

## PELUANG USAHA KULINER UNTUK PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

**Minta Harsana**

Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana, Fakultas Teknik,  
Universitas Negeri Yogyakarta

### **ABSTRAK**

Kondisi kualitas sumber daya manusia Indonesia yang rendah dan sebagian masih berada di bawah garis kemiskinan, perlu dicarikan alternatif untuk meningkatkan kualitas dan kemampuannya melalui program pemberdayaan masyarakat. Salah satu peluang yang bisa dikemukakan adalah usaha kuliner, yang semakin prospektif dan berkembang ke arah jenis wisata minat khusus yaitu wisata kuliner. Namun demikian meskipun usaha kuliner ini berpeluang sebagai jalan untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat, namun perlu memperhatikan 5 faktor agar usaha itu terus berkembang yaitu tempat yang strategis, kualitas makanan, promosi, SOP, dan memiliki kekhasan.

**Kata Kunci:** Usaha Kuliner

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang demikian besarnya, sehingga memiliki ketersediaan sumber daya manusia yang melimpah. Namun demikian potensi itu belum dimanfaatkan secara maksimal. Salah satu sebabnya adalah kualitas Sumber daya manusia yang rendah. Menurut Human Development Report tahun 2007 yang dikeluarkan oleh UNDP, kualitas manusia Indonesia semakin memburuk dalam sepuluh tahun terakhir. Hal itu diukur dari pendapatan riil perkapita, tingkat harapan hidup, tingkat melek huruf, dan kualitas pendidikan dasar yang berada di urutan 110 pada tahun 2006. Rendahnya kualitas hidup manusia Indonesia mempengaruhi juga tingkat kemajuan pembangunan. Disamping itu kesejahteraan masyarakat juga masih jauh dari yang diharapkan, meskipun beberapa orang mampu memiliki kekayaan yang sangat besar.

Selain merupakan sebuah negara dengan jumlah penduduk sangat besar, Indonesia juga merupakan sebuah negara kepulauan yang memiliki beragam jenis makanan dan minuman. Bahkan Rendang, sebagai makanan khas Indonesia yang berasal dari Sumatera Barat telah diakui secara internasional sebagai makanan terlezat di dunia. Oleh karena itu Indonesia memiliki potensi besar sebagai daerah tujuan wisata makanan (*food tourism*) karena memiliki kekayaan makanan khas yang berbeda antara daerah satu dengan daerah lainnya. Potensi sebagai tujuan wisata kuliner tersebut apabila dikembangkan dan dikelola secara profesional merupakan peluang bagi masyarakat Indonesia untuk mengembangkan makanan dan minuman khas Indonesia agar bisa dikenal masyarakat dunia lebih luas lagi sekaligus meningkatkan daya tarik bagi wisatawan mancanegara. 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 ini.

Bisnis makanan dan minuman yang sering disebut dengan istilah bisnis kuliner memang tidak pernah mati. Bisnis ini semakin tumbuh subur seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup yang ingin serba cepat tersaji. Sadar atau tidak, dengan pertumbuhan penduduk yang semakin banyak maka semakin banyak pula kebutuhan pangan yang harus disediakan. Demikian pula seiring dengan perkembangan suatu daerah menjadi daerah tujuan wisata, juga akan semakin tinggi pula peluang usaha di bidang kuliner ini, karena periwisata menuntut adanya ketersediaan makanan dan minuman di daerah tujuan wisata.

Oleh karena itu berdasar kondisi negara Indonesia dengan kualitas sumber daya manusia yang relatif rendah dan juga adanya peluang usaha makanan dan minuman untuk penyediaan makanan dan minuman bagi masyarakat dan juga bagi kegiatan pariwisata dapat dirumuskan permasalahan yaitu Bagaimanakan peluang usaha kuliner untuk pemberdayaan masyarakat?

### **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI USAHA KULINER**

Jumlah sumber daya manusia yang melimpah di Indonesia menyebabkan tuntutan kebutuhan hidup juga semakin tinggi. Jumlah yang sangat besar tersebut ternyata tidak diimbangi dengan kualitas yang baik. Rendahnya kualitas manusia Indonesia sangat berpengaruh pula terhadap tingkat perekonomian masyarakat. Banyak masyarakat yang hidup kurang layak karena tidak bisa mencukupi kebutuhan hidupnya. Kenyataan bahwa sebagian masyarakat Indonesia berada di bawah garis kemiskinan yang menurut Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Bappenas Armida Salsiah Alisjahbana, tingkat kemiskinan di Indonesia per Maret 2013 mencapai 11,37%. (<http://www.republika.co.id>).

