

## OPTIMALISASI DISTRIBUSI PRODUK BBQ STREET DENGAN MENGGUNAKAN FOOD TRUCK

Imanuella Lavienia

Jurusan Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra  
E-mail: Imanuellalavienia@gmail.com

**Abstract:** *A developing company needs to optimize its primary distribution channels to ensure smooth product distribution to consumers. Food truck is the primary distribution channel for BBQ Street. The purpose of this research is to determine the potential areas for street vendors, the challenges and obstacles faced by street vendors that use food truck, and the ways to optimize BBQ Street's product distribution using food truck. This research is a qualitative research. Interview, observation, and documentation are used to collect research data. The subject of this study is BBQ Street in Surabaya, while the informants include food truck owners, food truck consumers, the city council of Surabaya, and Citraland officers. Research results suggest that all areas of Surabaya can be used by food truck sellers as long as parking and selling are not outlawed in the area. This research also recommends several potential selling areas for food truck sellers, including Citraland, Nirwana Residence, and Ubaya areas. Meanwhile the challenges for the food truck sellers are space and quota limitation in local areas, issues with the civil service police unit, and law uncertainty regarding food truck business. As for the distribution channel optimization, the company can employ a pull strategy by using Tenggilis Mejoyo area from Monday to Friday and the MERR area from Saturday to Sunday noon. Furthermore, when the development plan for Tunjungan area is completed, the company can also use the area from Saturday to Sunday evening.*

**Keywords:** *Distribution, Food Truck, Optimization, Pull Strategy*

**Abstrak:** *Sebuah perusahaan berkembang membutuhkan optimalisasi sarana utama distribusi, sehingga produk perusahaan tersebut dapat didistribusikan kepada konsumen. BBQ Street memiliki food truck yang digunakan sebagai sarana utama distribusi BBQ Street. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui daerah-daerah mana saja yang dapat dimanfaatkan oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) untuk berdagang, tantangan dan hambatan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan menggunakan food truck, serta untuk mengetahui cara optimalisasi distribusi produk BBQ Street menggunakan food truck. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dan observasi yang disertai dengan pendokumentasian data. Subjek penelitian yang dipilih sebagai informan adalah pemilik food truck, konsumen food truck, Pemerintah Kota Surabaya, dan Petugas Citraland, sedangkan obyek penelitiannya adalah penggunaan food truck pada BBQ Street di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua daerah di Surabaya dapat digunakan oleh pengguna food truck untuk berjualan dengan syarat tidak ada tanda larangan parkir atau larangan berjualan. Namun, ada beberapa daerah yang potensial menurut peneliti untuk dapat digunakan berjualan menggunakan food truck seperti Citraland, Perumahan Nirwana, dan daerah dekat dengan UBAYA. Adapun tantangan dan hambatan seperti kuota yang terbatas untuk berjualan di daerah tersebut, berhadapan dengan Satpol PP, dan belum adanya kejelasan aturan untuk food truck. Serta untuk Pengoptimalan distribusi produk BBQ Street dengan menggunakan food truck, BBQ Street dapat menggunakan strategi pull dengan menggunakan daerah Tenggilis Mejoyo pada hari Senin-Jumat dan daerah MERR pada hari Sabtu-Minggu pagi hingga siang untuk berjualan, serta untuk kedepannya jika konsep dari Pemerintah telah teralisisasi maka dapat di tambah dengan daerah Tunjungan pada hari Sabtu-Minggu malam.*

**Kata kunci:** *Distribusi, food truck, optimalisasi, strategi pull*

## PENDAHULUAN

BBQ Street adalah bisnis yang bergerak di industri makanan yang mana menjual makanan di panggang dan biasa dikenal dengan sebutan *barbeque*, dengan cakupan area distribusi di Kota Surabaya. BBQ Street menawarkan konsep baru dalam mengonsumsi *barbeque* dengan menggunakan sistem *food truck*. BBQ Street memilih konsep *food truck* karena saat ini khususnya di Surabaya semakin banyak yang menggunakan konsep *food truck*.

Distribusi produk BBQ Street saat ini dilakukan dengan menggunakan metode penjualan *food truck*. Konsumen yang dilayani berasal dari berbagai golongan dan hanya membeli untuk dikonsumsi pribadi. Penggunaan *food truck* pada BBQ Street sangat berperan penting dalam menjual dan promosi suatu produk ke konsumen secara langsung. *Food truck* yang digunakan BBQ Street menggunakan armada motor Viar, yang bagian belakangnya dimodifikasi sehingga sesuai dengan metode penjualan BBQ Street yaitu dengan menggunakan *food truck*.

