

Optimalisasi Usaha Kuliner Berbasis Kearifan Lokal dan Technopreneurship

Moh. Syahrin S. Ayahu¹, Aliyul Azim², Ikram Tuluki³, Asmagvira Asmagvira⁴, Shelly Anggraini Hippy⁵, Moh. Iqbal A. Haruna⁶, Nur Wafiq Aziza⁷, Rahman A. Talib⁸, Abdul Rahman R. Yanju⁹, Zulkifli Walinelo¹⁰, Riman kasim¹¹ Jafar Lantowa^{12*}, Yulia Puspitasari Gobel¹³

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12}Universitas Negeri Gorontalo, ¹³IAIN Sultan Amai Gorontalo

*Corresponding author, e-mail: jafar.lantowa@ung.ac.id.

Abstract

Ombulo Village in West Limboto District, Gorontalo Province, is one of the villages with excellent potential in the trade sector, especially culinary. Most villagers work as culinary entrepreneurs, such as NasiJaha, Beef Satay, dodol, MiluSiram, Itoni Chicken, corn cakes, Karawo cake, and banana chips. Every day, these culinary products are sold in traditional markets with quite a lucrative income. However, due to a government circular to temporarily close the market during the Covid-19 pandemic, they could only sell their wares in front of their homes. As a result, people's income has decreased. Compared to the income from selling in traditional markets, selling in front of the house is only enough to meet their daily needs. Moreover, some of them have not marketed these culinary products online due to limited technical knowledge. Therefore, implementing the WiraDesa program aims to increase people's income by optimizing culinary businesses based on local wisdom and technopreneurship. This program is carried out offline considering that Ombulo Village is a green zone and no residents have been affected by Covid 19. The technique used is dissemination and workshops on culinary business management based on local wisdom and technopreneurship, marketing training through websites and social media, training on the packaging of culinary products, and arrangement of business locations. The programs that have been implemented are 1) dissemination of the WiraDesa program, 2) workshops on packaging and marketing products based on local wisdom, 3) marketing training through the use of websites and social media, 4) packaging and marketing assistance through the use of websites and social media, 5) new business startups, 6) structuring business locations to make them look more attractive to visitors, 7) creating Dodol and NasiJaha brands and pioneering Ombulo Village as a Culinary Tourism Village in West Limboto District.

Keywords: Culinary; Local wisdom; Technopreneurship.

How to Cite: Ayahu, M.S.S., et al. (2022). Optimalisasi Usaha Kuliner Berbasis Kearifan Lokal dan Technopreneurship. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 234-241.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited under the same license as the original. ©2022 by author.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang banyak dan memiliki sumber daya manusia yang melimpah. Selain negara dengan jumlah penduduk sangat besar, Indonesia juga merupakan sebuah negara kepulauan yang memiliki beragam jenis makanan dan minuman. Berkembangnya usaha makanan dan minuman akan meningkatkan pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat lokal sekaligus juga meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dan pendapatan Nasional. Kemampuan mengembangkan, mengolah, menyajikan, menampilkan, dan mempromosikan makanan dengan baik sangat menentukan keberhasilan usaha makanan dan minuman (Harsana, 2013).

Kuliner sebagai salah satu dari lima belas subsektor di dalam ekonomi kreatif, merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen. Unsur kreatifitas pada subsektor

kuliter terdapat dalam hal penyajian, estetika, budaya lokal yang menunjang cita rasa sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli. Kreativitas pada subsektor kuliner menstimulasi tumbuhnya perusahaan yang bergerak pada subsektor ini. Kontribusi jumlah perusahaan subsektor kuliner terhadap jumlah perusahaan ekonomi kreatif dari tahun 2010-2013 rata-rata 56,09% (Lazuardi dan Triady dalam (Hendarmin & Kartika, 2018).