Oleh karena itu untuk meningkatkan kualitas hidup dan keluar dari bawah garis kemiskinan perlu dilaksanakan program pemberdayaan masyarakat. Dalam Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: Km.18/Hm.001/Mkp/2011 Tentang Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (Pnpm) Mandiri Pariwisata disebutkan bahwa Pemberdayaan masyarakat adalah menciptakan/meningkatkan kapasitas masyarakat baik secara individu maupun berkelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraannya.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan yang masyarakatnya berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk

memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Pemberdayaan masyarakat hanya bisa terjadi apabila warganya ikut berpartisipasi. Suatu usaha hanya berhasil dinilai sebagai "pemberdayaan masyarakat" apabila kelompok komunitas atau masyarakat tersebut menjadi agen pembangunan atau dikenal juga sebagai subyek. Disini subyek merupakan motor penggerak, dan bukan penerima manfaat (bahasa Inggris: *beneficiaries*) atau obyek saja ([http://id.wikipedia.org/wiki/Pemberdayaan\\_masyarakat](http://id.wikipedia.org/wiki/Pemberdayaan_masyarakat)). Subejo dan Supriyanto (dalam <http://www.pemberdayaan.com>) memaknai pemberdayaan masyarakat sebagai upaya yang disengaja untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki melalui *collective action* dan *networking* sehingga pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, ekologi, dan sosial”.

Dapat diartikan pula pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses yang membangun manusia atau masyarakat melalui pengembangan kemampuan masyarakat, perubahan perilaku masyarakat, dan pengorganisasian masyarakat. Dari definisi tersebut terlihat ada 3 tujuan utama dalam pemberdayaan masyarakat yaitu mengembangkan kemampuan masyarakat, mengubah perilaku masyarakat, dan mengorganisir diri masyarakat. Kemampuan masyarakat yang dapat dikembangkan tentunya banyak sekali seperti kemampuan untuk berusaha, kemampuan untuk mencari informasi, kemampuan untuk mengelola kegiatan, kemampuan dalam pertanian dan masih banyak lagi sesuai dengan kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat (<http://id.shvoong.com>).

Salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk pemberdayaan masyarakat adalah menggerakkan usaha di bidang penyediaan makanan dan minuman dan populer disebut sebagai usaha kuliner. Kuliner sendiri merupakan kata yang

diadopsi dari istilah dalam bahasa Inggris Culinary. Dalam [http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary\\_profession](http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_profession) pengertian adalah "*The word culinary derives from the latin word culina, meaning kitchen. It is commonly used as reference to things related to cooking or the culinary profession .The **culinary profession** is cooking or preparing food as a profession, i.e. chefs, restaurant management, dieticians, nutritionists, etc*". Sementara menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993 : 159) *Culinary* diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa secara harafiah kuliner adalah dapur yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Profesi kuliner sendiri dapat diartikan profesi untuk memasak atau mempersiapkan makanan, seperti chefs, management restaurant, ahli penata diet, ahli gizi dan sebagainya.

Menurut artikel Terus Berusaha Mempertahankan Warisan Kuliner Bangsa, Suara Karya *Online* edisi 18 Juli 2007, pada tahun 2007 lalu telah terdapat tidak kurang dari 140.000 unit usaha yang bergerak diproduksi makanan tradisional, 45.000 diantaranya merupakan industri berskala kecil dan menengah (IKM) dan 95.000 merupakan industri rumah tangga (non-formal). Tenaga kerja yang berhasil diserap secara langsung mencapai 340.000 orang, di mana IKM sebanyak 180.000 orang dan rumah tangga sebanyak 160.000 orang. Usaha makanan tradisional banyak terdapat di Jawa, menyusul Sumatera, Nusa Tenggara, Kalimantan, dan Sulawesi. (<http://ririnhandayani.blogspot.com>).