Distribusi merupakan salah satu kegiatan yang memiliki peranan penting dalam fungsi penyebaran dan ketersediaan produk di pasar. Menurut (Tjiptono&Chandra, 2012:393), distribusi merupakan program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Bersaing melalui keunggulan dalam bidang distribusi adalah satu pilihan yang tepat di masa sekarang dan masa mendatang (Kodrat, 2009:245).

Pendistribusian produk dengan *food truck* meliputi, pendistribusian pertama menggunakan metode pendistribusian langsung kepada konsumen. Pendistribusian kedua dilakukan secara tidak langsung dengan adanya kerjasama dengan *Event Organizer*. Pada saat ini, penjualan secara langsung menggunakan *food truck* kepada konsumen masih dianggap kurang efektif karena terdapat berbagai hambatan-hambatan yang dihadapi antara lain seperti sulitnya mendapatkan izin untuk mencari lokasi dari ketua Pedagang Kaki Lima (PKL) maupun tukang parkir. Kemudian, tidak semua jalan di Surabaya dapat dilewati karena terdapat larangan rambu lalu lintas untuk kendaraan roda tiga seperti di jalan Basuki Rahmat. Selain itu juga, pendistribusian kedua dinilai masih kurang cukup karena tidak setiap hari terdapat kerjasama dengan *Event Organizer*. Ini dapat dibuktikan dari selama 1 tahun (2014) BBQ Street menggunakan *food truck* hanya ada dua *event* di mana BBQ Street diminta untuk menjadi *vendor* pada *event* tersebut. *Event* itu meliputi IHTB (*International Hospitality Tourism Business*) Gathering, dan *Shell Helix Ultra Race*. *Event* yang diselenggarakan lebih banyak di *indoor* daripada *outdoor* sehingga BBQ Street dengan menggunakan *food truck* sulit untuk mendapatkan *event*. Hambatan-hambatan ini menyebabkan konsumen belum terlalu mengenal konsep *food truck* pada BBQ Street.

Penetapan strategi distribusi yang unik juga dapat menentukan perkembangan perusahaan sehingga memiliki keunggulan bersaing (Kodrat, 2009:244). Jika perusahaan salah dalam memilih strategi distribusi, maka akan dapat mengganggu kelancaran arus barang dari perusahaan ke tangan konsumen. Hal ini terjadi karena konsumen tidak mengenal produk maupun bila sudah mengenalnya tetapi tidak melihatnya di pasar, maka konsumen akan beralih ke produk lain. Kotler dan Amstrong (2012:63) mendefinisikan bahwa *place* (tempat) adalah memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran. Menggunakan strategi *pull*, produsen terlebih dahulu menjalankan komunikasi pemasaran untuk konsumen akhir, biasanya lewat periklanan dan promosi penjualan. Dengan ini, konsumen diharapkan ditarik ke arah saluran pemasaran (Amir, 2012:178).

Sistem *mobile* di mana *food truck* dapat berkeliling merupakan konsep awal pada saat BBQ Street memiliki *food truck*, namun terdapat hambatan seperti tidak mendapat izin dari pedagang kaki lima dan tukang parkir untuk berjualan, maka *food truck* tidak dapat berhenti di tempat yang diinginkan. *Food truck* yang dimiliki oleh BBQ Street pada akhirnya jarang digunakan dan hanya dipakai pada saat ada pesanan untuk acara. *Food truck* yang seharusnya menjadi sarana utama distribusi bagi BBQ Street menjadi terhambat. Optimalisasi *food truck* pada BBQ Street sangat dibutuhkan pada perusahaan karena *food truck* adalah media yang dipakai oleh BBQ Street untuk menyalurkan produk kepada konsumen.

