

Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Olahan Beras di Desa Wisata Sidan

I Gusti Lanang Widiantera, *Ida Ayu Made Dwi Susanti, I Made Budiassa, dan Listihani

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis Unmas Denpasar

*e-mail korespondensi : dwisusanti1989@unmas.ac.id

Abstract. *Organic products are products (plant/livestock products that are produced through practices that are ecologically, socio-economically sustainable, and of good quality (nutritional value and safety against toxins are guaranteed). Organic rice for milk in the Tourism Village has an organic certificate. So, To increase opportunities to introduce organic rice products in the Sidan Tourism Village, innovation is needed in the culinary sector, especially culinary tourism. The aim of this research is to design a strategy based on program objectives through the ISM method in the Sidan Tourism Village. Through ISM analysis, a tourism development strategy can be obtained. culinary processed rice in Sidan Tourism Village.*

Keywords : *Travel, Culinary, Rice, Village, Tourism*

Abstrak. Produk organik adalah produk (hasil tanaman/ternak yang diproduksi melalui praktek-praktek yang secara ekologi, sosial ekonomi berkelanjutan, dan mutunya baik (nilai gizi dan keamanan terhadap racun terjamin). Beras organik mentik susu di Desa Wisata Telah memiliki sertifikat organic. Sehingga, untuk meningkatkan peluang dalam memperkenalkan produk beras organik Desa Wisata Sidan, maka diperlukan sebuah inovasi di bidang kuliner khususnya wisata kuliner. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merancang strategi berdasarkan atas tujuan program melalui metode ISM di Desa Wisata Sidan. Melalui analisis ISM diperoleh strategi pengembangan wisata kuliner olahan beras di Desa Wisata Sidan.

Kata kunci : *Wisata, Kuliner, Beras, Desa, Wisata*

PENDAHULUAN

Produk organik adalah produk (hasil tanaman/ternak yang diproduksi melalui praktek-praktek yang secara ekologi, sosial ekonomi berkelanjutan, dan mutunya baik (nilai gizi dan keamanan terhadap racun terjamin). Oleh karena itu pertanian organik tidak berarti hanya meninggalkan praktek pemberian bahan non organik, tetapi juga harus memperhatikan cara-cara budidaya lain, misalnya pengendalian erosi, penyiangan pemupukan, pengendalian hama dengan bahan organik atau non organik yang diizinkan. Standar umum pertanian organik yang dirumuskan oleh IFOAM, (International Federation of Organic Agriculture). Agar mendapatkan label organik, sebuah produk makanan olahan harus mengandung paling sedikit 95% bahan organik bersertifikat. Beras organik mentik susu di Desa Wisata Telah memiliki sertifikat organic. Sehingga, untuk meningkatkan peluang dalam memperkenalkan produk beras organik Desa Wisata Sidan, maka diperlukan sebuah inovasi di bidang kuliner khususnya wisata kuliner.

Wisata dalam kajiannya memiliki beberapa pengertian. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata merupakan perjalanan seseorang dalam mendapatkan pengalaman yang berbeda dari suatu tempat tertentu dalam waktu singkat. Menurut Spinllane (1985, dalam Hadiwijoyo, 2012), sejak dahulu manusia melakukan pengunjungan terhadap tempattertentu dalam hal keagamaan merupakan suatu kegiatan wisata. Menurut Idris abdurachman (1998, dalam Hadiwijoyo, 2012), perjalanan yang dilakukan seseorang merupakan arti dari wisata. Sehingga dapat diperoleh pengertian pariwisata yaitu perjalanan oleh seseorang dalam mendapatkan pengalaman yang berbeda dari suatu tempat dalam waktu singkat. Sedangkan, kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak. Wisata kuliner adalah bepergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner (Hall dan mitchell, 2001). Dalam artian ini, pusat wisata kuliner merupakan tempat yang menyajikan berbagai olahan makan sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman yang baru mengenai kuliner.