Provinsi Gorontalo khususnya di Desa Ombulo Kecamatan Limboto Barat menjadi salah satu desa yang memiliki potensi unggulan di bidang usaha perdagangan khususnya usaha kuliner. Sebagian besar masyarakat di desa tersebut berprofesi sebagai pedagang kuliner seperti pedagang nasi jaha dan sate sapi, dodol, milu siram, nasi ayam iloni, brekedel jagung, kue karawo, dan keriping pisang. Kuliner ini dijual di pasar tradisional setiap hari, dengan penghasilan yang menguntungkan bagi mereka, namun semenjak pandemi Covid 19, mereka mengalihkan dagangan mereka di depan rumah masing-masing karena edaran pemerintah untuk menutup pasar sementara waktu. Dampak Covid 19 ini berakibat pada penurunan pendapatan masyarakat sejak berjualan di bahu jalan tepat yang bertepatan di depan rumah mereka. Dengan menjual dagangan di depan rumah, pendapatan mereka berkurang yang hanya cukup memenuhi kebutuhan hidup mereka, dibandingkan pendapatan mereka saat berjualan di pasar tradisional. Sebagian mereka juga belum memasarkan produk kuliner ini secara online karena keterbatasan pengetahuan tentang teknologi.



Gambar 1. Usaha Kuliner Desa Ombulo Kec. Limboto Barat

Kuliner yang menjadi produk usaha masyarakat Desa Ombulo ini mendukung kebijakan pemerintah terkait dengan Ekonomi Desa untuk kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut tentang Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Kegiatan Ekonomi Desa Sesuai dengan amanat UU No.6/14 tahun 2014 tentang desa dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia untuk manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar. Dalam merealisasi amanat UU tersebut maka pemerintah Kabupaten Gorontalo berkomitmen melestarikan makanan khas daerah, sebagai bagian dari upaya melestarikan nilai-nilai kebudayaan yang dimiliki. Komitmen tersebut tampak pada dukungan pemerintah terhadap kuliner yang ada di Desa Ombulo, yang diizinkan untuk diperdagangkan di sepanjang jalan Desa Ombulo dengan berbagai variasi kuliner. Adapun profil unit-unit usaha yang ada di Desa yakni Kelompok Simpan Pinjam, Usaha Perdagangan yakni usaha kuliner Nasi Jaha dan Sate Daging, usaha Dodol, usaha nasi ayam iloni, usaha keriping pisang, usaha berkedel jagung, kue karawo, dan milu siram. Kuliner ini menjadi makanan khas Gorontalo, terutama nasi jaha dan dodol yang banyak diminati masyarakat Gorontalo ketika akan berkunjung di Desa Ombulo.



Gambar 2. Wawancara Bersama Pedagang Kuliner

Desa ini memiliki potensi untuk menjadi desa wisata kuliner jika dikembangkan oleh pemerintah dan masyarakat setempat. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Desa Bapak Irfan Eksan, S.H melalui wawancara bahwa Desa Ombulo berpotensi menjadi Desa Wisata Kuliner jika dikembangkan atas dukungan masyarakat setempat. Oleh karena itu, melalui Program Wira Desa, tim akan bekerja sama dengan pemerintah desa dan pedagang kuliner untuk mengembangkan usaha yang ada di Desa Ombulo dengan berbasis kearifan lokal dan technopreneurship.



Gambar 3. Foto Bersama dengan Kepala Desa

Di era modern ini perdagangan semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi yang meningkat menjadikan perubahan yang signifikan khususnya pada sektor perdagangan, dari masamasa perdagangan mengalami banyak perubahan besar mulai dari awal seperti penjualan langsung sampai penjualan online yang saat ini telah merebak. Seperti halnya di Indonesia dengan banyak warga yang telah banyak menggunakan e-commerce sebagai sarana jual beli keseharian mereka. Sebagai akibat e-commerce atau bisnis online telah mendobrak perubahan besar pada transaksi jual beli oleh masyarakat itu sendiri juga memberikan keuntungan yang luar biasa yang dapat memudahkan kedua pihak dalam bertransaksi misalnya menyederhanakan kegiatan pemasaran dan promosi barang atau jasa, memperluas jangkauan calon konsumen dengan pasar yang luas dan sebagainya, yang mana pada sisi UMKM bisnis online memberikan langkah yang baru untuk mensejahterakan bisnis mereka mengingat banyak manfaat yang bisa didapatkan (Hardiky et al., 2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya di sektor kuliner butuh strategi pengembangan yang kokoh dan perlu melibatkan elemen-elemen besar sampai terkecil serta instrumen hukum yang kuat dalam memproteksi UMKM kuliner dalam negeri (Hutabarat, 2015). Media sosial dapat menjadi media yang menghubungkan antara pengusaha dan konsumen. Konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk. Konsumen tidak lagi kesulitan dalam mendapatkan informasi-informasi terkini mengenai produk yang dijual oleh UKM. Media sosial memudahkan interaksi antara konsumen dan pengusaha. Bagi para pelaku UKM media sosial digunakan untuk mengembangkan usaha, meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi (Lathifah & Lubis, 2018). Oleh karena itu, perlu kiranya melaksanakan sebuah pengembangan uaha kuliner melalui UMKM di Desa Ombulo berbasis kearifan lokal dan technopreneurship.