Optimalisasi yang dimaksudkan peneliti adalah *food truck* dapat beroperasi setiap harinya dengan mendapatkan lokasi yang sudah mendapatkan izin dan tidak mendapat hambatan dari ketua PKL (Pedagang Kaki Lima) dan tukang parkir. Selain itu, dapat juga ditambahkan dengan penentuan hari bukannya. Melihat masalah yang terjadi, peneliti ingin mencari daerah- daerah mana saja yang dapat dimanfaatkan oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) untuk berdagang, tantangan dan hambatan Pedagang Kaki Lima berjualan menggunakan *food truck*, dan cara yang sesuai untuk mengoptimalkan pendistribusian produk BBQ Street menggunakan *food truck*.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Desain Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini dilaksanakan dengan menggunakan studi kasus. Penelitian studi kasus menurut (Gunawan, 2014 : 21), penelitian yang meneliti fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya. Penelitian ini menyelidiki fenomena *food truck* di Surabaya, khususnya pada pengoptimalan *food truck* BBQ Street dilihat dari sudut saluran distribusinya.

### Metode Pengumpulan Data

Subyek pada penelitian ini adalah konsumen BBQ Street, pengurus Citraland, Pemerintah Kota Surabaya, pedagang yang menggunakan *food truck* sebagai media penjualan, dan Obyek dalam penelitian ini adalah saluran distribusi khususnya penggunaan *food truck* pada BBQ Street.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif terhadap hasil pengumpulan data dari eksplorasi pada sumber. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi, Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara personal, yang mana wawancara tersebut dilakukan dengan tatap muka langsung dengan responden (Jogiyanto, 2013:114). Observasi yang dilakukan bertujuan untuk melihat daerah-daerah yang potensial, serta dokumentasi pada penelitian ini berupa gambar (foto) dan hasil rekaman.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Penentuan lokasi berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang mana disesuaikan dengan kriteria-kriteria pemilihan. Kriteria-kriteria tersebut ditentukan berdasarkan pengalaman, kebutuhan BBQ Street dan dengan dilihat keadaan *food truck* BBQ Street yang menggunakan motor viar yang beroda tiga.

Kriteria-kriteria penentuan lokasi adalah sebagai berikut: Tempat tersebut sering dilewati oleh banyak orang atau mudah dijumpai oleh konsumen, memiliki lahan yang cukup luas, tempat tersebut dapat dilewati oleh kendaraan beroda tiga, tempat tersebut memiliki peluang atau tidak, tempat tersebut memiliki jumlah mahasiswa atau penduduk lebih dari 1.000, menyesuaikan dengan target pasar dari BBQ Street yaitu menengah sampai menengah ke atas, memiliki izin yang resmi. Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut dan telah disesuaikan dengan hasil wawancara dan observasi telah ditemukan daerah yang potensial seperti Surabaya Barat Citraland, Surabaya Timur seperti Perumahan Nirwana, Dekat UBAYA dan MERR

Surabaya Barat (Citraland)

Citraland merupakan salah satu perumahan terbesar di Surabaya, tidak hanya terdapat perumahan namun juga terdapat sekolah-sekolah didalamnya. Penghuni Citraland mencapai 4000-5000 KK, mahasiswa Universitas Ciputra 3.253 orang, siswa Ciputra TK-SMA 1.200 orang, dan sekolah Surabaya Intercultural School 321 orang (Metropolis,14/10/2015). Fakta ini dapat menjadi peluang besar untuk BBQ Street berjualan di daerah Citraland karena melihat jumlah penduduk yang cukup banyak sesuai data yang telah dijelaskan. Memasuki area Citraland untuk berjualan keliling memiliki beberapa syarat dan ketentuan. Menurut Mamak, administrasi keamanan menyangkut perizinan memberikan pernyataan:

*“Harus punya sticker dan punya keplek, dan diutamakan penduduk sekitar [L06]”*

Selanjutnya Mamak menambahkan bahwa

*“Penduduk itu boleh, tapi dengan izin. Izin itu eee ke keamanan nanti di keluarkan sticker dan keplek. Sticker dan keplek itu sudah dibatasi oleh pimpinan. Kalau lingkungan Citraland sini 80 [L08]”.*

Info yang didapatkan adalah kabar baik bagi Peneliti, namun setelah ditanyakan lebih lanjut pak Mamak selaku administrasi perizinan Citraland menyatakan bahwa sudah tidak ada lagi sticker dan keplek yang tersedia karena sudah tersebar ke pedagang-pedagang keliling yang ada.

