

UPAYA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SEKTOR WISATA KULINER KAMPUNG SINGKONG

Samtono¹, Enik Rahayu², Yustina Denik Risianti³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

INFO NASKAH

Diserahkan

14 Oktober 2022

Diterima

19 Oktober 2022

Diterima dan Disetujui

20 Desember 2022

Kata Kunci:

Upaya Pengembangan; Ekonomi Kreatif; Sektor Wisata Kuliner.

Keywords:

Development Efforts; Creative Economy; Culinary Tourism

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh tim STIEPARI Semarang dalam rangka pengupayaan terhadap optimalisasi pelaku usaha sektor wisata kuliner makanan tradisional. Tujuan pengabdian memberikan pendampingan kepada pelaku usaha di kampung singkong untuk meningkatkan kemampuan Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan usaha wisata kuliner dalam mendukung ekonomi kreatif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu sosialisasi atau penyuluhan dan pelatihan dengan menggandeng mitra komunitas pelaku kuliner di kampung Singkong, kelurahan Ledok sejumlah 11 orang, evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan pengabdian selesai berupa pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan usaha, hal ini dilakukan dalam upaya menambah wawasan dalam mewujudkan daya Tarik wisata kuliner. Hasil yang dicapai adanya peningkatan pengetahuan pelaku usaha menerapkan tata Kelola wisata kuliner dan pemahaman Sapta pesona, diwujudkan tata bangunan drainase yang layak, menerapkan strategi pemasaran yang berlanjut untuk memiliki perilaku berwirausaha, diwujudkan tata kelola area parkir lebih teratur dan layak, bertambahnya pelaku usaha yang mampu meningkatkan produktivitas dalam sektor wisata kuliner.

Abstract. *This community service activity was carried out by the STIEPARI Semarang team in an effort to optimize business actors in the traditional food culinary tourism sector. The purpose of the service is to provide assistance to business actors in the cassava village to improve the ability of Human Resources in improving the ability to manage culinary tourism businesses in supporting the creative economy. The method used in this activity is socialization or counseling and training by cooperating with community partners of culinary actors in the village of Singkong, Ledok village of 11 people, the evaluation carried out after the service activities are completed in the form of knowledge and skills in business management, this is done in an effort to add insight in realizing the attraction of culinary tourism. The results achieved are an increase in the knowledge of business actors in implementing culinary tourism governance and understanding of Sapta Pesona, the realization of a proper drainage building, implementing a sustainable marketing strategy to have entrepreneurial behavior, the realization of a more organized and proper parking area management, increasing number of business actors who are able to increase productivity in the culinary tourism sector.*

1. PENDAHULUAN

Wisata kuliner merupakan salah satu penghasil devisa utama industri pariwisata dan berpeluang menarik minat pengunjung. Sebagaimana dijelaskan oleh (Multi, 2017) Kuliner adalah kegiatan yang berkaitan dengan memasak dan memasak, adalah seni mengolah makanan, mulai dari seni pemilihan bahan makanan, persiapan, memasak hingga penyajian layanan makanan dalam hidangan yang menarik. Sejalan dengan perekonomian global berdampak pada perluasan yang terkait dengan dunia bisnis, tren, gaya hidup, kreativitas dan budaya inovasi yang menakjubkan dalam pengolahan dan penyajian kuliner produk kuliner tradisional sarat dengan persaingan dan tantangan gaya hidup masyarakat modern. Demikian halnya dengan olahan makanan lokal penuh persaingan dan tantangan terkait dengan gaya hidup masyarakat modern ke arah pola makan instan atau cepat saji.

Pengembangan produktivitas olahan singkong oleh beberapa pelaku usaha masih perlu didukung dan diimbangi dengan penataan kawasan yang tepat dikarenakan kurangnya infrastruktur penunjang pariwisata, terutama area parkir dan tata bangunan drainase yang belum memadai. Di samping itu dari faktor sumber daya manusia masih belum optimalnya pemahaman terhadap pengelolaan kuliner yang mengacu pada sektor pariwisata, kurangnya pemahaman tentang Sapta Pesona, perlunya pembekalan terhadap wawasan kewirausahaan dan pemahaman tentang ekonomi kreatif. Optimalisasi produktivitas yang belum merata oleh para pelaku usaha. Sementara itu di tingkat manajemen, beberapa bisnis yang dilakukan kurang memperhatikan strategi pemasaran.