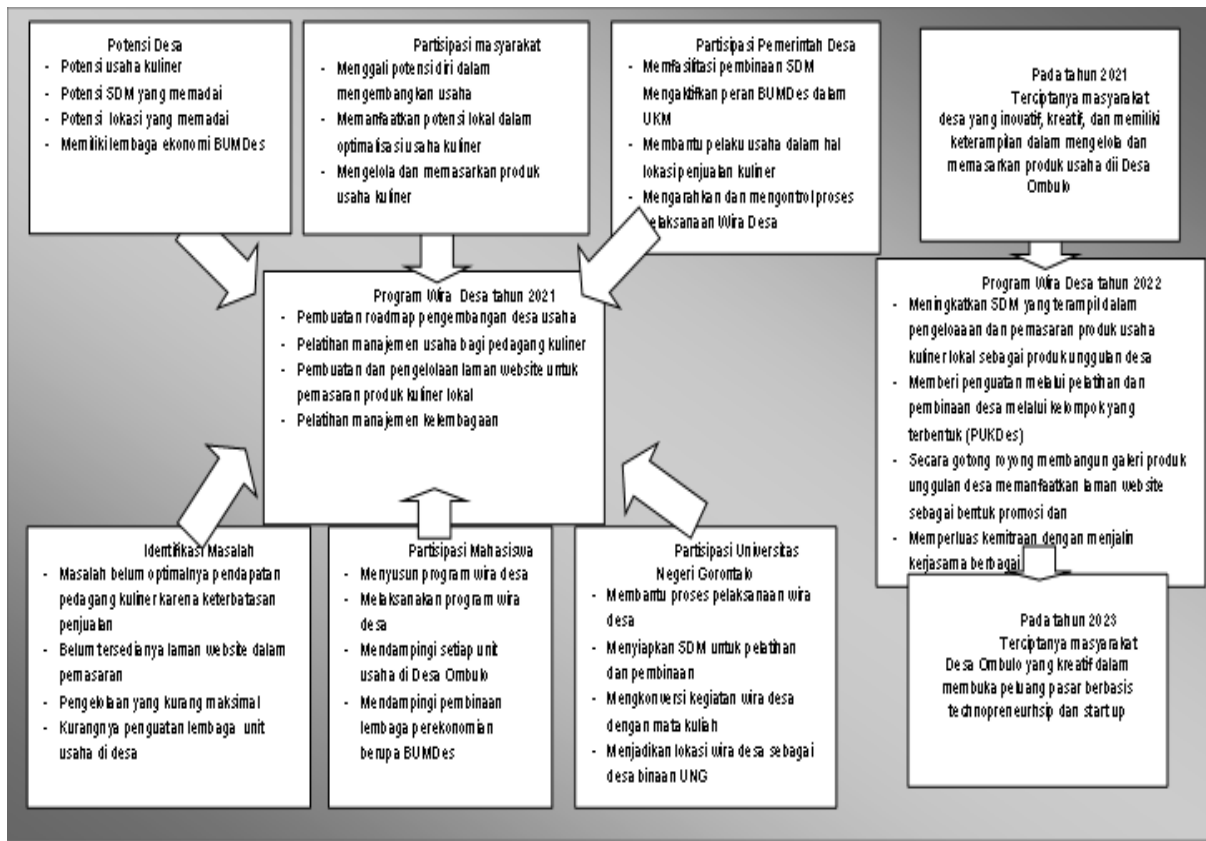
Pada kegiatan Wira Desa ini, tim pelaksana akan membangun kerja sama yang baik antara mahasiswa, perguruan tinggi, pemerintah daerah, swasta dan masyarakat khususnya yang tinggal di Desa Ombulo, melalui : (1) peningkatan kesadaran/ sikap, wawasan/ pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola potensi usaha desa khususnya usaha kuliner, (2) pembuatan website unit usaha Desa, yang berisi informasi terkait profil usaha desa dan beragam produk usaha kuliner lokal, sehingga menarik minat konsumen.; (3) terbangunnya kemitraan antara Pemerintah Desa, Pemerintah Daerah, tokoh masyarakat, pelaku usaha (UMKM), Karang Taruna, dan PKK dalam mewujudkan program optimalisasi usaha kuliner berbasis kearifan lokal dan technopreneurship; (4) menjadikan Desa Ombulo sebagai Desa Binaan Universitas Negeri Gorontalo.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program Wira Desa dilaksanakan secara luring mengingat Desa Ombulo termasuk zona hijau dan belum ada masyarakat Ombulo yang terkena dampak Covid 19, Adapun pelaksanaan program wira desa mencakup beberapa hal yakni: 1) kegiatan pemberdayaan SDM khususnya pedagang usaha kuliner melalui edukasi usaha baik sosialisasi, pelatihan, dan pengetahuan teknologi; 2) keberlanjutan: pelaksana Wira Desa bekerjasama dengan aparat desa membentuk Kelompok Usaha Bersama

