Market. Collecting data using the techniques of interview, observation and literature. The respondents were selected ie Pratistha Harsa Chief Manager, Chairman of the Society Pratistha Harsha, traders culinary Pratistha Harsa. The population of merchants in Pratistha Harsa number of 65 peoples and a sample of 40 seller respondents. Selection of the sample using simple random sampling. This research using SWOT Matrix and QSP Matrix. The results showed that the development strategy for the culinary center Pratistha Harsa obtained from the SWOT Matrix and Matrix QSP is using WT strategy, namely to minimize weaknesses and avoid external threats. It can be concluded that the formulation of the strategy of development of the culinary center Pratistha Harsha, looking at strengths, weaknesses, opportunities and threats of Pratistha Harsa relocation program that decision makers in Pratistha Harsha will apply Weaknesess-Threats Strategy.

Keywords: informal micro bussiness relocation, development strategy, informal sector, pratistha harsa, SWOT.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Pusat Kuliner Pratistha Harsa. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan sastra. Para responden dipilih yaitu Ketua Pengelola Pratistha Harsa, Ketua Paguyuban Pratistha Harsha, pedagang kuliner Pratistha Harsa. Populasi pedagang di sejumlah Pratistha Harsa dari 65 orang dan terambil sampel sebanyak 40 responden. Pemilihan sampel menggunakan *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan *SWOT Matrix* dan *QSP Matrix*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pembangunan untuk pusat kuliner Pratistha Harsa diperoleh dari SWOT Matrix dan Matrix QSP menggunakan strategi WT, yang mana meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman eksternal. Dapat disimpulkan bahwa rumusan strategi pengembangan terhadap pusat kuliner Pratistha Harsa, dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari program relokasi Pratistha Harsa bahwa para pengambil keputusan di Pratistha Harsa, akan menerapkan *Weaknesess-Threats Strategy* agar Pusat Kuliner Pratistha Harsa semakin berkembang dan lebih baik kedepannya.

Kata Kunci: relokasi pedagang kaki lima, strategi pengembangan, sektor informal, Pratistha Harsa, SWOT.

PENDAHULUAN

Rencana tata ruang wilayah erat kaitannya dengan pembangunan daerah yang mencakup seluruh sektor suatu daerah dan memiliki potensi untuk dibangun, baik itu sektor formal maupun informal. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan bahwa sektor informal adalah unit usaha berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa

dengan tujuan utama menciptakan kesempatan kerja dan penghasilan bagi dirinya sendiri, meskipun mereka menghadapi kendala baik modal maupun sumberdaya fisik dan manusia. Sektor informal merupakan urat nadi kehidupan ekonomi jutaan rakyat kecil, terutama di kota. Oleh karena itu, sektor ini bukan saja sumber mata pencaharian yang menyangkut rakyat miskin tetapi juga memberikan kesempatan untuk menciptakan lapangan kerja bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan formal. Dengan demikian, sektor ini mempunyai peranan yang sangat strategis dalam upaya meningkatkan pendapatan rakyat kecil.

Pedagang kaki lima merupakan sebuah fenomena yang tidak terpisahkan dari perekonomian di Indonesia. Sebagian dari para pedagang kaki lima melaksanakan pekerjaannya sesudah jam kerja (ada yang pagi hari bekerja sebagai pegawai, ada yang bekerja di lingkungan perusahaan swasta) atau pada waktu senggang. Ada yang melaksanakan aktivitas sebagai pedagang kaki lima untuk mencapai pendapatan tambahan, tetapi ada pula yang mengandalkan hidup mereka pada kegiatan tersebut.

Seiring berjalannya waktu para pedagang kaki lima ini tetap ada hingga sekarang. Para pedagang ini dianggap mengganggu para pengguna jalan karena pedagang telah memakan ruas jalan dalam mengelarkan dagangannya, khususnya di Kota Purwokerto. Hal ini terjadi karena pedagang kaki lima sering menggunakan ruang publik, yang seharusnya bukan untuk berjualan tetapi digunakan untuk melakukan aktivitas perdagangan. Para pengguna jalan juga dirugikan dengan menyempitnya ruas jalan, sehingga lalu lintas menjadi terhambat karena tidak leluasa bergerak dan pada akhirnya kemacetan tidak dapat dihindari (pengamatan peneliti, 13 April 2015).

Aktifitas perdagangan sektor informal di Kota Purwokerto pada saat ini terdapat di berbagai tempat, termasuk alun-alun, trotoar, di sekitar pasar atau memanfaatkan ruang milik publik lainnya, sehingga perlu dilakukan pengaturan, penataan, pemberdayaan, pembinaan dan pengawasan. Diharapkan sektor informal ini dapat mengembangkan usahanya menjadi kegiatan perekonomian sektor formal yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Permasalahan pedagang kaki lima merupakan suatu permasalahan prioritas di Kota Purwokerto. Pertumbuhan pedagang kaki lima dari tahun ketahun semakin pesat dan tidak terkendali. Jumlah pedagang kaki lima di seluruh kota Purwokerto pada tahun 2009 hanya terdapat 769 PKL, dan tahun 2014 meningkat menjadi 998 PKL. Meskipun sudah dilakukan penertiban tapi hal ini tidak membuat pedagang kaki lima yang berdagang di sepanjang bahu jalan berkurang secara signifikan (Dinperindagkop Kabupaten Banyumas, 2015).

Saat ini Pemerintah Kabupaten Banyumas sudah membuat peraturan untuk mengatur pedagang kaki lima, yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Penataan Dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima. Pada Pasal 6 berbunyi; 1) Setiap orang dilarang melaksanakan kegiatan PKL di ruang milik publik, kecuali pada lokasi yang ditetapkan oleh Bupati; 2) Pada lokasi kegiatan PKL sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bupati menetapkan waktu, ukuran dan bentuk sarana PKL dalam melaksanakan kegiatannya; 3) Bupati dalam menetapkan lokasi kegiatan PKL sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memberitahukan kepada Pimpinan DPRD dan akan memperhatikan saran dan masukan dari Pimpinan DPRD.

Kebijakan tersebut dapat menjadi dasar hukum dalam pengaturan, penataan, pemberdayaan, pembinaan dan pengawasan kegiatan PKL. Pada Pasal 4, setiap PKL berhak: 1) Melaksanakan kegiatan PKL sesuai dengan Surat Penempatan PKL; 2)

Memperoleh pembinaan dalam rangka mengembangkan kegiatan PKL menjadi kegiatan perekonomian sektor formal; 3) Memperoleh fasilitas dalam rangka pemberdayaan PKL.

Salah satu upaya pemerintah untuk memberikan fasilitas kepada PKL ialah menerapkan kebijakan tentang relokasi atau penempatan yang tepat untuk pedagang kaki lima yaitu, dengan cara menyediakan lahan strategis untuk pemasaran barang dagangan para pedagang kaki lima tersebut. Dalam hal ini kepentingan pedagang kaki lima dapat terpenuhi dan tentunya pemerintah dapat mempertimbangkan juga bahwa lahan tersebut tidak mengganggu ketertiban dan kenyamanan kota sehingga diharapkan kepentingan pemerintah dan pedagang kaki lima dapat terpenuhi sehingga dapat tercipta suatu format penyelesaian kebijakan yang berarti kebersihan, keindahan dan kerapihan kota dapat terwujud, kesejahteraan rakyat pedagang kaki lima pun dapat terwujud.