Kota Salatiga dikenal dengan anekaragam kulinernya banyak ditawarkan berbagai makanan tradisional khas daerah sebagai salah satu identitas keragaman budaya seperti halnya keberadaan aneka macam berjenis kuliner berbasis kearifan lokal yang memiliki cita rasa warisan turun temurun. Wisata kuliner menjadi salah satu unggulan penghasil devisa di bidang kepariwisataan dan menjadi daya tarik wisatawan yang singgah di Kota Salatiga. Dengan adanya wisata kuliner, makanan atau kuliner bukanlah sekedar sebagai penunjang dalam pariwisata, melainkan menjadi tujuan utama wisatawan melakukan kegiatan wisata (Kristiana, 2018).

Sektor pariwisata seperti halnya di kampung singkong Kota Salatiga memiliki potensial dalam mendorong kemajuan daerah setempat (Pramezwary *et al.*, 2021). Secara ekonomi pariwisata memberi dampak dalam perluasan lapangan usaha dan kesempatan kerja (Harefa, 2020). Pada kenyataannya pengembangannya masih menghadapi beberapa kendala. (Heryati, 2019) setiap daerah memiliki potensi wisata, namun tidak semua daerah dapat

mengoptimalkan potensi tersebut dengan baik, pada hal jika dikelola dengan baik, tentunya akan menjadi daya tarik wisata sekaligus pertumbuhan ekonomi bagi daerah tersebut. Para pelaku usaha kurang memahami tentang kuliner lokal, yang menjadi bagian pembangunan wisata kota (Syarifuddin, M. Noor and Rohendi, 2017).

Berdasarkan permasalahan tersebut perlunya dukungan dalam mengatasi kendala yang ada agar usaha kuliner di kampung singkong mampu mengakomodir kebutuhan wisatawan. Atas dasar alasan tersebut, maka dianggap penting untuk dilaksanakan pengabdian masyarakat yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk tumbuh dan berkembangnya motivasi, minat dan *intellectual* berwirausaha, serta adanya peningkatan kemampuan dalam bidang usaha singkong.

Berdasarkan permasalahan yang ada, perlu diupayakan solusi untuk menumbuhkembangkan jiwa *entrepreneurship* bagi mitra. Seperti dikemukakan (Kristanto, 2009) bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku dalam menciptakan sesuatu yang baru (usaha). Dalam hal ini diperlukan implementasi ide kreatif dan inovatif untuk memperoleh nilai tambah. Kreatif berarti menghasilkan sesuatu yang belum pernah ada, sedangkan inovatif memodifikasi atau mengembangkan sesuatu yang sudah ada (Kusmiati, 2020). Kegiatan pelatihan dan pendampingan di lakukan meliputi: tata kelola kampung wisata kuliner, sapta pesona, kewirausahaan, dan manajemen usaha dan strategi pemasaran.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan ilmu dan wawasan tentang pengelolaan wisata kuliner yang menghasilkan value dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan mampu bersaing dengan produk makanan modern. Diharapkan dengan program pengabdian pendampingan dosen STIEPARI dapat memberikan sumbangsih dan kontribusi pengembangan wisata kuliner di kampung singkong kota Salatiga untuk mencapai optimalisasi keberlanjutan usaha kuliner berbahan baku ketela dengan kualitas berdaya saing dan mampu menarik para wisatawan.

2. METODE

a. Metode pelaksanaan:

Metode pelaksanaan kegiatan melalui beberapa tahapan pelatihan dan sosialisasi

1) Tahap pertama bidang produksi:

- a) Menyiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian berdasarkan identifikasi awal yang dilakukan kepada mitra terhadap proses produksi olahan

singkong.