*“Lah kalau baru di pastikan tidak bisa soalnya sticker sudah ke lapangan semua. Ke orang- orang yang berkepentingan untuk anu pedagang keliling itu” [L16(II)]”.*

Pernyataan ini membuat peneliti sebagai penduduk sekitar pun sudah tidak bisa berjualan di daerah Citraland. Hal ini dikarenakan jumlah pedagang keliling yang ada sudah sesuai dengan kuota yang ditetapkan oleh pihak Citraland.

## Surabaya Timur

Surabaya Timur juga salah satu kawasan yang ramai karena di daerah timur adalah kawasan industri, terdapat juga Perumahan-Perumahan, selain itu terdapat juga Universitas-Universitas yang memiliki mahasiswa cukup banyak seperti UBAYA dan Stikom. Hal ini juga dapat didukung oleh pendapat dari konsumen BBQ Street.

*“Mungkin kalau punyamu cocoknya lebih cocok di timur ya. Soalnya aku sering lihat sih di timur banyak mobil-mobil berhenti [J16(II)]”.*

*“Ada sih lumayan, di sekitar ubaya itu ada kayak food trucknya roti boy, trus ada juga nasi kuning, gitu-gitu sih kalau mau juga bisa disana [I28]”.*

*“Terus kalau mau di jalan sih mending kamu parkir di daerah-daerah timur biasa kan aku lihat disana banyak tuh mobil-mobil jual makanan di jalan apalagi yang di jalan MERR itu kalau pagi-pagi. [K34(II)]”.*

Konsumen juga melihat bahwa daerah Surabaya Timur adalah daerah yang potensial untuk dapat berjualan dengan menggunakan *food truck*. Hal ini dikemukakan karena di daerah Surabaya Timur sendiri terdapat banyak pedagang yang berjualan dengan menggunakan *food truck*. Hasil wawancara dan observasi mendapatkan hasil bahwa ada beberapa daerah yang potensial seperti Perumahan Nirwana dan sekitarnya, dekat UBAYA dan MERR.

Daerah Perumahan nirwana dapat dikatakan potensial karena lokasi dari Perumahan Nirwana dekat dengan STIKOM. Ini diperkuat dengan pendapat Eko salah satu pengguna *food truck* yang berjualan di sekitar daerah Nirwana.

*“Kan banyakkan Perumahan dalam sini, mau ke pandugo rumah susun sebelah sana, sama di belakang lagi Wonorejo, Nirwana Executive, banyak pokoknya melalui ini semua mereka [F26]”.*

Eko menyatakan bahwa untuk berjualan di daerah Nirwana itu tersebut tidak membutuhkan izin dan itu tidak menjadi masalah.

*“disini ndak ada izin” [F20]*

*“Ndak masalah sih, soalnya disini kan tidak ada larangan parkir atau larangan berjualan”.* [F36(I)].

Berjualan di kawasan tersebut meskipun tidak ada larangan parkir dan berjulan tidak sepenuhnya bebas. Eko sendiri pernah berhadapan dengan Satpol PP.

*“Tapi kalau Satpol PP dulu pernah, karena ini kan aksesnya menuju ke kebun bibit dua, ada kebun bibit dua, orang kebanyakan, Walikota atau Gubernur sering datang jadi, Satpol PP tuh pembersihan dulu selama dua jam, sebelum mau datang di bersihkan semua [F30(I)]”.*

Satpol PP menjadi tantangan ketika beliau parkir di tempat tersebut, namun Satpol PP sudah memberitahukan terlebih dahulu dan itu hanya pada saat-saat tertentu saja.

Daerah dekat UBAYA dikatakan potensial juga karena UBAYA adalah salah satu Universitas yang memiliki jumlah mahasiswa yang cukup banyak, sehingga menjadi alasan beberapa pedagang untuk berjualan dekat dengan UBAYA. Ini juga didukung dengan jalannya yang cukup luas sehingga terdapat beberapa pedagang yang menggunakan *food truck* berjualan di tempat tersebut. Vonda adalah salah satu pemilik *food truck* yang berjualan dekat dengan kampus UBAYA. Vonda mengatakan bahwa untuk berhenti di jalan tersebut beliau tetap izin.

*“Izin ke RT RW sama yang punya rumah tetangga gitu loh [H14]”.*

Food truck yang dimiliki oleh Vonda parkir tepat di depan rumah RT, dengan adanya biaya sewa.

