

PENINGKATAN INOVASI KULINER LOKAL DESA WISATA KOTA SEMARANG

Oleh :

Tuwuh Adhistyo W¹, Krisnawati Setyaningrum N¹ dan Aletta Dewi Maria Th¹

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu pengelola desa wisata di kota Semarang bertujuan membantu meningkatkan inovasi kuliner lokal di kota Semarang dan menciptakan kreatifitas menu baru dan mampu memberikan perubahan yang signifikan ke arah yang lebih baik. Kegiatan ini dilaksanakan pada 1 maret 2019 di rumah pintar Desa Wisata Kandri Semarang yang diikuti 30 orang yang terdiri dari pengelola desa wisata di kota Semarang. kesimpulan dari kegiatan pengabdian mmasyarakat ini yaitu pengetahuan peserta mengenai inovasi kuliner lokal meningkat, peserta mampu memperbaiki dan mengupgrade kemasan untuk menarik minat konsumen, dan peserta mampu menerapkan apa yang diberikan saat pelatihan.

Kata Kunci: desa wisata, kuliner

ABSTRACT

This community service activity helps managers of tourist villages in the city of Semarang aim to help increase local culinary innovation in the city of Semarang and create new menu creativity and be able to provide significant changes for the better. This activity was carried out on March 1, 2019 at the smart home of the Kandri Tourism Village, Semarang, which was attended by 30 people consisting of tourism village managers in the city of Semarang. The conclusion of this community service activity is that participants' knowledge of local culinary innovations increases, participants are able to repair and upgrade packaging to attract consumer interest, and participants are able to apply what was given during the training.

Keywords: tourist village, culinary

¹ Stiepari Semarang

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. *World Tourism Organization* memperkirakan bahwa pada tahun 2020 akan terjadi peningkatan sebesar 200% terhadap angka kunjungan wisatawan dunia saat ini. Pariwisata modern saat ini juga dipercepat oleh proses globalisasi dunia sehingga menyebabkan terjadinya interkoneksi antar bidang, antar bangsa dan antar individu yang hidup didunia ini. Perkembangan teknologi informasi juga mempercepat dinamika globalisasi dunia, termasuk juga didalam perkembangan dunia hiburan, rekreasi dan pariwisata.

Pengembangan sektor pariwisata tidak akan berjalan optimal jika hanya berharap pada pemerintah pusat. Dalam hal ini, setiap daerah melalui kepala daerahnya juga perlu berpartisipasi dalam pengembangan wisata. Sudah ada beberapa daerah di Indonesia yang memanfaatkan potensi alam untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata. Dalam pemikiran modern mengenai pemberdayaan, masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai objek melainkan sebagai subjek. Masyarakat sebagai subjek dipandang sebagai komunitas yang memiliki potensi sesuai dengan kultur yang berkembang pada masyarakat tersebut. Sebagaimana yang diungkapkan Munir & Fitanto (2008) bahwa pemberdayaan masyarakat setidaknya mampu mengembangkan teknik pendidikan tertentu yang lebih imajinatif dengan tujuan untuk membangun kesadaran masyarakat dan pendekatan pengembangan masyarakat berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Desa wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat keseharian, memiliki arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta memiliki potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, seperti atraksi, akomodasi, makanan-minuman dan kebutuhan wisata lainnya (Hadiwijoyo, 2012). Menurut Nuryanti (1993), desa wisata memiliki beberapa komponen produk wisata yang mendukung kegiatan yang ada di

dalamnya, yang sering disebut sebagai 4A (Atraksi, Aktivitas, Aksesibilitas, dan Akomodasi). Adanya komponen ini menjadi faktor utama dijadikannya suatu wilayah dapat ditetapkan sebagai desa wisata karena menjadi pelengkap bagi suatu desa wisata dalam menjalankan kegiatan wisata yang dimiliki.