(KUBE) dan Pusat Usaha Kuliner Desa (PUKDes) sebagai tindak lanjut program, 3) membangun pola kemitraan, agar mitra pedagang usaha kuliner semakin luas untuk pengembangan ekonomi kreatif desa. Adapun roadmap kegiatan yang akan dilakukan oleh tim pelaksana dijelaskan pada gambar berikut ini.

Rancangan Roadmap Pengembangan ekonomi desa



Gambar 4. Roadmap Kegiatan Wira Desa

Analisis Data Awal Profil Usaha Kuliner

Profil Usaha Kuliner yang menjadi unit usaha di Desa Ombulo merupakan usaha yang berkembang karena memiliki SDM yang memadai. Variasi kuliner yang dijual di depan rumah warga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang ingin menikmati kuliner lokal sehingga kadang kampung tersebut tampak ramai konsumen. Namun, pendapatan pedagang belum sesuai kebutuhan karena jumlah konsumen yang tidak menetap setiap harinya. Oleh karena itu, masalah yang menghambat adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memasarkan kuliner bagi masyarakat luas melalui teknologi. Pedagang kuliner perlu didukasi terkait dengan manajemen usaha dan pemasaran untuk meningkatkan pendapatan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Langkah awal yang perlu dilakukan dalam mengatasi permasalahan yakni melalui pembuatan dan pengelolaan website sebagai media untuk pengisian data profil usaha desa serta pemasaran produk kuliner sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Sejak pandemi Covid-19 pendapat pedagang usaha kuliner menurun drastis. Oleh karena itu, produk usaha kuliner tidak hanya dijual di depan rumah, akan tetapi bisa memasarkan melalui media sosial dengan keterampilan yang dimiliki.

Rancangan Pengembangan Unit Usaha Kuliner di Desa Ombulo

Program yang akan dilaksanakan selama kegiatan Wira Desa untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat disusun oleh pelaksana Wira Desa bersama dengan pihak Pemerintah Desa yang menghasilkan rancangan intervensi program kegiatan seperti tampak pada tabel 1.