Sebagai wujud dari komitmen Pemerintah Kabupaten Banyumas untuk mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan para pelaku pedagang informal di Banyumas khususnya Kota Purwokerto, dan agar lebih bergairah dalam berusaha dan meningkatkan produksinya sehingga akan menambah pendapatannya, maka pemerintah membuat strategi relokasi pedagang. Salah satunya ialah relokasi para pedagang informal dari beberapa tempat seperti alun-alun Purwokerto, trotoar Pereng dan Jalan Jenderal Soedirman ke Pratistha Harsa.

Pratistha Harsa terletak di sebelah barat alun-alun Purwokerto, kurang lebih 100 meter dari alun-alun. Pada pemerintahan Bupati Drs. Mardjoko, M.M. periode 2008-2013. Pratistha Harsa didirikan untuk mengganti sementara para penjual makanan yang berada di alun-alun Purwokerto, karena ada renovasi jangka panjang alun-alun pada tahun 2009. Namun pada pemerintahan Ir. Achmad Husein, tahun 2013, Pratistha Harsa semakin dikembangkan dengan menambah bangunan baru untuk produk UKM. Pada tahun 2014, Bupati Banyumas secara resmi membuat peraturan Bupati Banyumas tentang Pengelolaan Pusat Produk dan Kuliner Usaha Kecil Menengah Pratistha Harsa.

Relokasi pedagang ke Pratistha Harsa memiliki tujuan diantaranya dapat meningkatkan kualitas pelayanan pedagang. Selain itu, diharapkan dapat membantu pedagang di Pratistha Harsa agar dapat mengembangkan usahanya dan meningkatkan kesejahteraan pedagang. Pratistha Harsa juga merupakan salah satu tempat yang sangat strategis, karena berada di pusat kota. Para pedagang yang berjualan di tempat tersebut dapat memasarkan produknya dengan lebih optimis. Namun, terdapat persaingan antar pusat kuliner di Kota Purwokerto. Hal ini mengakibatkan adanya persaingan antar pusat kuliner, dan Pratistha Harsa membutuhkan strategi pengembangan agar semakin dikenal masyarakat Purwokerto dan sekitarnya.

Pada dasarnya kegiatan relokasi memiliki dampak positif dan negatif baik dilihat dari sisi pendapatan maupun biaya serta lingkungan sosial terhadap para pedagang di Pratistha Harsa dan juga bagi pelaku ekonomi lainnya (konsumen dan pemerintah). Mengingat berbagai kemungkinan dampak yang dapat ditimbulkan dari kegiatan relokasi pedagang di Pratistha Harsa, maka peneliti tertarik untuk melakukan Analisis Strategi Pengembangan Produk Kuliner Di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto.

KAJIAN TEORI

Relokasi diawali dengan adanya pemetaan lahan yang berfungsi untuk mengoptimalkan fungsi lahan tersebut. Konsep relokasi dapat didasari pada teori zonasi lahan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Zonasi berasal dari kata “zona”

yang berarti “area” atau “wilayah”. Zonasi secara harfiah dapat diartikan “pewilayahan” yang kemudian diartibebaskan menjadi “pengelompokkan lahan sejenis dalam suatu wilayah”. Zonasi lahan dapat didefinisikan sebagai upaya atau proses pengelompokkan sejumlah unit lahan yang homogen atau memiliki kesamaan ciri dan kondisi yang akan diolah dan dipergunakan sesuai dengan dan kondisi yang dimilikinya secara terkendali dan berkelanjutan.

Relokasi juga didasari pada teori lokasi. Teori ini berfungsi untuk memperkuat relokasi sebagai suatu tata ruang untuk meningkatkan kegiatan ekonomi di suatu daerah. Teori lokasi pertama kali dirumuskan oleh Christaller (1933) dan dikenal sebagai teori pertumbuhan perkotaan yang pada dasarnya menyatakan bahwa pertumbuhan kota tergantung spesialisasinya dalam fungsi pelayanan perkotaan, sedangkan tingkat permintaan akan pelayanan perkotaan oleh daerah sekitarnya akan menentukan kecepatan pertumbuhan kota (tempat pemusatan) tersebut. Terdapat tiga faktor yang menyebabkan timbulnya pusat – pusat pelayanan: (1) faktor lokasi ekonomi, (2) faktor ketersediaan sumberdaya, dan (3) faktor investasi pemerintah (Priyarsono, 2007:16).

Membahas tentang istilah informal. Pada tahun 1970-an, Hart dalam studinya tentang masalah-masalah perkotaan di Ghana untuk pertama kali menggunakan dua terminologi yang dikenal dengan kesempatan memperoleh pendapatan dari sektor informal dan formal (*informal and formal income opportunities*). Kesempatan memperoleh pendapatan dari sektor informal untuk menggambarkan pendapatan yang diperoleh dari usahanya sendiri. Sedangkan usaha yang diperoleh dari gaji baik dari pemerintah maupun swasta dan dari tunjangan pensiun serta tunjangan pengangguran disebut pendapatan formal. Semenjak konsep sektor informal digunakan pertama kali dalam studi di Ghana oleh Hart (1973) kemudian konsep tersebut dipinjam oleh ILO/UNDP (*International Labour Organization/United Nations Development Programme*) dalam laporannya tentang *Employment Mission to Kenya* (ILO, 1972). Konsep informal tersebut mulai mendapat tempat yang penting dalam berbagai literatur studi pembangunan khususnya kebijakan yang berhubungan dengan tenaga kerja.

Peneliti mencoba untuk menyusun kombinasi karakteristik sektor informal berdasarkan pendapat para pakar yang telah dibahas di atas, namun demikian tidak berarti bahwa karakteristik ini bersifat universal. Adapun kombinasi karakteristik sektor informal adalah Sektor informal mudah dimasuki, tidak memerlukan izin untuk beroperasi, menggunakan teknologi sederhana dan padat tenaga kerja, tidak ada akses ke institusi keuangan formal, beroperasi dalam skala kecil dan biasanya milik keluarga, unit usaha yang tidak terorganisir, kesempatan kerja di sektor ini tidak terproteksi sebab tidak diatur oleh peraturan pemerintah.

Kemudian terkait pedagang kaki lima. Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 4 Tahun 2011, pedagang Kaki Lima yang selanjutnya disingkat PKL, adalah pedagang perorangan yang melakukan kegiatan berdagang barang dan/atau jasa yang menggunakan ruang milik publik yang bersifat sementara dengan menggunakan peralatan bergerak dan/atau tidak bergerak. Kegiatan pedagang kaki lima adalah kegiatan-kegiatan ekonomi yang sifatnya pinggir, karena kegiatan di sektor ini biasanya didukung oleh individu-individu yang tidak memiliki persyaratan pendidikan, ketrampilan dan modal tertentu, yang rupanya menjadi syarat di industri modern.

Pedagang kaki lima dapat dikategorikan seperti pedagang yang menjajakan barang-barang dagangan mereka di atas gelaran tikar atau tempat duduk yang tidak permanen di

pinggir jalan pada umumnya di muka toko-toko atau pada tempat-tempat lainnya yang dianggap mereka strategis, pedagang yang menjajakan makanan atau minuman, mainan, pakaian bekas atau baru tetapi tidak standar, pedagang yang bermodal kecil dan bahkan tidak jarang merupakan alat pemilik modal kuat dengan mendapat sekedar komisi sebagai imbalan atas jerih payah mereka.

Pedagang kaki lima adalah kelompok masyarakat yang kurang diuntungkan akibat belum adanya kebijakan tata ruang pertanahan yang mampu mengangkat mereka dari jurang keterpinggiran, baik secara ekonomis, politik dan sosial budaya (Bobo, 2003:152). Pemahaman tentang pedagang kaki lima dapat kita kaitkan dengan tujuan dari pedagang kaki lima, yang salah satunya ialah memperoleh pendapatan. Selanjutnya akan dibahas mengenai pendapatan.