Atraksi wisata didefinisikan sebagai seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif masyarakat. Aktivitas wisata merupakan aktivitas yang ada di dalam desa wisata dan masih mencirikan suasana pedesaan yang asri dan sikap gotong-royong yang masih tinggi. Aksesibilitas memberikan kemudahan dalam menjangkau lokasi desa wisata dengan menggunakan berbagai moda transportasi. Sedangkan akomodasi merupakan sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk. Komponen produk desa wisata ini tentunya berasal dari potensi lokal yang ada di desa wisata. Lebih lanjut, Hadiwijoyo (2012), mengungkapkan bahwa ditetapkannya suatu desa yang dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu a) memiliki aksesibilitasnya baik agar mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi atau terdapat transportasi yang menjangkau wilayah tersebut; b) tersedia atraksi wisata yaitu memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata; c) masyarakat dan perangkat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya; d) keamanan terjamin; e) tersedia sarana akomodasi, telekomunikasi dan tenaga kerja yang memadai; f) beriklim sejuk atau dingin, dan g) berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat. Pengembangan wisata pada umumnya berfokus pada meminimalkan dampak lingkungan, melestarikan budaya, dan meningkatkan ekonomi melalui partisipasi masyarakat. Lebih jauh, pengembangan desa wisata bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dengan menciptakan kondisi yang lebih baik untuk pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan membantu pemerintah daerah dalam meningkatkan penyediaan pelayanan bagi warganya (Munir & Fitanto, 2008). Orientasi konsep ini mengarah pada fokus pembangunan

untuk menciptakan lapangan kerja baru dan merangsang pertumbuhan kegiatan ekonomi (Munir & Fitanto, 2008). Dalam hal ini, pemerintah daerah dan masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam tercapainya tujuan yaitu untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, konsep ini bersifat saling terkait dan membutuhkan kerjasama yang positif antara pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal. Di samping itu, partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata berperan penting sejak awal pembentukan hingga akhir dijalankannya kegiatan desa wisata. Pada prinsipnya, bentuk partisipasi masyarakat yaitu mengelola sumber daya yang ada. Selain mengelola, masyarakat juga merupakan pihak yang menjalankan dan menerima manfaat dari adanya Desa Wisata ini. Oleh karena itu, masyarakat perlu dilibatkan dalam pengembangan desa wisata dari awal hingga akhir.

Inovasi dan inovatif adalah dua hal yang selalu dikaitkan bersama-sama. Pengertian inovatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah mengenalkan sesuatu yang bersifat baru. Lalu, apa yang dimaksud dengan inovasi? Menurut KBBI, inovasi adalah pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, atau pembaharuan. Pengertian dari inovasi lainnya adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya. Tujuannya adalah menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri maupun lingkungannya. Seseorang yang berhasil melakukan sebuah inovasi adalah seseorang yang inovatif. Secara tidak langsung, manfaat inovatif adalah membawa sesuatu hal yang baru yang dapat memudahkan kehidupan manusia dan membawa manusia ke dalam kondisi kehidupan yang lebih baik. Hampir dari kita semua sepakat bahwa inovasi secara umum akan membawa manfaat banyak bagi kehidupan manusia. Salah satunya adalah mempermudah urusan dan pekerjaan manusia. Namun, bagaimana dengan manfaat inovasi bagi bisnis?

Tentunya para pebisnis dan pengusaha akan selalu berusaha untuk mencari cara-cara baru dalam meningkatkan bisnis mereka. Mereka harus menemukan cara baru untuk menyelesaikan masalah, meningkatkan produktivitas karyawan, dan menyaingi para kompetitor dengan sangat baik. Solusi terbaik untuk menyelesaikan

semua masalah tersebut adalah mendorong kreativitas yang kita miliki dan berusaha mewujudkan inovasi-inovasi baru. Singkatnya, tanpa kedua hal tersebut kita akan selalu terjebak dengan metode lama yang tidak akan menghasilkan inovasi apapun.

METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan pengabdian ini menfokuskan pada inovasi produk, metode pelaksanaan yang digunakan yaitu, metode sosialisasi dan *focus group discussion* (FGD). Metode sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman dan gambaran mengenai inovasi kuliner. Metode FGD bertujuan untuk mengidentifikasi produk kuliner yang telah dimiliki di desa wisata tersebut. Teknik pengumpulan dan analisis data teknik pengumpulan data dalam pengabdian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, angket, dokumentasi, dan FGD.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kegiatan Mengidentifikasi dan menginovasi Produk

Kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu pengelola desa wisata di kota Semarang bertujuan membantu meningkatkan inovasi kuliner lokal di kota Semarang dan menciptakan kreatifitas menu baru dan mampu memberikan perubahan yang signifikan ke arah yang lebih baik. Kegiatan ini dilaksanakan pada 1 maret 2019 di rumah pintar Desa Wisata Kandri Semarang yang diikuti 30 orang yang terdiri dari pengelola desa wisata di kota Semarang. Dalam hal ini kegiatan awal di fokuskan pada Inovasi produk, dimana Inovasi adalah suatu proses dan atau hasil pengembangan pemanfaatan suatu produk sumber daya yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai yang lebih berarti. Pada dasarnya manfaat inovasi adalah untuk menyempurnakan atau meningkatkan fungsi dari pemanfaatan suatu produk atau sumber daya sehingga manusia mendapatkan manfaat yang lebih. Inovasi terjadi di berbagai bidang kehidupan, mulai dari dunia bisnis, pendidikan, komunikasi, dan lain sebagainya. Proses inovasi ini terjadi secara terus menerus di dalam kehidupan manusia karena adanya keinginan untuk melakukan sesuatu menjadi lebih

mudah dan cepat. Kegiatan pendampingan dengan fokus inovasi yang telah dilakukan adalah :

1. Peserta pendampingan memaparkan dan menjelaskan produk-produk yang dimiliki dan di produksi secara berkala untuk di pasarkan. Pada saat peserta memaparkan produknya terdapat beberapa hal yang menjadi titik perhatian, diantaranya :

i. Komposisi makanan

Makanan sehat dengan porsi yang tepat akan menghasilkan gizi yang baik. Jika porsi tidak tepat, maka beberapa zat gizi akan berlebih atau bahkan mengalami defisiensi. Komposisi makanan yang sehat terdiri atas karbohidrat kompleks (nasi, pasta, jagung, singkong, ubi, kentang), protein rendah lemak (daging sapi rendah lemak, daging ayam tanpa kulit, ikan, tempe, tahu), sayur, dan buah. Dalam hal ini dari fasel sebagai pendamping menitik beratkan pada perpaduan bahan makanan yang digunakan dalam satu kesatuan makanan yang di sampaikan peserta, bagaimana memilih bahan yang tepat dan bagaimana memadukan dari setiap kadungan makanan, baik yang ada di desa wisata maupun pengelola usaha kuliner.

ii. Tampilan makanan

Dalam setiap makanan, teknik pembuatan dan bahan yang digunakan hanya berpengaruh sekitar 50%. Setengahnya lagi tergantung pada bagaimana kita menyajikannya. Itulah mengapa nasi goreng yang kita beli di restaurant terasa lebih nikmat dibandingkan dengan nasi goreng yang hanya dibungkus kertas nasi. Dalam sebuah makanan yang berpenampilan indah terdapat usaha dan jerih payah yang lebih besar. Itulah mengapa, setiap orang rela membayar mahal untuk makanan yang enak dimakan dan sedap dipandang. Pada kegiatan pendampingan ini, fasel juga memfokuskan pada tampilan makanan yang merupakan faktor pendukung dalam memasarkan produk kuliner. Dalam point ini ditekankan bagaimana menata produk kuliner yang tepat.

iii. Rasa

Pada poin ini fase menitik beratkan pada rasa sajian panganan yang di paparkan oleh peserta. Fase di bantu peserta yang lain ikut mengkritisi dan memberi masukan kepada peserta lain yang berhubungan dengan rasa makanan yang dipaparkan dengan tujuan adanya peningkatan atau perbaikan rasa, hal ini juga menjadi uji produk dari masing-masing peserta.