Tabel 1. Program dan keluaran kegiatan Wira Desa

No	Masalah	Program Kegiatan	Outcome Dan Output Kegiatan
1	Masalah proses pengelolaan usaha kuliner sehingga pendapatan terbatas dan kurangnya SDM dalam mengelola potensi usaha lokal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Roadmap pengembangan usaha kuliner sehingga bisa terinventarisir kendala dan potensi ekonomi desa 2. Workshop pengelolaan usaha kuliner berbasis kearifan lokal dan technopreneurship 3. Pelatihan manajemen usaha pemasaran 4. Rancangan profil unit usaha kuliner 	Perubahan perilaku masyarakat terkait dengan pengelolaan usaha kuliner berbasis kearifan lokal dan technopreneurship, serta tersedianya profil unit usaha kuliner
2	Masalah kemitraan sehingga kurangnya keterlibatan aparat pemerintah dalam pengoptimalan usaha kuliner	Menjalin kerja sama dengan berbagai pihak terutama Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa, Dinas Sosial, Dinas Pariwisata, UNG, dan pihak terkait untuk pengembangan potensi usaha kuliner di Desa Ombulo	Adanya partisipasi dari pihak terkait untuk pengembangan usaha kuliner menuju Desa Wisata Kuliner berbasis kearifan lokal dan technopreneurship
3	Masalah kurangnya pemasaran produk kuliner melalui media teknologi informasi	<p>Pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan usaha kuliner dengan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama dengan pihak yang memiliki kemampuan di bidang teknologi dan informasi, yang juga memahami kondisi Desa Ombulo 2. Menentukan domain dan hosting. 3. Mengumpulkan data dengan melibatkan pihak-pihak yang bertugas di dalam pengumpulan data. 4. Menyeleksi data yang akan dimasukkan ke dalam sistem data base profil desa usaha kuliner 5. Merancang desain sistem informasi. 6. Melatih masyarakat memasukkan data ke menu 7. Melatih masyarakat melakukan update data gterkait dengan jenis kuliner dan dapat ditambahkan dengan usaha lain yang ada di desa 8. Melaksanakan pendampingan jarak jauh dengan menggunakan media sosial dalam membantu pihak yang dipilih sebagai tim data untuk melakukan update data atau menambah data baru terkait dengan profil UMKM Desa 	Tersedianya laman website sebagai sarana informasi usaha kuliner dan unit usaha lainnya seperti BUMDes, UMKM, KUBE, dll.
4	Masalah forum/relawan/ kelompok masyarakat pengelolaan usaha kuliner yang kurang konsisten dalam mengembangkan potensi ekonomi desa	Pendampingan, penguatan dan peningkatan kapasitas terhadap kelembagaan kelompok usaha desa seperti BUMDes, UMKM, dan pembentukan KUBE, serta perintisan Pusat Usaha Kuliner Desa (PUKDes) di Desa Ombulo untuk keberlanjutan program dan pelatihan secara konsisten tentang manajemen kelembagaan dan organisasi dalam pengembangan pengelolaan potensi usaha kuliner berbasis kearifan lokal dan technopreneurship	Dengan adanya pendampingan terhadap lembaga usaha akan memberi dampak positif dalam hal konsistensi, pengelolaan yang profesional dan kesadaran penuh dalam mengembangkan usaha kuliner dan terbentuk jaring kemitraan dengan eksternal

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program Wira Desa dilaksanakan mulai dari bulan Agustus sampai dengan bulan November 2021. Adapun uraian hasil pelaksanaan program dijabarkan sebagai berikut.

Sosialisasi mengenai program Wira Desa

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini difokuskan pada pemaparan program Wira Desa yang akan dilaksanakan selama jadwal pelaksanaan Wira Desa sejak bulan Agustus sampai dengan November. Sasaran dalam pelaksanaan sosialisasi ini adalah aparat desa dan mitra UMKM yang ada di Desa Ombulo. Peserta kegiatan sangat antusias karena program yang dilaksanakan oleh tim Wira Desa sangat membantu dalam pemberdayaan peserta untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta meningkatkan perekonomian masyarakat. Berbagai apresiasi dari masyarakat dan pemerintah berupa dukungan moril dan materil untuk mengembangkan lokasi usaha Desa Ombulo sebagai kampung wisata kuliner di Kecamatan Limboto Barat. Dukungan tersebut berasal dari berbagai mitra baik pemerintah daerah Kabupaten Gorontalo, Dinas UMKM, Dinas Koperindag, Anggota DPD-RI perwakilan Gorontalo, Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Gorontalo, Pemerintah Kecamatan, dan Pemerintah Desa serta dari manajer PT Royal Coconut yang turut hadir pada saat sosialisasi Program Wira Desa.