Kemudian membahas mengenai pendapatan, dimana pendapatan diperoleh dari hasil penjualan yang melebihi biaya produksi atau dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Salah satu cara melihat tingkat pendapatan ialah dengan mengukur *profit margin* dari setiap usaha perdagangan. Profitabilitas dan pemasaran barang atau jasa dikatakan tinggi apabila mampu menghasilkan *profit margin* yang tinggi. Yang dimaksud dengan *profit margin* ialah kemampuan pedagang atau perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang dicapai.

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang adalah merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran.

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada obyek ekonomi berdasarkan prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Pendapatan diperoleh dari hasil penjualan yang melebihi biaya produksi atau dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Pengertian dapat dikategorikan antara lain: pendapatan berupa uang yang diperoleh dari gaji atau upah meliputi kerja pokok; kerja lembur; kerja sambilan atau sampingan; pendapatan yang bukan berupa uang, meliputi: beras; pengobatan; transportasi.

Selain itu, dalam ilmu ekonomi, biaya diartikan sebagai semua pengorbanan yang perlu untuk suatu proses produksi, dinyatakan dalam uang menurut harga pasar yang berlaku. Besarnya biaya jelas berhubungan dengan banyak sedikitnya jumlah produksi yang dihasilkan (Soemarso, 2003 : 57). Terkadang pengeluaran yang tidak berupa uang, tidak dihitung sebagai biaya. Padahal sebenarnya tenaga sendiri dan bahan-bahan itu juga harus ikut diperhitungkan sebagai biaya, meskipun tidak berupa pengeluaran uang. Contoh seperti penyusutan gedung dan alat produksi. Biaya seperti itu yang secara ekonomis harus di hitung sebagai biaya produksi tetapi bukan merupakan pengeluaran uang, sering disebut biaya implisit.

Bagaimana caranya pengorbanan atau biaya yang tidak menyangkut pengeluaran uang itu harus diperhitungkan? biaya-biaya tersebut dinilai dalam uang, yaitu disamakan dengan harga yang umum berlaku dalam masyarakat untuk hal seperti itu, misalnya harga pasar untuk hasil kebun sendiri. Cara ini dalam ilmu ekonomi disebut biaya alternatif (*alternative cost* atau *opportunity cost*). Setelah memahami konsep pedagang kaki lima dan definisi dari pendapatan dan biaya, maka konsep tersebut dapat dihubungkan dengan konsep relokasi.

Secara harfiah, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia relokasi diartikan sebagai pemindahan tempat atau pemindahan dari suatu lokasi ke lokasi lain. Jika dikaitkan dalam konteks pedagang kaki lima, relokasi dapat diartikan pemindahan suatu lokasi perdagangan dari pedagang kaki lima ke lokasi perdagangan yang baru.

Relokasi atau *relocation* merupakan salah satu alternatif untuk memberikan kesempatan kepada pedagang kaki lima yang berjualan dengan status di lahan yang tidak legal (ilegal) atau berdagang di lingkungan yang rawan bencana untuk menata kembali dan melanjutkan berdagang di tempat yang baru. Relokasi juga merupakan salah satu bentuk aplikasi yang mensinergikan antara kebijakan pemerintah dengan pedagang kaki lima.

Relokasi diartikan dengan perpindahan atau pemindahan lokasi, baik suatu industri ataupun tempat berdagang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan alasan-alasan tertentu. Relokasi yaitu sebuah perubahan di fisik lokasi dari sebuah bisnis. Sebuah bisnis mungkin merelokasi karena meningkatnya biaya pada saat pengadaan fasilitas, karena keringanan pajak di lokasi yang berbeda, perubahan melalui pasar sasaran atau untuk alasan lain.

Program relokasi atau *relocation* merupakan program yang dilaksanakan dengan perencanaan yang sangat cermat. Sebelum memutuskan rencana relokasi perlu mempersiapkan kerangka rencana atau kerangka kebijakan kembali secara matang. Program relokasi dikembangkan atas dasar partisipatif, sehingga keputusan perpindahan dibuat sendiri oleh pedagang

Relokasi mengandung arti bahwa terjadi perubahan zonasi yang dilakukan pemerintah terhadap suatu wilayah agar menjadi lebih produktif dan lebih baik. Termasuk juga terhadap relokasi pedagang, pada dasarnya setiap orang yang bekerja maupun berdagang, mengharapkan hasil dan keuntungan, baik berupa uang maupun barang. Kemudian dari hasil tersebut dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik untuk dirinya sendiri dan keluarganya. Inilah yang biasanya dikenal dengan istilah pendapatan.

Salah satu aktivitas pedagang yang secara rutin ialah menghasilkan pendapatan. Dengan adanya relokasi, maka akan terjadi perubahan struktur pendapatan mereka. Dimana akan terdapat perbedaan penjualan dan biaya-biaya operasional (retribusi, upah tenaga kerja, transportasi, bahan baku, listrik, sewa tempat, kebersihan, sampah dan paguyuban). *Profit margin* yang lebih tinggi setelah relokasi menandakan kemampuan pedagang menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu yang disebabkan kenaikan tingkat penjualan lebih besar daripada biaya operasi.

Sedangkan *profit margin* yang rendah menunjukkan rendahnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat penjualan tertentu yang disebabkan penjualan yang terlalu rendah untuk biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Secara umum *profit margin* yang rendah menunjukkan ketidak efisienan manajemen.

Relokasi juga bukan hanya suatu proses pemindahan orang-orang dari suatu lokasi, akan tetapi juga memindahkan perilaku dan identitas dari pedagang tersebut. Dampak lingkungan sosial adalah perubahan dalam kondisi kehidupan orang-orang yang terjadi bersama dengan suatu kebijakan yang baru, program atau proyek.

Permasalahan inti dari relokasi adalah kehilangan masyarakat atas mata pencaharian serta penurunan kemampuan potensial mereka akibat dari pemindahan tersebut. Ketika suatu pedagang terpaksa untuk pindah maka sistem produksi yang sudah ada menjadi

berkurang. Banyak aset pendapatan yang hilang seperti hilangnya pelanggan karena berpindahnya tempat dagang, adaptasi terhadap pesaing baru, dan berkuat pada peraturan-peraturan baru.

Selain hal itu, kita dapat melihat dampak negatif lain yang mungkin timbul bagi pedagang yang direlokasi, antara lain kehidupan pedagang dapat terkena akibat atau dampak yang mengakibatkan penderitaan. Mata rantai antara produsen dan konsumen dapat terputus, jaringan sosial informal yang merupakan bagian dari sistem pemeliharaan kehidupan sehari-hari menjadi rusak, organisasi setempat dan perkumpulan formal dan informal lenyap karena berubahnya anggota mereka. Masyarakat dan otoritas tradisional dapat kehilangan pemimpin mereka.