Andik juga salah satu pemilik *food truck* yang berjualan dekat dengan parkiran UBAYA. Adik memberikan beberapa alasan berjualan dekat dengan UBAYA.

*“Pertama dekat kampus, kampus ubaya saya lihat juga kelasnya middle end terus yang kedua kebetulan tempatnya luas dan pemilik rumah ini sendiri teman dekat”*

Sewa tempat menjadi solusi yang terbaik untuk Andik. Penyewaan ini dilakukan beliau untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti di usir oleh Satpol PP dan berurusan dengan preman.

*“Sewa, kita sewa. Biar tidak ada ee.. gak enak gak enaknya. Tetap kita sewa, walaupun ini hanya halaman halaman kecil saja [G28]*

Daerah tersebut juga tidak luput dari Satpol PP, tukang parkir dan preman. Vonda selaku pemilik *food truck* yang berjualan di daerah dekat ubaya mengungkapkan bahwa meskipun sudah izin dengan RT dan RW, Vonda pernah menghadapi Satpol PP, tukang parkir dan preman.

*“Ee.. ya betul nurutin maunya mereka tidak bisa di lawan, dan mereka suruh tutup ya tutup. Jadi waktu itu kita sempat diusir juga sama pamong praja, Satpol PP datang suruh tutup ya kita tutup tapi kita*

*pindah masuk dalam perumahan, tapi kalau perumahan dia ndak ganggu. Karena depan jalan toh jadi dia suruh tutup jadi hari itu tok besok dia ndak muncul lagi [H12].*

Jadi menurut beliau lebih baik menuruti yang diinginkan oleh tukang parkir, preman maupun Satpol PP.

Daerah selanjutnya yang potensial adalah daerah MERR. MERR adalah salah satu kawasan daerah Timur yang mana terdapat banyak *food truck* berjualan. Penyataan ini juga didukung oleh salah satu petugas dari Pemkot yang menyatakan bahwa kawasan Surabaya Timur adalah kawasan yang ramai dengan pedagang yang menggunakan *food truck* khususnya daerah MERR.

*“MERR banyak, buanyak banget bukan ada tapi banyak benget [M47(I)]”.*

Daerah MERR itu sendiri memiliki syarat jika ingin berjualan di tempat tersebut. Eko salah satu pemilik *food truck* yang ingin mencoba berjualan sekitar daerah tersebut mengungkapkan bahwa

*“Ketua foodtruck itu semua, dia kenal sama Satpol PP. Saya juga kapan hari mau itu, teman saya ndak ikut, cuma dia bilang kamu harus ngomong dulu sama ketua yang food truck itu nanti dia yang kasih izin ke Satpol PP bayar berapa ya. Kebersihan itu [F56(II)]”. Kebersihan itu 5 ribu kalau ndak salah, terus keamanannya 15 ribu atau 20 ribu sehari jualan [F58(II)]”.*

Jadi di ketahui bahwa syarat yang untuk berjualan yaitu dengan mendaftar terlebih dahulu kepada ketua *food truck* yang mengkoordinir daerah MERR. Selain itu Eko juga menambahkan bahwa daerah MERR ini adalah dengan menggunakan izin yang resmi dengan di laporan juga di kecamatan setiap orang yang ingin bergabung untuk berjualan di daerah MERR [Lampiran N-6].

Daerah-daerah tersebut memiliki tantangannya masing-masing, namun ada tantangan dan hambatan lain yaitu dari Pemerintah. Pemerintah adalah suatu bagian yang memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi di suatu negara maupun daerah. Pemerintah juga yang memegang kekuasaan dalam mengatur suatu daerah. Peneliti melakukan wawancara dengan staff bagian ekonomi 2 di BAPPEKO dengan Pak Benny dan Pak Aryo, beliau memberikan pernyataan bahwa saat ini belum ada pengaturan tempat berjualan khusus untuk *food truck*.

*“Kalau selama ini memang belum ada aturannya sepanjang itu tidak ada rambu untuk parkir atau dilarang jualan itu rasanya masih bisa di tempati untuk saat ini karena dari kita sendiri belum bikin rambu [M39]”.*

Belum adanya aturan yang jelas dari Pemerintah membuat adanya oknum-oknum seperti tukang parkir ataupun preman berkuasa di daerah tersebut. Preman atau tukang parkir yang memegang kekuasaan pada daerah tersebut mengambil keuntungan dengan menarik biaya untuk diri sendiri. Pemerintah disini khususnya pada saat wawancara mengatakan bahwa itu adalah tarif yang dikenakan oleh tukang parkir dan preman itu dan di luar pemerintah. Ini menjadi hal yang sangat disayangkan ketika Pemerintah yang seharusnya menjadi pemegang kekuasaan tertinggi tidak mengatur hal tersebut.