Gambar 5. Sosialisasi Program Wira Desa

Workshop Pengemasan dan Pemasaran Produk Kearifan Lokal

Program workshop ini melibatkan mitra UMKM khususnya dodol dan nasi jaha untuk membantu masyarakat dalam pengemasan produk agar terlihat menarik bagi konsumen. Selain itu, melalui workshop ini, mitra dibantu untuk memasarkan produk di media sosial sehingga produk lokal yang mereka jual bisa mengglobal sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sasaran. Mitra UMKM ini dilibatkan karena sebuah keberhasilan usaha di desa tergantung dengan adanya keberadaan UMKM. Mengingat pentingnya UMKM dalam kontribusinya terhadap Pendapatan Daerah Regional Bruto (PDRB) dan pertumbuhan ekonomi daerah, serta penyerapan UMKM terhadap jumlah tenaga kerja maka UMKM tersebut harus dikembangkan dan dipertahankan (Radjak, 2018).



Gambar 6. Workshop Pengemasan Produk Kearifan Lokal

Pada dasarnya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Sebaiknya anda mencari tenaga yang berpengalaman dalam hal mendesain kemasan produk yang menarik dan tetap menonjolkan ciri khas produk anda. Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen (Sylvia, 2019). Strategi menjaga kualitas produksi pada dasarnya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Safitri et al., 2018).

Pelatihan Pengelolaan Website dan Media Sosial

Pelatihan pengelolaan website dan media sosial dilaksanakan di Aula Kantor Desa Ombulo dengan peserta aparat desa, operator dan admin desa, serta mitra yang akan melanjutkan pengelolaan website dan media sosial yang telah dibuat. Keberlanjutan program berupa pemasaran melalui website dan media sosial ini, dapat terealisasi melalui adanya pelatihan sehingga dapat membantu memberikan pengetahuan dan keterampilan masyarakat mitra dalam menggunakan website dan media sosial untuk mempromosikan kuliner yang ada di Desa Ombulo.



Gambar 7. Pelatihan Penggunaan Website dan Media Sosial

Masalah dalam pemasaran sebenarnya bisa diatasi dengan pemanfaatan media online yang ada dan saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, misalnya media jejaring sosial, seperti Blackberry Messenger, Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Path, Olx, Tokopedia, Shopee, dan bahkan bisa membuat website. Kemudahan dalam pengaksesan media jejaring sosial menjadi peluang bagi pengelola usaha untuk memanfaatkannya sebagai media pemasaran baru (Yusa & Risqa, 2018).

Rintisan Usaha Baru

Program Wira Desa juga menstimulus masyarakat mitra untuk merintis usaha baru. Adapun rintisan usaha baru melalui kedai n three, bakso, usaha pupuk tanaman, dan penjualan dodol mini yang menjadi brand usaha Desa Ombulo. Usaha baru ini digagas langsung oleh tim wira desa kerja sama dengan aparat desa, pengelola BUMDes, dan masyarakat mitra untuk membantu meningkatkan jumlah unit usaha yang ada di Desa Ombulo. Kegiatan pemberdayaan berupa bantuan modal dan fasilitas tempat oleh pemerintah desa melalui fasilitas BUMDes.



Gambar 8. Rintisan Usaha Baru oleh Masyarakat Mitra Desa Ombulo

Pemasaran melalui Website dan Media Sosial

Dalam rangka membantu peningkatan pendapatan masyarakat, tim Wira Desa membantu pembuatan website dan media sosial sebagai sarana dalam memasarkan usaha kuliner yang ada di Kampung Wisata Kuliner Limboto Barat. Media yang dimaksud adalah website, facebook, dan instagram. Adapun media yang dimaksud dapat diakses pada laman berikut.

- a. <https://kampungwisatakuliner.com>.
- b. https://www.instagram.com/kampungwisatakuliner_limbar?r=nametag
- c. <https://www.facebook.com/profile.php?id=100073753856632>
- d. <https://kampungwisatakuliner.com/>
- e. <https://www.facebook.com/groups/1122688408088995/?ref=share>
- f. <https://www.facebook.com/bundes.ombulo>

Media sosial ini dapat menjadi sarana untuk keberlanjutan program melalui pemasaran produk kuliner melalui media sosial, sehingga usaha kuliner yang ada di Desa Ombulo dapat mengglobal sesuai tujuan utama dari Program Wira Desa.