Namun menurut Wet (2002), hasil yang diharapkan dari proses relokasi adalah agar kondisi masyarakat yang direlokasi menjadi lebih baik dari kondisi sebelum terjadi relokasi. Kondisi yang lebih baik tersebut meliputi: tingkat pendapatan, keberagaman sumber pendapatan, status dan jaminan di lokasi yang baru, akses terhadap pelayanan infrastruktur dasar. Ada 5 kategori nilai-nilai yang didapatkan oleh pedagang yang direlokasi, antara lain kemakmuran (*wealth*) yang berisikan banyak faktor yang berkaitan dengan capaian ekonom individu. faktor-faktor tersebut terdapat dalam berbagai bentuk, antara lain upah yang lebih tinggi, pendapatan yang lebih baik, biaya hidup yang rendah, retribusi yang efisien, stabilitas perdagangan

Kemudian kenyamanan (*comfort*), dapat dilihat sebagai tujuan untuk mencapai kondisi hidup maupun yang lebih nyaman, termasuk di dalamnya adalah tempat dagang yang lebih baik, lingkungan tempat dagang yang menyenangkan, teman kerja yang lebih baik, keadaan tempat yang lebih sehat. Selain itu, yaitu stimulasi, berkaitan dengan kegiatan yang menyenangkan, seperti adanya paguyuban baru dan membentuk berbagai kegiatan seperti rekreasi dimana sebagai bentuk kegiatan yang dapat mengurangi kejenuhan dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru.

Kemudian afiliasi, mengacu pada nilai seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam hubungannya dengan relokasi tersebut. Berafiliasi dengan pihak lain dapat pula menjadi faktor yang memfasilitasi pencapaian tujuan personal dalam migrasi dan moralitas, terkait dengan nilai serta sistem keyakinan yang menentukan cara hidup yang baik maupun buruk, seperti norma agama. Nilai moral dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku seseorang maupun masyarakat, tergantung tingkat komitmen dari individu.

Setelah memahami konsep dari relokasi, selanjutnya dapat dijabarkan konsep dari dampak. Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi (KBBI Online, 2015).

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.

Dari penjabaran tersebut, maka kita dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian yaitu pengertian dampak positif dan dampak negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme (KBBI Online, 2015).

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya (KBBI Online, 2015). Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

Selanjutnya berbicara mengenai analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dalam suatu pengembangan bisnis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan dari pelaku bisnis (Rangkuti, 2006:19).

Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus bisa menganalisis faktor-faktor strategis dari bisnis yang dijalankan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*).

Selain itu. *Quantitative Strategy Planning Matrix* dibuat berdasarkan hasil dari tahap pengumpulan data dan tahap analisis sebelum diambil strategi pengembangan. Dengan menggunakan matrik ini maka perencana strategi dapat menetapkan kemenarikan relatif (*relative attractiveness*) dari strategi yang bervariasi berdasarkan nilai kemenarikan yang sesuai dengan hasil dari pertemuan rapat manajemen (Choirul, 2001).

Tahap dalam menggunakan matrik QSP terdiri dari lima tahap (Choirul, 2011), yaitu membuat daftar *external opportunities, threats dan internal strengths, weakness* yang diambil dari matrik SWOT, kemudian meneliti matrik dengan mengidentifikasi strategi alternatif yang harus dipertimbangkan pelaksanaannya oleh perusahaan.

Setelah itu menetapkan *attractive score*, yaitu sebuah angka yang menunjukkan *relative attractiveness* untuk masing-masing strategi yang dipilih. *Attractiveness score* ditetapkan dengan cara meneliti masing-masing faktor eksternal dan internal dengan batasan nilai antara 0 sampai dengan 4.

Langkah selanjutnya, menghitung total *attractiveness score* dari perkalian *rating* (tahap 2) dengan *attractiveness score* (tahap 3) pada masing-masing matrik. Nilai total *attractiveness score* menunjukkan *relative attractiveness* dari masing-masing strategi alternatif. Kemudian menghitung semua total *attractiveness score* pada masing-masing kolom *QSPM*. Nilai total *attractiveness score* alternatif strategi terbesar menunjukkan alternatif strategi itu menjadi pilihan utama dan nilai total *attractiveness score* terkecil menjadi pilihan terakhir. Setelah tahap ini dilakukan, dapat diketahui strategi dan pengembangan bagi Pratistha Harsa untuk ditindaklanjuti oleh para pengambil keputusan di Pratistha Harsa.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode survey, penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel. Penelitian ini juga berfokus pada penjelasan secara sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan. Dengan kata lain, menyelidiki suatu hal untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, dengan harapan mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara langsung dengan peserta terpilih dan dilengkapi dengan daftar pertanyaan yaitu wawancara dengan Kepala Pengelola Pratistha Harsa, Ketua Paguyuban Pratistha Harsa dan kuisisioner kepada para pedagang Kuliner Pratistha Harsa. Kemudian data sekunder, yaitu data informasi umum tentang objek penelitian yang diperoleh dengan menelaah catatan, referensi maupun data yang ada pada usaha terkait seperti daftar nama pedagang pusat kuliner Pratistha Harsa, daftar retribusi pedagang pusat kuliner Pratistha Harsa, dan sebagainya.

Peneliti menganalisis tentang strategi pengembangan untuk keberlanjutan relokasi tersebut. Dari sisi strategi pengembangan, peneliti menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Pratistha Harsa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah *SWOT Matrix* dan *QSP Matrix*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pratistha Harsa merupakan sebuah lahan yang dulunya terdiri dari gedung Dinas Kesehatan dan Puskesmas Pereng serta bangunan-bangunan semi permanen serta permanen yang diisi oleh pedagang-pedagang pakaian, sepatu, dan peralatan elektronik. Setelah pemerintah memulai proyek bangunan Pratistha Harsa, bangunan-bangunan tersebut kemudian dirobohkan.

Awalnya Pratistha Harsa didirikan untuk mengganti sementara tempat penjual-penjual yang ada di alun-alun Purwokerto dan sekitarnya, karena ada renovasi jangka panjang alun-alun pada tahun 2009. Nama Pratistha Harsa diberikan oleh mantan Bupati

Banyumas periode 2008-2013 yaitu Drs. Mardjoko M.M. Pratistha Harsa memiliki arti yaitu “keinginan yang luhur”.

Pembangunan Pratistha Harsa dilakukan selama 3 tahun, dari tahun 2009 sampai tahun 2012. Pemerintah Banyumas memiliki visi membina dan mengembangkan usaha kecil dan menengah guna menopang ketahanan ekonomi masyarakat dan sebagai wahana dalam penciptaan lapangan kerja di Kabupaten Banyumas. Bupati Banyumas kemudian menetapkan Peraturan No. 36 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pusat Produk dan Kuliner Usaha Kecil dan Menengah Pratistha Harsa.

Pemilihan tempat bagi proyek Pratistha Harsa juga memiliki beberapa alasan, antara lain selain tidak terlalu jauh dari pusat kota, tempat relokasi Pratistha Harsa memiliki luas lahan yang cukup untuk para pedagang. Saat ini, Pratistha Harsa adalah salah satu pusat kuliner di Purwokerto karena semua jenis makanan, jajanan dan minuman tradisional ada di Pratistha Harsa. Dengan banyaknya pedagang makanan kaki lima yang dipindah ke pusat kuliner Pratistha Harsa, maka dapat membuat area pusat kota Purwokerto tertata rapi dan lebih terjaga kebersihannya.

Pratistha Harsa di bawah kewenangan bidang UKM di Dinperindagkop Kabupaten Banyumas. Pengelolaan Pratistha Harsa dibagi menjadi dua blok, yaitu Blok A berupa pusat produk UKM yang terdiri dari Lantai I dan Lantai II, lantai II blok A rencananya dalam waktu dekat akan disewakan kepada pihak ke-3 untuk tempat permainan anak dan Blok B berupa pusat kuliner di lantai I dan bidang UKM lainnya seperti kegiatan jasa-jasa yang mendukung pusat produk UKM di lantai II. Peran bidang UKM yaitu mengawasi dan mengatur arus pendapatan, kebersihan, karyawan dan keamanan Pratistha Harsa.