- b) Mengadakan diskusi tentang pelaksanaan proses produksi olahan singkong.

2) Tahap kedua bidang manajemen yang digunakan:

- a) Menyampaikan materi pengetahuan untuk pengembangan wawasan tentang tata kelola kampung wisata kuliner.
- b) Menyampaikan materi pengetahuan untuk pengembangan wawasan kewirausahaan.
- c) Menyampaikan materi pengetahuan ekonomi kreatif yang berkaitan dengan kreativitas dan keinovasian produk.

3) Tahap ketiga bidang pemasaran

Melakukan pemantauan hasil pelatihan dan pendampingan bidang kewirausahaan alam mengoptimalkan strategi pemasaran dengan menggunakan sosial media (Handaru wati, 2017). Realisasi pemasaran melalui media sosial sebagai sarana yang ditempuh mitra pelaku usaha singkong untuk memasarkan produk secara efektif. Hal ini diupayakan dalam menjalin interaksi secara luas berbagai kalangan dengan biaya yang murah, efektif dan efisien.

- b. Komunitas pelaku usaha kampung singkong memberdayakan subsektor kuliner berbahan baku ketela didukung oleh Dinas Koperasi dan UMKM. Beberapa toko dan lapak menjajakan varian berbahan baku ketela. Kawasan Kampung Singkong letak lokasinya strategis tepatnya dekat jalan Semarang - Surakarta, hal ini memudahkan para pengunjung menjangkau tempat tersebut. Tepatnya terletak di Kawasan kampung Ngaglik di RW 02, RT 11, Kelurahan Ledok, Kecamatan Argomulyo menjadi kawasan kuliner olahan singkong. Program pengabdian pendampingan ini melibatkan sepuluh orang pelaku usaha dalam rangka mendukung optimalisasi pengembangan usaha wisata kuliner kampung singkong.

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan:

1) Tahap Persiapan Awal

2) Kegiatan Observasi

Observasi dilakukan untuk identifikasi lokasi yang dijadikan program pengabdian masyarakat yaitu Kampung Singkong yang lokasinya berada kampung Ngaglik. Dilakukan di kali observasi untuk menentukan lokasi yang tepat yang dijadikan sasaran

pengabdian.

3) Perijinan

Setelah dilakukan observasi tim pengabdian mengurus perijinan dan berkoordinasi dengan pihak terkait antara lain:

- a) Ketua Komunitas Kampung Singkong
- b) Lurah Kelurahan Ledok
- c) Ketua Pokdarwis Kota Salatiga
- d) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- e) Penyediaan Alat dan Bahan Materi Pelatihan
- f) Penyediaan alat berupa bener, sound, lap top, LCD, dan alat tulis serta bahan materi pelatihan berupa hand out untuk peserta pelatihan.

c. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan di Balai Kelurahan Ledok, dilaksanakan

- 1) Tahap pertama bidang produksi: a) Menyiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian berdasarkan identifikasi awal yang dilakukan kepada mitra terhadap proses produksi olahan singkong. b) Mengadakan diskusi tentang pelaksanaan proses produksi olahan singkong.
- 2) Tahap kedua bidang manajemen yang digunakan: a) Menyampaikan materi pengetahuan untuk pengembangan wawasan tentang tata kelola kampung wisata kuliner. b) Menyampaikan materi pengetahuan untuk pengembangan wawasan kewirausahaan. c) Menyampaikan materi pengetahuan ekonomi kreatif yang berkaitan dengan kreativitas dan keinovasian produk.
- 3) Tahap ketiga bidang pemasaran: Melakukan pemantauan hasil pelatihan dan pendampingan bidang kewirausahaan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dengan menggunakan sosial media. Realisasi pemasaran melalui media sosial sebagai sarana yang ditempuh mitra pelaku usaha singkong untuk memasarkan produk secara efektif. Hal ini diupayakan dalam menjalin interaksi secara luas berbagai kalangan dengan biaya yang murah, efektif dan efisien.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Tahap analisis kebutuhan sebagai rancangan dari solusi prioritas selaras tuntutan selera konsumen dengan pengembangan subsektor kuliner singkong yang didasari ketersediaan ide pengolahan varian singkong. Keunggulan varian singkong adalah