2. Peserta melakukan branding dan aktualisasi produk sebagai bentuk mematenkan produk dari masing-masing peserta, hal ini bertujuan untuk diferensiasi produk unggulan dari masing-masing peserta baik desa wisata maupun pengelola usaha kuliner.
3. Pendamping dari masing-masing peserta memberikan masukan secara khusus kepada peserta, hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan dan dioptimalkan. Secara umum dan bersama-sama peserta di kumpulkan jadi satu di beri masukan strategi pengembangan dan inovasi produk secara umum dari masing-masing produk unggulan di setiap kelompoknya.

Dari hasil pertemuan pertama didapatkan hasil bahwa masing-masing peserta pendampingan mendapatkan pengetahuan tambahan dan informasi bagaimana mengembangkan dan meningkatkan potensi yang dimiliki untuk dijadikan destinasi wisata kuliner.

B. Kegiatan Pengemasan Produk

Pengemasan produk menjadi pokok bahasan pada kegiatan pendampingan periode kedua. Kegiatan ini menitik beratkan pada pengemasan produk yang dianggap bisa menambah nilai tambah dan nilai jual dari masing-masing produk kuliner yang menjadi unggulan dari masing-masing peserta baik yang ada di desa wisata maupun pengelola usaha jasa kuliner. Kemasan terbagi menjadi tiga kategori, yaitu kemasan primer, sekunder, dan tersier. Kemasan primer mengalami kontak langsung dengan produk, bahkan ikut terproses bersama dengan produk. Sedangkan kemasan sekunder dan tersier tidak mengalami kontak langsung dengan makanan.

Pengemasan makanan dengan baik akan membawa keuntungan bagi peserta. Kebanyakan beberapa pengusaha di luar sana berpikir bahwa kualitas sebuah produk dan cara pemasaran jauh lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan, dibandingkan fokus pada pengemasan produk makanan. Padahal beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan pengemasan juga saling mendukung satu sama lain. Jadi, belum tentu juga jika produk dengan kualitas yang bagus maka akan banyak peminatnya, kecuali bila konsumen tersebut benar-benar membutuhkannya. Pengemasan suatu produk inilah yang mungkin perlu dipikirkan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Beberapa bentuk inovasi kemasan yang dilakukan diantaranya :

1. Salah satu peserta dari Desa Wisata dari Nongkosawit mempresentasikan kemasan kuliner dari bambu sebagai wadah makanan. Dimana dalam inovasi kemasan ini dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan nilai tambah dari makanan.
2. Kampung jawi dianggap sudah lebih dahulu mengembangkan kemasan kuliner dalam bentuk angkringan yang juga dijadikan sebagai salah satu tempat studi banding bagi peserta yang lain. Studi banding ini diadakan dengan tujuan peserta punya gambaran akan dibawa kuliner yang sudah ada selama ini. Tentu peserta tidak serta merta meniru atau menyamakan produk yang dimiliki dikemas seperti yang ada di kampung jawi, tapi setidaknya ada referensi dan konsep yang bisa dikembangkan dan diaplikasikan pada produk unggulan masing-masing.
3. Kampung bahari mempresentasikan inovasi olahan dari hidangan laut.
4. Dari kegiatan diatas dapat dilihat bahwa sudah ada peningkatan dan keinginan untuk membawa produk yang dimiliki ke arah yang lebih baik dan lebih ber nilai. Menjadi bukti bahwa ada dampak positif dari adanya pendampingan pada peserta.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat disimpulkan setelah mengikuti pelatihan ini :

1. Pengetahuan peserta mengenai inovasi kuliner lokal meningkat
2. peserta mampu memperbaiki dan mengupgrade kemasan untuk menarik minat konsumen
3. peserta mampu menerapkan apa yang diberikan saat pelatihan

DAFTAR PUSTAKA

- Hadiwijoyo, S. S. (2012). Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat: Sebuah pendekatan konsep. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Munir, R., & Fitanto, B. (2008). Pengembangan ekonomi lokal partisipatif: Masalah, kebijakan, dan panduan pelaksanaan kegiatan. Jakarta: *Local Governance Support Program*, USAID.
- Nuryanti, W. (1993). *Concept, perspective, and challenges*. Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press