Dinperindagkop memiliki 22 pegawai yang ditunjuk untuk mengurus aktivitas keseharian di Pratistha Harsa. Pengelola Pratistha Harsa terdiri dari 5 pegawai negeri sipil, keamanan terdiri dari 3 orang, dan pembersih terdiri dari 4 orang. Blok A terdiri dari supervisor sebanyak 2 orang, kasir 4 orang, dan pramuniaga 4 orang. Sistem pengaturan pegawai terdiri dari seorang kepala pengelola yang memiliki 21 bawahan yang terbagi untuk mengelola Blok A dan Blok B.

Sistem organisasi Pratistha Harsa terdiri dari seorang kepala pengelola, yang memiliki bawahan yaitu pengelola usaha kecil menengah dan supervisor. Pengelola usaha kecil menengah dibantu oleh bawahannya yaitu petugas administrasi, pemungut retribusi, keamanan dan kebersihan serta supervisor. Selain itu, supervisor dibantu petugas kasir dan pramuniaga. Kepala Pengelola memiliki tugas untuk mengawasi dan mengkoordinasi para bawahannya agar kegiatan di Pratistha Harsa tetap berjalan baik.

Supervisor memiliki tugas untuk mengecek kondisi produk UKM yang masuk dan diperdagangkan di Pratistha Harsa. Setelah itu, petugas kasir bertugas untuk melayani pengunjung yang hendak membeli produk UKM tersebut, dan pramuniaga bertugas untuk melayani pengunjung dengan memberikan informasi-informasi terkait produk yang hendak dibeli oleh pengunjung.

Pada Blok B Pratistha Harsa, pengelola UKM memiliki tugas untuk membantu Kepala Pengelola mengatur dan mengkoordinir aktivitas dan kegiatan di sektor blok B (pusat kuliner). Petugas administrasi memiliki tugas untuk merekap dan menghitung segala penerimaan dari pedagang, baik dalam bentuk iuran harian atau iuran bulanan yang disetor oleh pemungut retribusi.

Pemungut retribusi memiliki tugas untuk mengambil iuran langsung dari para pedagang, dan keamanan bertugas untuk menjaga keadaan di Pratistha Harsa agar tetap aman dan kondusif untuk berdagang serta agar keamanan Pratistha Harsa lebih baik,

pengelola bekerjasama dengan karang taruna Pereng. Petugas pembersih memiliki tugas untuk menjaga kebersihan sebelum para pedagang memulai menata dagangan mereka, maupun sesudah para pedagang selesai berjualan dari pukul 13.00 WIB sampai pukul 21.00 WIB.

Kepala Pengelola secara bertahap mendapat laporan dari bidang pengelola UKM dan supervisor tentang perkembangan Pratistha Harsa, dan kepala pengelola secara aktif juga ikut serta melihat kondisi pedagang dan kondisi produk UKM, dan juga melaporkan perkembangan Pratistha Harsa ke Dinperindagkop bagian UKM. Selain struktur Pratistha Harsa, para pedagang juga membuat struktur organisasi paguyuban pedagang Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto. Kepengurusan tersebut terbentuk atas dasar kebersamaan dan kegotongroyongan dari para pedagang yang berinisiatif menginginkan adanya perubahan dan kemajuan bagi Pasar Kuliner Pratistha Harsa.

Organisasi paguyuban tersebut dibina oleh kepala pengelola Pratistha Harsa. Ketua memiliki hak untuk menentukan sendiri kepengurusan di bawahnya yang meliputi sekretaris, bendahara, seksi ketertiban dan keamanan, seksi sarana lingkungan, serta seksi hubungan antar pedagang dengan beberapa masukan dan rekomendasi dari penasihat.

Seksi ketertiban dan keamanan memiliki tugas untuk membantu petugas keamanan Pratistha Harsa menjaga ketertiban dan keamanan di kompleks Pratistha Harsa agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan, seperti pencurian, sabotase, maupun gangguan dari pengunjung. Seksi sarana lingkungan memiliki tugas untuk selalu mengontrol dan melakukan perawatan sarana yang menunjang para pedagang, seperti ketersediaan air bersih, ketersediaan penerangan, dan perawatan peralatan kebersihan yang digunakan di lingkungan paguyuban pasar kuliner Pratistha Harsa.

Seksi hubungan antar pedagang memiliki tugas untuk mengadakan kegiatan yang bersifat kegotong-royongan seperti kegiatan kerja bakti. Selain itu, dalam menjalankan organisasi paguyuban, pengurus juga menyepakati adanya iuran yang dikenakan kepada seluruh pedagang guna peningkatan mutu dan kemajuan pedagang itu sendiri. Setiap seksi terdiri dari koordinator dan anggota. Banyaknya anggota yang direkrut dari masing-masing seksi, tergantung dari kebutuhan setiap koordinator. Ketua membebaskan koordinator seksi untuk memilih anggotanya.

Sejak diresmikannya Pratistha Harsa menjadi pusat kuliner di Purwokerto, pusat kota Purwokerto menjadi semakin rapi juga bersih dan masyarakat tidak perlu susah-susah mencari penjual jajanan di pinggir jalan, masyarakat Purwokerto tentu lebih mudah dalam hal mencari jajanan atau kuliner. Dengan adanya relokasi Pratistha Harsa, produksi dari pedagang diharapkan mengalami perkembangan dikarenakan dengan kondisi prasarana dan sarana yang baik, diharapkan pengunjung lebih sering datang dan membeli kuliner di Pratistha Harsa.

Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Banyumas bekerjasama dengan satuan polisi pamong praja menghimpun siapa saja yang saat itu berjualan di pinggir jalan di area alun-alun Purwokerto dan sekitarnya yang selanjutnya dibantu untuk menentukan los yang ingin dipakai di Pratistha Harsa. Pratistha Harsa merupakan suatu wadah untuk pedagang yang sudah berjualan di beberapa tempat di pinggir jalan seperti alun-alun Purwokerto. Para pedagang berjualan dengan masa waktu yang berbeda-beda baik sebelum relokasi dan sesudah adanya relokasi ke Pratistha Harsa. Mayoritas pedagang kuliner Pratistha Harsa berdagang antara 6 sampai 15 tahun. Pedagang yang sudah lebih dari 20 tahun yaitu 22 tahun (penjual gorengan) dan 35 tahun (penjual soto).

Pedagang yang berjualan di Pratistha Harsa didominasi oleh pedagang yang berumur 50 tahun-an. Pedagang yang paling tua berusia 67 tahun. Pedagang yang paling muda berusia 26 tahun. Kebijakan relokasi ini bermanfaat karena para pedagang di Pratistha Harsa dengan umur 50 tahun-an merasa lebih nyaman dalam menjual dagangan kulinernya. Mereka tidak perlu khawatir tentang perubahan cuaca (hujan dan panas) yang bisa mempengaruhi stamina mereka untuk bekerja. Di sisi lain, kualitas makanan dan minuman yang mereka jual lebih bersih karena tidak bersinggungan langsung dengan polusi udara.

Pedagang kuliner Pratistha Harsa mayoritas berupa makanan, mulai dari makanan ringan sampai makanan berat seperti nasi rames (lauk pauk), ayam goreng, mie ayam, bakso, soto, mendoan, dan lainnya. Pedagang yang berjualan minuman didominasi jus buah, dan minuman ringan seperti kopi dan teh. Beberapa pedagang fokus pada penjualan makanan atau minuman, namun ada beberapa pedagang yang menjual makanan dan minuman sekaligus. Hal ini dilakukan pedagang untuk memudahkan pengunjung dalam membeli produk yang dibutuhkan dalam satu tempat dan meningkatkan pendapatan pedagang juga.