membuat singkong beku yang tahan selama dua bulan tanpa bahan pengawet. Menambah kreasi rasa dengan memasak menggunakan keju, saat digoreng bisa menjadi krispi dan tetap lembut didalamnya. Selain singkong keju juga menawarkan olahan singkong tradisional lain seperti mentho, klenyem dan olahan lain yang merupakan campuran singkong.



Gambar 1. varian singkong yang ada dikampung singkong Argotelo, kota Salatiga. Beragamnya macam aneka rasa.

- b. Tahap perancangan setelah melakukan berbagai tahapan penyuluhan dilakukan pendampingan untuk memastikan hasil pelatihan dapat dilaksanakan dan diterapkan oleh mitra. Setelah pelaksanaan program pengabdian adanya keberlanjutan dalam peningkatan pengelolaan kampung singkong menjadi wisata kuliner dengan menindaklanjuti program-program yang sudah dilakukan pada saat penyuluhan. Lebih lanjut materi pelatihan dapat dijadikan inspirasi pengembangan kemasan produk untuk kepentingan edukasi dengan memanfaatkan media sosial marketing sebagai platform promosi atau pemasaran. Langkah ini dilakukan untuk memperluas jejaring dari berbagai kalangan yang lebih luas. Tahap pendampingan bersama dengan mitra melakukan pemantauan hasil yang diperoleh setelah pelatihan dan penyuluhan, pelaku usaha menerapkan materi pelatihan dengan menggunakan media sosial marketing dalam rangka meningkatkan produktivitas dan jumlah customer. Sebelumnya pelaku usaha yang melakukan pemasaran menggunakan tool media sosial hanya didominasi pelaku usaha tertentu namun dengan adanya penyuluhan kegiatan pengabdian masyarakat beberapa pelaku usaha lain sudah menggunakan media sosial sebagai langkah strategis memperkenalkan produk masing-masing agar lebih dikenal oleh kalangan masyarakat. Dengan adanya aktivitas mitra dalam investasi akan lebih dikenal melalui penambahan media promosi yang telah dibuat.



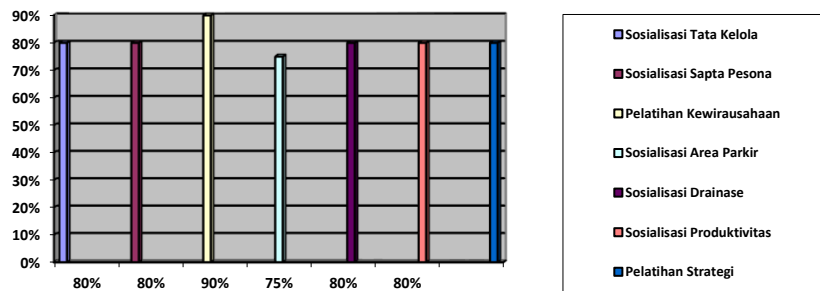
Gambar 2. tahap pendampingan pelatihan, Argotelo, kota Salatiga

c. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi keberhasilan pelaksanaan program mitra sebagai pelaku usaha di kampung singkong dilakukan setelah kegiatan pengabdian selesai yaitu paket pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan usaha. Hal ini dilakukan untuk menambah wawasan dalam mewujudkan daya tarik wisata kuliner. Pembekalan dan penyuluhan membantu mitra memiliki wawasan yang luas terhadap terwujudnya kelayakan kampung singkong sebagai tujuan wisata kuliner. Tujuan dilaksanakan program pelatihan untuk membentuk mental kreatif dan inovatif pada diri pelaku usaha di lingkungan kampung singkong. Sehingga akan terbentuk sikap dan perilaku pengusaha profesional dalam menjalin hubungan antar pengusaha, karyawan, maupun dengan konsumen.