Semakin meningkatnya pengguna media sosial, menginspirasi para pengusaha untuk memanfaatkannya sebagai media komunikasi pemasaran mulai dari produk maupun jasa yang dihasilkan. Di media sosial, semua orang tidak hanya bertindak sebagai pengguna, melainkan juga sebagai produser. Dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan platform yang sangat efektif dalam berkomunikasi dengan konsumen, mengenai produk yang dijual yang meskipun dilakukan secara online namun bisa menjadi pemicu komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Perpaduan antara kedua model pemasaran ini akan mampu menghasilkan dampak besar bagi produsen sehingga dapat dipastikan produk/ jasa yang ditawarkan akan lebih mudah diterima oleh konsumen (Akifah, 2020).

Penataan Lokasi Usaha

Program penataan lokasi usaha yang disepakati dari program sosialisasi adalah pembuatan gapura selamat datang di kampung wisata kuliner, pembuatan lentera, serta pengadaan payung bagi pedagang. Penataan lokasi ini dilaksanakan agar lokasi usaha terlihat menarik sehingga berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung di lokasi usaha tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Penataan lokasi ini dilaksanakan atas kerja sama dari berbagai pihak sehingga proses penataan lokasi berjalan dengan lancar. Kegiatan pemberdayaan berupa keterlibatan kelompok Karang Taruna dalam menata lokasi usaha sehingga terlihat menarik.



Gambar 9. Penataan Lokasi Usaha Masyarakat Desa Ombulo oleh Tim Wira Desa

Kesimpulan

Capaian keberhasilan program telah mencapai 100% dengan mengacu pada indikator keberhasilan program yang telah ditetapkan yakni perubahan peningkatan pendapatan masyarakat, perubahan pengemasan menjadi lebih menarik, perubahan pemasaran melalui website dan media sosial, serta penataan lokasi dengan pemasangan lentera dan pemberian payung serta pengadaan tanda masuk untuk lokasi Kampung Wisata Kuliner yang digagas oleh tim bermitra dengan aparat desa dan mitra UMKM di Desa Ombulo Kec. Limboto Barat.

Adapun saran tindak lanjut dari program ini, yakni: (1) perlu adanya lahan pusat usaha kuliner, (2) perlu adanya label halal setiap UMKM sehingga berpotensi menjadi tempat Wisata Halal yang banyak dikunjungi untuk menikmati kuliner khas Ombulo, (4) perlu adanya pelatihan khusus bagi masyarakat pelaku usaha yang ada di Desa Ombulo., (5) Perlu penataan lebih menarik untuk menunjang lokasi Kampung Wisata Kuliner agar lebih menarik pengunjung.

Daftar Pustaka

- Akifah, A. (2020). Optimalisasi Fungsi Media Sosial dalam Pengembangan Bisnis Kuliner. *Kinesik*, 7(2), 91–102. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>
- Hardiky, M. I., Nova, D. K., Rahmadewi, A., & Kustiningsih, N. (2021). Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran Umkm Roti Kasur. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2193>
- Harsana, M. (2013). Peluang Usaha Kuliner untuk Pemberdayaan Masyarakat. Seminar Nasional 2013 “Kesiapan SMK Dalam Implementasi Kurikulum 2013” Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, 418–427.
- Hendarmin, H., & Kartika, M. (2018). Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 58. <https://doi.org/10.26418/jebik.v7i1.24578>
- Hutabarat, L. R. F. W. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12–20.
- Lathifah, Z., & Lubis, D. P. (2018). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah Kuliner Wilayah Solo Raya. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 77.
- Radjak, I. (2018). Pengaruh Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi masyarakat di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo.
- Safitri, I., Salman, D., & Rahmadanih, R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner: Studi Kasus Warung Lemang di Jeneponto, Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 183–194.
- Sylvia, W. B. F. W. (2019). Optimalisasi Penggunaan Kemasan Pempek Sutra pada Usaha Home Industri Rani di Desa Mendalo Darat Kec. Jaluko Sylvia. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 3(1), 56–61.
- Yusa, V. D, & Risqa, A. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Online sebagai Sarana Pemasaran. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 02(02), 217–223.