Pengembangan Makanan Tradisional Bali merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Potensi yang dimiliki Makanan Tradisional ini dapat dijadikan dasar pengembangannya saat ini dan dimasa mendatang, sudah tentu dengan tetap memperhatikan dan memperbaiki kelemahan makanan tradisional terutama dari aspek kebersihan dan higienis personal yang menangani pangan tradisional. Mengacu pada potensi yang ada pada pangan tradisional Bali dan prospek pengembangan pangan fungsional yang baik dimasa yang akan datang, maka pengembangan pangan tradisional Bali dapat diarahkan menjadi pangan fungsional dengan pri oritas pengembangannya untuk dijadikan pangan oleh-oleh khas Bali. Pengembangan industri pangan fungsional berbasis pangan tradisional tidak hanya menguntungkan bagi industri, tapi juga bagi masyarakat dan pemerintah. Berdasarkan potensi yang dimiliki pangan tradisional Bali seperti

yang diuraikan diatas dan perhatian serta kebutuhan masyarakat terhadap pangan fungsional yang cenderung meningkat saat ini, maka pangan tradisional berpotensi dapat dikembangkan menjadi pangan fungsional. Prioritas pengembangan pertama adalah pangan tradisional dijadikan pangan oleh-oleh khas daerah Bali (Widiawan, et al 2013) terutama jajanan tradisional

Beras organik Mentik Susu di Desa Wisata Sidan dapat diolah kemudian dapat dikembangkan menjadi produk kuliner berupa jajanan tradisional ataupun makanan utama. Desa wisata ini, terletak tepat pada perbatasan antara Kabupaten Gianyar dan Kabupaten Bangli sehingga, desa wisata Sidan sering dilewati oleh wisatawan nasional ataupun internasional yang akan pergi menuju Kabupaten Bangli. Sehingga, sangat tepat mengembangkan wisata kuliner khas Kabupaten Gianyar berbahan dasar beras.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wisata Sidan dengan metode pengumpulan pada penelitian ini yaitu menggunakan Focus Group Discussion/FGD. FGD merupakan metode yang mengandalkan perolehan data atau informasi dari interaksi para pakar/ahli/experts berdasarkan hasil diskusi dalam suatu kelompok yang berfokus untuk bahasan dalam menyelesaikan permasalahan tertentu (Afiyanti, 2008). Atas dasar perumusan masalah diatas maka ditetapkan metode penelitiannya menggunakan metode ISM dengan menggunakan teori sistem berpikir yaitu mencakup proses berfikir dengan suatu tujuan, hasil akhir dan target di benaknya, yang mencakup interaksi dari elemen, komponen dan subsistem guna membentuk sebuah sistem (Eriyatno dan Larasati, 2012). Karakteristik sistem berpikir sangat efektif dalam menyelesaikan tipe masalah yang paling sulit seperti dalam menyelesaikan isi yang kompleks, menciptakan program, dan ditandai dengan koordinasi yang tidak efektif (Senge, 1997 dalam Suryawardani, 2014; Darmawan, 2017). Interpretive Structural Modeling (ISM) adalah aplikasi sistematis dari teori grafik elementer, sedemikian rupa sehingga keunggulan teoritis, konseptual, dan komputasinya dimanfaatkan untuk menjelaskan hubungan konseptual antar elemen.