### **Pembahasan**

Distribusi adalah kegiatan penyaluran hasil produksi barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Setiawan,2012). Data yang telah dianalisis mendapatkan hasil bahwa daerah Citraland sudah tidak bisa dipakai untuk berjualan keliling karena masalah kuota. Jumlah pedagang keliling yang ada sudah sesuai dengan kuota yang ditetapkan oleh pihak Citraland. Namun sebenarnya Citraland adalah daerah yang potensial menurut peneliti karena dari data yang diperoleh, penghuni Citraland mencapai 4000-5000 KK (Kepala Keluarga), dan mahasiswa Universitas Ciputra mencapai 3.253 mahasiswa.

Hasil analisis data lainnya menyatakan bahwa seluruh daerah di Surabaya memiliki potensi untuk dapat dipergunakan secara bebas berjualan menggunakan *food truck* di mana saja, namun dengan beberapa syarat yang harus di penuhi seperti: Jalan itu tidak ada rambu larang untuk parkir atau larangan untuk berjualan, karena dari Pemkot sendiri belum membuat aturan yang jelas mengenai hal tersebut, izin kepada RT RW setempat, membayar sejumlah uang untuk pengelola di tempat tersebut, berkomunikasi dengan ketua *food truck* yang mengelola tempat tersebut, mengikuti arahan dari Satpol PP jika ada pembersihan dan mengikuti jam yang sudah di tetapkan oleh Satpol PP.

Pengoptimalan pendistribusian produk BBQ Street menggunakan *food truck* menggunakan strategi *pull*. Strategi *pull* ini juga dilakukan untuk membangun *awareness*, daya tarik dan loyalitas pelanggan (Assauri, 2013:232). Untuk melakukan pengoptimalan pendistribusian produk BBQ Street dengan menggunakan *food truck*, BBQ Street menggunakan strategi *pull* dengan menentukan beberapa lokasi untuk dapat berjualan. Penentuan lokasi ini berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen dan pemilik *food truck* yang berjualan di daerah tersebut.

Daerah yang pertama adalah Tenggilis Mejoyo dekat dengan UBAYA. Pemilihan tempat tersebut didasarkan keinginan dari konsumen untuk memilih kawasan Surabaya Timur, peneliti juga melihat peluang dari tempat tersebut, serta daerah Tenggilis Mejoyo masih memiliki beberapa lahan yang bisa dipakai. Daerah Tenggilis Mejoyo adalah kawasan yang ramai karena terdapat UBAYA yang memiliki jumlah mahasiswa yang cukup banyak. Selain siswa yang banyak, mahasiswa UBAYA juga termasuk dalam target pasar dari BBQ Street yaitu menengah-menengah ke atas. Daerah Tenggilis Mejoyo juga terdapat banyak tempat kos. Selain itu seperti yang kita lihat di peta, jalan Tenggilis Mejoyo juga akan sering dilewati karena jalan tersebut bisa menjadi akses jalan ke beberapa tempat. Bukan hanya UBAYA di jalan Tenggilis Mejoyo terdapat beberapa hotel dan apartment seperti Metropolis Apartment.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik *food truck* yang ada di daerah Tenggilis Mejoyo, syarat untuk berjualan di daerah tersebut adalah dengan meminta izin dari RT dan RW dan akan di kenakan biaya sewa. Daerah Tenggilis Mejoyo hanya akan dipakai pada hari Senin-Jumat dikarenakan pada hari-hari tersebut adalah hari aktif di mana orang bekerja dan berkuliah.

Daerah selanjutnya yang dapat dipakai untuk berjualan adalah daerah MERR. Pemilihan daerah MERR ini berdasarkan info yang didapat dari hasil wawancara dengan salah satu pemilik *food truck* yang berjualan di sekitar daerah perumahan nirwana, dekat dengan jalan MERR dan salah satu staff dari BAPEKKO yang mengetahui keadaan daerah MERR. Info yang di dapat bahwa Daerah MERR pada hari Sabtu-Minggu pagi akan banyak *food truck* yang berjualan di daerah tersebut.