Ada juga pedagang yang berjualan selain makanan dan minuman lainnya antara lain berjualan rokok, *VCD*, dan mainan. Pengelola mengizinkan penjualan selain makanan dan minuman karena pada saat relokasi, mereka ikut didata dan diberi kesempatan untuk memilih los di Pratistha Harsa. Pengelola berfikir daripada mereka berjualan kembali di pinggir jalan, lebih baik diberikan tempat di Pratistha Harsa. Namun, bagi pedagang yang baru masuk, dilarang untuk berjualan selain kuliner.

Rata-rata pedagang membuka dagangannya sekitar pukul 15.00 WIB dan tutup sekitar pukul 10.00 WIB. Namun hal itu relatif, apabila dagangan masih banyak, pedagang bisa tutup lebih malam, namun apabila dagangan habis lebih cepat, jam kerjanya pun lebih cepat. Pedagang dengan jam kerja diatas 8 jam yaitu pedagang yang menjual rokok dan minuman seperti kopi, susu madu, jahe, dan sebagainya. Mereka biasanya berjualan dari sore sampai dini hari. Pedagang kuliner Pratistha Harsa memiliki latar belakang pendidikan yang didominasi oleh lulusan SD dan SMP. Dengan kata lain, tingkat pendidikan pedagang di Pratistha Harsa didominasi oleh mereka yang memiliki tingkat pendidikan formal rendah.

Rata-rata pedagang dengan tingkat SD dan SMP mengaku bahwa kegiatan berdagang sudah mereka lakukan bersama orang tua mereka dan saat ini menjadi usaha yang turun-temurun. Karena itulah ketika mereka lulus dari SD dan SMP, mereka langsung bekerja dan tidak melanjutkan pendidikan. Ada juga pedagang yang mengaku bahwa pada saat mereka ingin melanjutkan, mereka terbentur dengan keterbatasan biaya untuk sekolah. Karena itulah mereka mengatakan lebih baik berdagang dibandingkan sekolah. Ada juga pedagang dengan latar belakang sarjana, namun hanya ada 1 orang. Dia menyebutkan bahwa kegiatan berdagang sudah dia geluti sejak SMA, karena itulah sampai dengan sarjana, ia tetap cenderung berdagang dan tidak mencari pekerjaan.

Jarak rumah pedagang yang berjualan di Pratistha Harsa didominasi pedagang yang memiliki jarak 1-1,9 km dari rumah menuju Pratistha Harsa, dan ada yang memiliki jarak 3-3,9 km dari rumah. Ada beberapa pedagang yang memiliki rumah dengan jarak kurang dari 500 meter untuk sampai ke Pratistha Harsa. Mereka lebih menyukai berjalan kaki dengan membawa barang dagangan. Bagi mereka, selain dapat menghemat pengeluaran, mereka biasanya membawa gerobak tambahan untuk membawa dagangan mereka ke Pratistha Harsa.

Pedagang kuliner Pratistha Harsa merupakan pedagang yang mayoritas berasal dari pedagang kaki lima kawasan Ragasemangsang dan selebihnya merupakan pedagang Pereng. Dapat dilihat bahwa pemerintah memang memprioritaskan penertiban dan kerapihan dari pusat kota (sekitar alun-alun Purwokerto) dan kawasan sekitarnya. Hal ini juga menjadi kelebihan bagi para pedagang itu sendiri. Karena tempat relokasi yang tidak begitu jauh dari tempat semula mereka berdagang, terlebih kepada para pedagang Pereng.

Analisis mengenai kondisi umum Pratistha Harsa berdasarkan analisis mengenai faktor yang mendorong (kekuatan dan peluang) dan menghambat (kelemahan dan ancaman) perkembangan Pusat Kuliner Pratistha Harsa dapat dijabarkan mulai dari sisi **Kekuatan (Strengths)**, yang mana kekuatan menjadi aspek utama untuk menciptakan strategi yang akan dibuat oleh pengelola maupun pedagang untuk tetap bertahan dari segala bentuk konsekuensi seperti rugi dan bangkrut. Dengan menganalisis kekuatan, maka akan sangat bermanfaat dalam mengukur pola persaingan di Pratistha Harsa dan untuk menilai siapa diantara kekuatan tersebut yang dominan. Beberapa kekuatan yang terdapat di Pratistha Harsa, antara lain : 1) Keramahan pedagang, pedagang di Pratistha Harsa memiliki adat dan sopan santun yang baik dalam melayani para pengunjung yang datang di Pratistha Harsa. Hal ini dapat menjadi modal yang sangat baik untuk membangun *image* pedagang kuliner Pratistha Harsa; 2) Jenis makanan yang beragam, hampir semua makanan khas Banyumas dapat jumpai di Pratistha Harsa. Tidak hanya makanan khas Banyumas saja, makanan khas dari daerah lain juga ada, seperti es dawet Banjarnegara, ampyang Purbalingga, klanting Kebumen, gudeg Jogja dan masih banyak lagi.

Jajanan tradisional kue lapis, ciwel, dadar gulung, arem-arem, bubur kacang ijo dan lain-lain. Selain makanan tradisional, juga ada makanan maupun minuman inovasi baru seperti jajanan kue, gorengan, bubur ayam, ayam goreng, mie ayam, bakso, es campur, es jus dan masih banyak lagi tentunya; 3) Adanya keinginan kuat untuk menghidupkan program paguyuban, Pedagang di Pratistha Harsa sudah memiliki pengalaman pada kegagalan program paguyuban sebelum serta menjadikan itu sebagai pengalaman berharga sehingga yakin akan berhasil apabila kembali dihidupkan. Para pengurus baru sudah memiliki perencanaan yang lebih baik dari sebelumnya. Selain itu, suasana paguyuban sudah semakin kondusif dan aktifnya partisipasi dari setiap anggota paguyuban.

Kemudian dari sisi **Kelemahan (Weaknesses)**, Pusat kuliner Pratistha Harsa memiliki beberapa kelemahan yang sebaiknya perlu diperbaiki dan diminimalisir. Antara lain : 1) Ketimpangan pendapatan pedagang kuliner terdapat perbedaan pendapatan dari pedagang yang berjualan di dekat pintu masuk dengan pedagang yang berjualan di bagian yang jauh dari pintu masuk. Peneliti mengamati bahwa para pengunjung lebih cenderung membeli kuliner yang dekat dengan pintu masuk, akibatnya para pedagang yang jaraknya jauh dari pintu masuk tidak mendapatkan pengunjung sebanyak pedagang yang berjualan di pintu masuk. Hal ini mengakibatkan tingkat pendapatan pedagang yang berjualan di area pintu masuk lebih besar dibandingkan pendapatan pedagang yang berjualan namun jauh dari pintu masuk; 2) Belum ada standarisasi kebersihan dari pedagang. Peneliti mengamati bahwa pedagang yang berjualan di Pratistha Harsa tidak memiliki standarisasi kebersihan seperti standarisasi pengelolaan produk dan standarisasi pengemasan untuk dijual kepada pengunjung.