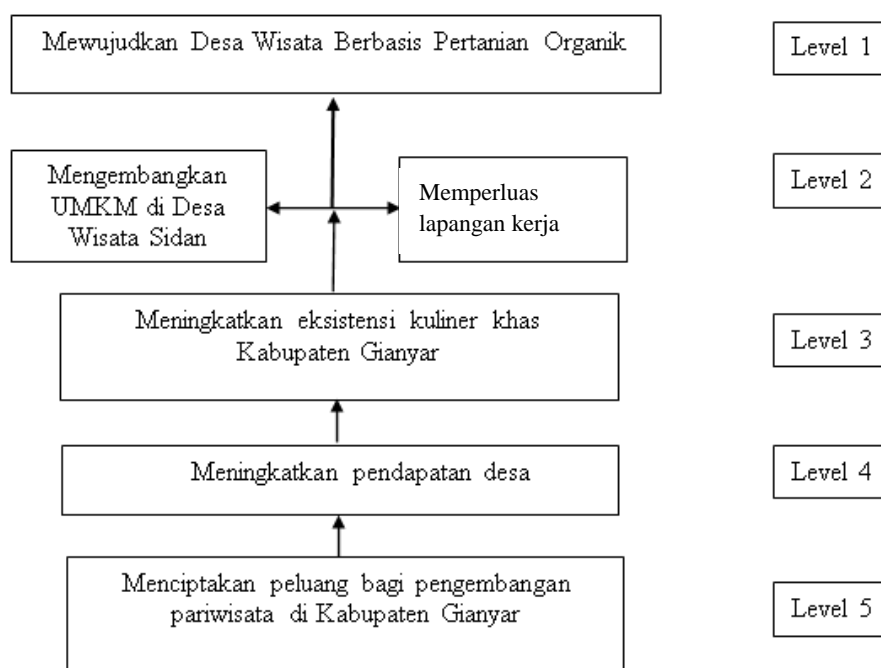
HASIL DAN PEMBAHASAN

Elemen Tujuan Program Pengembangan Olahan Beras Organik Mentik Susu Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Desa Wisata Sidan terbagi menjadi 6 sub-elemen. Keenam sub-elemen tersebut adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan pendapatan desa
2. Mengembangkan UMKM di Desa Wisata Sidan
3. Meningkatkan eksistensi kuliner khas Kabupaten Gianyar
4. Memperluas lapangan kerja
5. Menciptakan peluang bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Gianyar
6. Mewujudkan Desa Wisata Berbasis Pertanian Organik

Dari hasil analisis ISM maka diperoleh Struktur Hirarki Elemen Tujuan Program yang dapat dilihat bahwa struktur hirarki sub-elemen pada Elemen Tujuan Program dapat dijelaskan sebagai berikut. Elemen Tujuan Program terdiri dari enam sub-elemen. Dari hasil analisis ISM, keenam sub-elemen terdistribusi atau terbagi kedalam 5 level (Gambar 1).

Implementasi dari hasil ISM terkait Elemen Tujuan Program adalah sebagai berikut. Sub-elemen pada Level 1 yang terdiri dari mewujudkan memiliki Desa Wisata Berbasis Pertanian Organik memiliki pengaruh yang rendah. Untuk mencapai sasaran Tujuan Program, harus didorong oleh sub-elemen pada Level 2 yaitu mengembangkan UMKM di Desa Wisata Sidan dan memperluas lapangan kerja. Sub-elemen pada Level 2 dapat tercapai apabila didorong atau didukung oleh sub-elemen pada level 3 dan 4 yaitu meningkatkan eksistensi kuliner khas Kabupaten Gianyar (level 3) dan meningkatkan pendapatan desa (level 4). Level 3 dan 4 dapat tercapai secara optimal apabila didorong oleh sub elemen pada level 5 yaitu menciptakan peluang bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Gianyar.



Gambar 1. Struktur Hirarki pada Sub-Element Tujuan Program

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa sub-elemen menciptakan peluang bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Gianyar memiliki pengaruh yang tinggi dalam mensukseskan pengembangan olahan beras organik Mentik Susu, sehingga seharusnya menjadi fokus dalam mencapai tujuan program. Berdasarkan hasil penelitian tersebut strategi pengembangan wisata kuliner berbahan dasar beras di Desa Wisata Sidan merupakan strategi berdasarkan menciptakan peluang bagi pengembangan olahan beras organik Mentik Susu.