Daerah MERR adalah jalan utama, di mana akan selalu dilewati. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik *food truck* yang ada di daerah MERR, syarat untuk berjualan di daerah tersebut adalah dengan berkomunikasi atau mendaftar ke ketua *food truck* yang mengkoordinir untuk berjualan di MERR. Daerah ini akan dipakai berjualan oleh BBQ Street setiap hari Sabtu-Minggu pagi hingga siang.

Pengoptimalan distribusi produk BBQ Street menggunakan *food truck* dapat juga memanfaatkan fasilitas yang kedepannya akan disiapkan oleh Pemerintah. BBQ Street dapat memanfaatkan jalan Tunjungan, yang saat ini sedang di kerjakan oleh Pemkot Surabaya. Pemkot ingin mengembangkan lagi konsep Tunjungan, yang nantinya konsep ini akan dinamakan mlaku mlaku nang Tunjungan. Konsep Tunjungan ini jika nantinya sudah selesai akan beroperasi setelah *office hour*, sehingga waktu berjualannya adalah malam. Oleh karena itu, jika konsep ini telah terealisasi maka BBQ Street akan memanfaatkan daerah tersebut untuk berjualan pada hari Sabtu-Minggu malam. Untuk saat ini masih belum diketahui prosedur untuk mendaftar karena baru tersusun konsep bangunannya saja, belum mendetail sampai ke cara untuk mendaftar dan lainnya.

Daerah perumahan nirwana juga sebenarnya adalah daerah yang potensial untuk dapat berjualan. Daerah perumahan nirwana dapat dikatakan potensial karena daerah tersebut adalah akses utama untuk masuk ke beberapa perumahan selain perumahan nirwana. Namun, dari hasil observasi yang telah dilakukan jika berjualan di daerah tersebut konsumen akan sulit untuk parkir, sehingga peneliti tidak memilih daerah tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa untuk pengoptimalan produk BBQ Street menggunakan *food truck*, BBQ Street dapat menggunakan strategi *pull* dengan menggunakan daerah Tenggilis Mejoyo pada hari Senin-Jumat dan daerah MERR pada hari Sabtu-Minggu pagi hingga siang untuk berjualan, serta untuk kedepannya jika konsep dari Pemerintah telah teralisasi maka dapat di tambah dengan daerah Tunjungan pada hari Sabtu-Minggu malam.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara dan observasi kepada informan, diketahui bahwa

1. Semua daerah di Surabaya dapat digunakan oleh pengguna *food truck* untuk berjualan dengan syarat tidak ada tanda larangan parkir atau larangan berjualan. Namun ada beberapa daerah yang potensial menurut peneliti untuk dapat digunakan berjualan menggunakan *food truck* seperti Citraland, Perumahan Nirwana, dan daerah dekat dengan UBAYA.
2. Tantangan dan hambatan seperti kuota yang terbatas untuk berjualan di daerah tersebut, berhadapan dengan Satpol PP, dan belum adanya kejelasan aturan untuk *food truck*.
3. Pengoptimalan distribusi produk BBQ Street dengan menggunakan *food truck*, BBQ Street dapat menggunakan strategi *pull* dengan menggunakan daerah Tenggilis Mejoyo pada hari Senin-Jumat dan daerah MERR pada hari Sabtu-Minggu pagi hingga siang untuk berjualan, serta untuk kedepannya jika konsep dari Pemerintah telah teralisasi maka dapat di tambah dengan daerah Tunjungan pada hari Sabtu-Minggu malam.

## **Keterbatasan dan Saran**

Penelitian yang dilakukan hanya terbatas pada daerah-daerah tertentu saja, Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan analisis yang lebih mendalam dengan meninjau daerah-daerah yang lain, serta mencari info-info terbaru mengenai perkembangan *food truck* di kaitkan dengan peraturan yang ada saat itu.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amir. 2012. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Assauri, 2013. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Kodrat, D. S. 2009. *Manajemen Distribusi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip- prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid pertama. Jakarta : Erlangga.
- Metropolis, edisi 14 Oktober 2015.
- Setiawan, Irawan. 2012. Optimalisasi distribusi semen curah PT. Semen Tonasa melaui jalur laut dengan metode simulasi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.