Sebagai contoh, terdapat pedagang yang mengambil gorengan yang akan dijual kepada pengunjung dengan menggunakan tangan, tanpa menggunakan alat bantu yang steril; 3) Media dan sasaran promosi kurang. Berdasarkan kuesioner saran dan kritik dari

pedagang, banyak yang mengatakan bahwa media promosi Pratistha Harsa masih kurang. Kepala pengelola sudah melakukan berbagai promosi melalui media cetak Koran, baliho dan umbul-umbul namun hanya di awal berdirinya Pratistha Harsa. Promosi juga melalui media elektronik seperti radio, situs blog dan televisi di Banyumas TV pada awal berdirinya Pratistha Harsa. Namun pengelola tidak melakukan promosi secara rutin. Berdasarkan observasi dari peneliti, sasaran promosi dari kegiatan promosi juga masih kurang. Hal ini dibuktikan bahwa Kepala pengelola mengatakan sasaran utama yaitu para pegawai negeri sipil di Kabupaten Banyumas. Pengelola belum memiliki strategi agar segmentasi seperti anak-anak dan remaja agar mau mengunjungi Pratistha Harsa.

Berbicara mengenai **Peluang (Opportunity)**. Yang pertama, ialah adanya Investor yang bersedia berinvestasi. Beberapa pedagang bisa mendapatkan kredit mikro dari beberapa instansi dengan tingkat suku bunga yang rendah, hal ini menandakan adanya reaksi positif dari para instansi pemegang modal untuk memajukan pedagang di Pratistha Harsa. Kemudian, pemerintah yang mendukung Pratistha Harsa. Pemerintah menganjurkan kepada para pegawai negeri sipil di sekitar alun-alun, apabila sudah waktu istirahat, untuk membeli makanan ataupun minuman di Pratistha Harsa. Apabila pengelola dan pedagang konsisten menjaga aktivitas Pratistha Harsa ini, para pegawai negeri sipil akan terus datang dan manfaatnya akan semakin dirasakan oleh banyak pedagang maupun pegawai negeri sipil. Selain itu, pemerintah juga membuka peluang kepada para pedagang yang ingin menambah modal, dengan mengajukan proposal kepada Dinperindagkop Kabupaten Banyumas.

Selanjutnya mengenai **ancaman (Threats)**. Seberapa besar ancaman bagi Pratistha Harsa ini tergantung dari bagaimana reaksi pedagang tersebut dalam menyikapinya. Beberapa hal yang dapat menjadi ancaman bagi Pratistha Harsa, ialah pusat kuliner di luar Pratistha Harsa. Dibangunnya pusat-pusat perbelanjaan dan pusat kuliner baru lainnya disekitar Pratistha Harsa menjadikan persaingan semakin ketat. Banyaknya pedagang-pedagang diluar Pratistha Harsa yang menjual berbagai makanan dan minuman sejenis, menjadi daya saing tersendiri untuk tetap mempertahankan pelanggan dan juga untuk dapat mencari pelanggan baru.

Terdapat beberapa pusat kuliner diluar Pratistha Harsa juga sudah menerapkan standar produk dan bahkan standar pembayaran seperti pembayaran dengan sistem kasir. Hal tersebut membuat para pengunjung lebih nyaman, dan membuat pengunjung tidak segan untuk datang kembali ke tempat tersebut. Hal ini dapat mengurangi pengunjung ke Pratistha Harsa.

Kepedulian konsumen yang tinggi terhadap produk kuliner yang sehat dan higienis. Dengan semakin maraknya berita-berita tentang kuliner yang berbahaya, para konsumen saat ini sudah lebih waspada terhadap produk kuliner. Konsumen menginginkan produk yang dibeli memiliki tingkat kesehatan yang baik serta lebih higienis. Pedagang Pratistha Harsa dituntut untuk menyajikan produk kuliner yang sehat dan higienis. Pedagang Pratistha Harsa dapat terancam kehilangan para pengunjung apabila tidak dapat menyajikan produk yang sehat dan higienis.

Setelah dilakukan tahap pengumpulan data dan kondisi umum tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Pratistha Harsa. Tahap berikutnya ialah tahap analisis strategi. Pada matrik ini digambarkan dengan jelas bagaimanapun peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi Pratistha Harsa dapat sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Hal itu akan menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu Strategi *SO (Strength – Opportunities Strategy)* : Strategi yang

memanfaatkan seluruh kekuatan Pratistha Harsa untuk merebut dan memanfaatkan peluang eksternal Pratistha Harsa sebesar-besarnya, Strategi *WO (Weakness - Opportunities Strategy)* : Strategi yang memanfaatkan peluang eksternal Pratistha Harsa dengan cara meminimalkan kelemahan Pratistha Harsa yang ada, Strategi *ST (Strength - Threats Strategy)* : Menggunakan kekuatan yang dimiliki Pratistha Harsa untuk mengatasi ancaman eksternal Pratistha Harsa, Strategi *WT (Weakness - Threats Strategy)* : Strategi yang meminimalkan kelemahan Pratistha Harsa dan menghindari ancaman eksternal Pratistha Harsa.

Berdasarkan analisis *Strength* dan *Opportunity*, peneliti dapat merumuskan strategi *SO*, antara lain mempertahankan dan selalu meningkatkan pelayanan yang baik untuk bersaing dengan pusat kuliner lain. Meningkatkan kerjasama dengan pihak ketiga dengan dukungan pemerintah agar semakin dapat bersaing dengan pusat kuliner lain. Selain itu, harus ada transparansi anggaran dalam pengelolaan program paguyuban agar dukungan dari pemerintah terus mengalir. Mengembangkan inovasi kuliner dari para pedagang Pratistha Harsa agar dapat bersaing dengan lebih baik lagi dari para pusat kuliner lainnya di Purwokerto.

Berdasarkan analisis *Weakness* dan *Opportunity*, peneliti dapat merumuskan strategi *WO*, antara lain melakukan *rolling* tempat pedagang di Pratistha Harsa ataupun sistem penjualan satu buku menu, dimana para pengunjung cukup melihat menu yang di sajikan oleh pramusaji di Pratistha Harsa tanpa perlu ketempat pedagang yang berjualan. Hal lainnya, yaitu mengadakan sosialisasi dan pembelajaran tentang strategi bisnis yang diselenggarakan dari pihak pengelola Pratistha Harsa, ataupun Kelompok Paguyuban Pratistha Harsa. Kemudian memperbaiki manajemen untuk menarik para investor. Memperbaiki manajemen untuk menambah konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah loyal. Memperbaiki sistem promosi untuk menambah konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah loyal.

Berdasarkan analisis *Strength* dan *Threats*, peneliti dapat merumuskan strategi *ST*, antara lain mempertahankan pelayanan yang baik dari para pedagang maupun pengelola untuk tetap dapat bersaing dengan pusat kuliner lain di Purwokerto. Menciptakan standarisasi pengelolaan produk, pengemasan dan pelayanan yang dapat didiskusikan saat pertemuan paguyuban.

Berdasarkan analisis *Weakness* dan *Threats*, peneliti dapat merumuskan strategi *WT*, antara lain memperbaiki manajemen internal (pedagang Pratistha Harsa) untuk bersaing dengan pedagang diluar Pratistha Harsa. Inovasi promosi seperti menyiapkan tim untuk promosi berbentuk kertas selebaran ke sekolah-sekolah ataupun pusat keramaian di Purwokerto dan sekitarnya. Hal ini dilakukan untuk menandingi promosi dari pedagang dan pusat kuliner diluar Pratistha Harsa.

Tahap pengambilan keputusan Strategi Pengembangan Pusat Kuliner Pratistha Harsa. Tahap ini dilakukan penilaian strategi oleh manajemen di Pratistha Harsa yaitu Kepala Pengelola Pratistha Harsa dan Ketua Paguyuban Pratistha Harsa. Setelah diambil keputusan, barulah strategi ini diajukan kepada kepala Dinperindagkop untuk selanjutnya diharapkan dapat direalisasikan.