Desa Wisata Sidan memiliki peluang untuk mengembangkan potensi makan pangan tradisional khas Kabupaten Gianyar berbahan dasar beras. Dimana, potensi makanan/pangan tradisional khas Kabupaten Gianyar berbahan dasar beras maupun olahan beras yaitu topot, nasi tepeng, tipat koples, nasi sela, rempeyek, jaja buntilan, dan jaja matahari. Makanan tersebut bisa dijadikan sebagai santapan yang bisa dijadikan oleh-oleh dan santapan yang dihidangkan di Restoran Kissidan Ecohill.

Bersumber hal tersebut maka program yang dilaksanakan yaitu (1) Pengembangan kuliner masakan khas yang ada di Kabupaten Gianyar melalui inovasi produk kuliner olahan beras bukan saja produk pangan tradisional khas Gianyar tetapi khas seluruh kabupaten di Bali sehingga banyak wisata yang tertarik. (2) Melakukan pelatihan terhadap pelaku usaha kuliner agar dapat melakukan pengemasan masakan secara rapi dan secara professional. Desa Wisata Sidan dapat mengajak para pelaku UKM di sekitar desa terutama di bidang kuliner untuk mengembangkan produknya. Maka, diperlukan pelatihan agar para pelaku usaha mengadakan pelatihan yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan branding produk kuliner mereka. Branding adalah proses penciptaan identity yang terkait dengan dugaan, emosi, dan perasaan identitas tertentu. Branding mendahului pemasaran dan penjualan. Pemasaran menjadi tidak efektif tanpa merek yang kuat (Rampersad, 2008). Tujuan Branding adalah untuk mengidentifikasi produk atau jasa atau sekelompok penjual dan membedakannya dengan merek lain (Kotler, 2009). Branding berarti pernyataan tentang siapa (identitas), apa (produk atau jasa yang ditawarkan), dan mengapa sebuah merk layak untuk dipilih. Brand adalah reputasi, dan merk dengan reputasi adalah merk yang menjanjikan (Neumeier, 2003).

KESIMPULAN

Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Olahan Beras mempunyai 2 program untuk dilaksanakan yaitu (1) Pengembangan kuliner masakan khas yang ada di Kabupaten Gianyar melalui inovasi produk kuliner olahan beras bukan saja produk pangan tradisional khas Gianyar tetapi khas seluruh kabupaten di Bali sehingga banyak wisata yang tertarik. (2) Melakukan pelatihan terhadap pelaku usaha kuliner agar dapat melakukan pengemasan masakan secara rapi dan secara professional.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. 2008. *Focus Group Discussion* (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*. Vol. 12 (1) : 58-62.
- Darmawan, D. P. 2017. Pengambilan Keputusan Terstruktur dengan *Interpretative Structural Modeling*. Yogyakarta : Elmatra. 126p.

- Eriyatno dan Larasati. 2013. Ilmu Sistem (Meningkatkan Mutu dan Efektivitas Manajemen) Edisi 1. Surabaya : PT Guna Widya.187p.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat. Sebuah Pendekatan Konsep. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hall, C. M. and Mitchell, R. (2001). Wine and food tourism. In Special Interest Tourism: Context and Cases (Douglas, N., Douglas, N. and Derrett,R., eds), pp. 307 329.
- IFOAM. (2008). The World Organic Agriculture-Statistik and Emerging Trends 2008
- Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Neumeier, Marty. 2003. The Brand Gap. USA : AIGA
- Rampersad, Hubert K. 2008. Sukses Membangun Authentic Personal Branding. Edisi Universitas Kristen Maranatha 98 Indonesia. PPM : Jakarta
- Suryawardani, I G.A.O. 2014. *Tourism Leakage From The Accommodation in Bali. Dissertation. Double Degree Indonesia-Perancis.* Program Doktor Pariwisata. Universitas Udayana dan *Universite Paris 1 Pantheon Sorbonne France.* 254p.
- Widiawan, I Made Edi, K. A Nocianitri dan Nengah Kencana Putra. 2013. Karakterisasi Sifat Fisiko-Kimia Pati Talas Kimpul (*Xanthosoma sagittifolium*) Termodifikasi dengan Metode Asetilasi.