NO	Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Target
1.	Pelaku usaha perlu diberikan pemahaman tentang tata kelola kampung wisata kuliner	Sosialisasi tata kelola kampung wisata kuliner.	Pelaku usaha memiliki pemahaman tentang tata kelola kampung wisata kuliner
2.	Kurangnya pemahaman sapta pesona	Sosialisasi sapta pesona	Pelaku usaha memiliki pemahaman tentang sapta pesona
3.	Belum maksimalnya penambahan wawasan kewirausahaan	Pelatihan kewirausahaan.	Pengetahuan pelaku usaha bertambah
4.	Kurangnya perencanaan tempat parkir yang layak dan nyaman	Sosialisasi perencanaan area parkir	Tertatanya lahan parkir
5.	Kurangnya penanganan bangunan drainase merupakan faktor penting dalam pengaturan buangan air	Sosialisasi penanganan bangunan drainase	Penanganan bangunan drainase
6.	Optimalisasi produktivitas yang dihasilkan oleh para pelaku belum merata	Sosialisasi optimalisasi produktivitas	Adanya penambahan produktivitas
7.	Kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran	Pelatihan strategi pemasaran	Bertambahnya pemahaman terhadap strategi pemasaran

Tabel 1. Analisis Target dimana kegiatan yang meliputi sosialisasi maupun pelatihan, di Argotelo, kota salatiga.



Gambar 3. pencapaian target dari sosialisasi maupun pelatihan di Argotelo, kota Salatiga.

4. SIMPULAN

Pelaku usaha 80% menerapkan tata kelola kampung wisata kuliner. Pelaku usaha 80 % menerapkan sapta pesona. Pelaku usaha 90% memiliki wawasan perilaku dalam berwirausaha. Diwujudkan tata kelola area parkir lebih teratur 75%. Diwujudkan tata bangunan drainase yang memadai 80%. Bertambahnya pelaku usaha yang mampu meningkatkan produktivitas 80%. Pelaku usaha menerapkan strategi pemasaran 80%. Upaya meningkatkan potensi ekonomi kreatif di mana pelaku usaha berupaya meningkatkan tata kelola, sapta pesona, wawasan perilaku, tata kelola parkir, tata bangunan drainase, meningkatkan produktivitas dan strategis pemasaran, dimana semua pengembangan sektor usaha kuliner harus mampu meningkatkan semua produk kulinernya

DAFTAR PUSTAKA

- Handaruwati, I. (2017) 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. Buletin Bisnis & Manajemen.', *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. Buletin Bisnis & Manajemen.*, Vol. 03, N.
- Harefa, M. (2020) 'Dampak Sektor Pariwisata terhadap Penerimaan Daerah di Kabupaten Belitung', *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(1), pp. 65–77.
- Heryati, Y. (2019) 'Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju', *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), pp. 56–74. Available at: <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/10>.
- Kristanto, H. (2009) *Kewirausahaan (Entrepreneurship), Pendekatan Manajemen dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kristiana, Y. (2018) 'Aplikasi Perjalanan Dan Perilaku Wisatawan', *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), pp. 1–18. doi: 10.26905/jpp.v3i1.2022.
- Kusmiati, K. (2020) 'Implementasi Media Topeng Fantasi untuk Meningkatkan Karakter Cinta Budaya Daerah', *Jurnal Didaktika Pendidikan Dasar*, 4(3), pp. 779–802. doi: 10.26811/didaktika.v4i3.112.
- Multi, S. K. dan E. T. A. 2017. (2017) 'Pengembangan Kuliner. Jakarta: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.', *Pengembangan Kuliner. Jakarta: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.*

- Pramezwary, A. *et al.* (2021) 'Pengaruh Identitas Brand Dan Strategi Penjualan Burger King Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen', *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(1), pp. 10–18. doi: 10.31294/jc.v21i1.9540.
- Syarifuddin, D., M. Noor, C. and Rohendi, A. (2017) 'Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata', *Abdimas*, 1(1), pp. 4–8. Available at: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>.