Tabel 1. Pengambilan Keputusan

No	Faktor Sukses	Rating Kepala Pratistha Harsa	ALTERNATIF STRATEGI							
			SO		WO		ST		WT	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
KEKUATAN										
1	Keramahan pedagang kuliner	3	3	9	0	0	3	9	0	0
2	Jenis makanan yang beragam	3	3	9	0	0	3	9	0	0
3	Adanya keinginan kuat untuk menghidupkan program paguyuban	4	4	16	0	0	4	16	0	0
KELEMAHAN										
1	Ketimpangan pendapatan pedagang kuliner	4	0	0	4	12	0	0	3	9
2	Belum adanya standarisasi kebersihan dari pedagang kuliner	4	0	0	4	16	0	0	4	16
3	Media promosi kurang	4	0	0	4	16	0	0	4	16
PELUANG										
1	Adanya investor yang bersedia berinvestasi	4	2	8	2	8	0	0	0	0
2	Pemerintahan yang mendukung program UKM.	3	2	6	2	6	0	0	0	0
ANCAMAN										
1	Pusat kuliner di luar Pratistha Harsa,	3	0	0	0	0	3	9	3	9
2	Kepedulian konsumen yang tinggi terhadap produk kuliner yang sehat dan higienis.	4	0	0	0	0	3	12	3	12
Jumlah			48		58		55		62	

Sumber: data primer, diolah

Tahap pengambilan keputusan Strategi Pengembangan Pusat Kuliner Pratistha Harsa. Tahap ini dilakukan penilaian strategi oleh manajemen di Pratistha Harsa yaitu Kepala Pengelola Pratistha Harsa dan Ketua Paguyuban Pratistha Harsa. Setelah diambil keputusan, barulah strategi ini diajukan kepada kepala Dinperindagkop untuk selanjutnya diharapkan dapat direalisasikan. Kepala pengelola Pratistha Harsa dan Ketua Paguyuban Pedagang Kuliner Pratistha Harsa dapat memutuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi (*SO*, *ST*, *WO*, *WT*). Setelah Kepala Pengelola Pratistha Harsa menilai penjabaran dari matrik *SWOT* dan strategi alternatif, kita dapat melihat perhitungannya pada Tabel 1.

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 1, diperoleh hasil yaitu nilai Strategi *SO* sebesar 48, nilai Strategi *WO* sebesar 58, nilai Strategi *ST* sebesar 55 dan nilai Strategi *WT* sebesar 62. Dengan demikian, kepala pengelola Pratistha Harsa merumuskan Strategi *WT* sebagai strategi pengembangan di Pratistha Harsa. Strategi *WT* dalam tahap pengambilan keputusan mendapatkan skor tertinggi, yaitu 62. Strategi ini terdiri dari strategi yang meminimalkan kelemahan Pratistha Harsa dan menghindari ancaman eksternal Pratistha Harsa.

Hasil ini menggambarkan bahwa Kepala Pengelola Pratistha Harsa dan Ketua Paguyuban Pratistha Harsa menginginkan adanya strategi untuk meminimalkan ketimpangan pendapatan pedagang, memperbaiki standarisasi kebersihan dan meningkatkan promosi Pratistha Harsa.

Selain itu, kepala pengelola juga menghendaki adanya inovasi promosi, untuk menandingi promosi dari pedagang dan pusat kuliner diluar Pratistha Harsa. Begitu juga adanya inovasi dalam hal prasarana dan sarana di Pratistha Harsa.

Aguh Subiyandono (48 Tahun), Kepala Pengelola Pratistha Harsa:

“Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, kita sudah mengadakan promosi lewat media koran, internet bahkan getok tular ke pegawai-pegawai dinas yang berbeda instansi. Selain itu, saya sudah mengajukan pembuatan gapura agar pengunjung bisa lebih nyaman ketika berkunjung ke Pratistha Harsa, dan alhamdulillah sudah disetujui.”

Adanya pembuatan gapura mencerminkan bahwa Pratistha Harsa selalu memperbaiki pelayanan kepada pengunjung baik dalam hal prasarana maupun sarana, hal ini untuk menandingi gerakan pelayanan di pusat kuliner lain khususnya supermarket di sekitar Pratistha Harsa.

PENUTUP

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa para pengambil keputusan di Pratistha Harsa, akan menerapkan *Weakness-Threats Strategy* agar Pusat Kuliner Pratistha Harsa semakin berkembang dan lebih baik kedepannya. Pratistha Harsa masih memiliki prospek yang menjanjikan sebagai pusat kuliner di Purwokerto. Setelah mengamati dan meneliti, Pratistha Harsa perlu tetap mempertahankan pelayanan yang baik dari para pedagang maupun pengelola untuk tetap dapat bersaing dengan pusat kuliner lain di Purwokerto. Inovasi promosi, untuk menandingi promosi dari pedagang dan pusat kuliner diluar Pratistha Harsa. Memperbaiki pelayanan untuk menandingi pelayanan di pusat kuliner lain.

Selain itu, mencari celah pasar yang masih dapat dimanfaatkan untuk mencari keuntungan. Mempelajari tindakan dan perilaku pesaing agar memiliki informasi tentang tindakan yang akan dilakukan pesaing. Bisnis seperti layaknya kehidupan, mengalami pasang surut untung dan rugi. Namun bagaimana kita mengamati pedagang yang mempunyai potensi besar untuk naik dan usaha mana yang tampak besar, namun sebenarnya keropos di dalamnya.

Desain bangunan Pratistha Harsa juga perlu mendapatkan perhatian, karena Pusat Kuliner Pratistha Harsa tidak tampak dari arah jalan raya dan hal itu dapat menyebabkan para calon pengunjung baru tidak dapat menemukan Pusat Kuliner Pratistha Harsa dengan mudah. Hal itu juga akan mengurangi daya tarik pengunjung baru ke Pusat Kuliner Pratistha Harsa.

DAFTAR RUJUKAN

- Bobo. Julius. (2003) *Transformasi Ekonomi Rakyat*. Jakarta : Pustaka Cidesindo.
- De Wet, Chris. (2002) *The Experience with Dams and Resettlement in Africa*. World Commission on Dams. South Africa : Cape Town.
- Dinperindagkop Kabupaten Banyumas (2015) Data Pedagang Pratistha Harsa. Arsip Daerah: Tidak Dipublikasikan.
- Heriyanto, Aji Wahyu. (2012) *Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Simpang Lima Dan Jalan Pahlawan Kota Semarang*. *Economics Development Analysis Journal*: Vol.1, No.2.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Online, (2015). Diakses pada 19 Oktober 2015.

- Rangkuti, Freddy. (2006) *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2010) *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : CV. ALFABETA.
- Prasetyo, Priyo. (2008) “Pengembangan Strategi Pemasaran Rumah Sakit Berdasarkan Analisis SWOT dan Matrik QSP (Studi Kasus di RSUD Muhammadiyah Merden Banjarnegara)”. *Tesis*. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman.
- Priyarsono, D.S. (2007) *Ekonomi Regional*. Modul kuliah. Universitas Terbuka.
- Santoso, Imam, Yuwandini, D. Asmaul, Siti. (2015) ‘Pengaruh Kredit dan Sumber Daya Alam Manusia Terhadap Kinerja UMKM Agroindustri dengan Pemasaran Sebagai Variabel Antara’. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis* 12(3): 163-173.
- Soemarso. (2004) *Akuntansi sebagai pengantar*. Jakarta : Salemba Empat.