Dari gambaran itu nampak bahwa peluang dan keterserapan tenaga kerja untuk usaha kuliner ini sangat besar, sehingga cukup signifikan sebagai alat untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dilihat dari perspektif bisnis, usaha kuliner ini bisa menjadi

'tambang' bisnis yang sangat potensial. Ia juga memiliki sejumlah nilai strategis lain dilihat dari aspek pemberdayaan ekonomi rakyat. Selain pengurangan angka kemiskinan dan pengangguran, juga memiliki nilai pemanfaatan sumber daya alam hingga pelestarian budaya bangsa. Lebih dari itu, industri makanan khas daerah khususnya oleh-oleh, memiliki potensi besar untuk menembus pasar internasional. Jika ini terwujud, akan lebih banyak manfaat yang bisa diperoleh dari bisnis ini.

Usaha kuliner ini, meskipun memiliki peluang yang sangat besar, tidak serta merta bisa dipastikan keberhasilannya. Paling tidak terdapat 5 faktor yang menentukan keberhasilan usaha makanan dan minuman (<http://kuncibisnis.com>), yaitu:

1. Tempat.

Usaha kuliner harus menentukan tempat yang strategis dan mudah dijangkau, serta harus mempertimbangkan target konsumen yang dituju.

2. Kualitas makanan.

Makanan yang disajikan selain mempunyai rasa yang enak juga harus aman dikonsumsi bagi kesehatan. Oleh karena itu pebisnis kuliner harus menjaga kualitas makanan dan pelayanan, karena Masyarakat cenderung lebih memercayai kualitas yang diakui oleh pelanggannya. Selain itu juga harus membuat perkiraan yang matang tentang produk makanan yang akan laku di pasaran.

3. Promosi.

Sebelum dilakukan promosi terlebih dulu harus menentukan target pasar. Promosi bisa dilakukan melalui internet, brosur, atau papan iklan. Namun sebenarnya terdapat cara promosi lain yang lebih jitu untuk menarik pasar, yaitu promosi dari mulut ke mulut.

4. Standar Operational Procedure (SOP).

SOP mencakup faktor pelayanan, menu dan penyajian. Sebaiknya ketiga faktor ini disesuaikan dengan standar yang berlaku.

5. Memiliki kekhasan

Hal ini berkaitan dengan simbol atau ciri yang digunakan dalam eksterior dan interior, kemasan makanan, dan pelayanan terhadap konsumen. Cara ini akan memudahkan orang mengingat dan datang kembali ke bisnis kuliner kita. Selain itu makanan apapun yang akan dipasarkan juga harus terlihat unik, menarik dan rasanya yang menggugah selera, serta mempunyai cita rasa khas yang pedagang lain tidak memilikinya. Inovasi dan kreatifitas dituntut dalam hal ini, agar konsumen yang datang selalu ingin datang lagi.

Apabila ke-5 faktor tersebut telah terpenuhi dapat dipastikan usaha kuliner akan terus berkembang.

### **Usaha Kuliner Dalam Industri Pariwisata**

Makan dan minum merupakan produk yang memiliki nilai penting dalam industri pariwisata. Bisnis penyediaan makanan dan minuman saat ini telah memberi kontribusi sekitar 19,33%, terbesar kedua setelah akomodasi yang kontribusinya 38,48% dari total penghasilan industri pariwisata khususnya yang berasal dari wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Pasar wisata makanan juga semakin terbuka dengan berkembangnya para *gourmands* (pencinta makanan dengan cita rasa khas) yang rela bepergian ke berbagai daerah/wilayah untuk mencoba beragam makanan lokal, bukan sekadar berbelanja atau mengunjungi tempat wisata yang eksotis. Pengembangan wisata kuliner juga terbuka pasarnya di dalam negeri. Peningkatan kesejahteraan masyarakat telah mendorong timbulnya perilaku makan di luar sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat khususnya

di perkotaan. Banyak keluarga yang mengisi liburan ke berbagai daerah untuk mencicipi menu lokal yang baru yang menarik. Perilaku tersebut mendorong berkembangnya obyek wisata kuliner di berbagai daerah. (Nurhidayati, 2013).

Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Produk makanan merupakan hasil proses pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap dihidangkan melalui kegiatan memasak. Karakteristik fisik dari produk makanan dan minuman antara lain kualitas, penyajian, susunan menu, porsi makanan, siklus hidup produk, dekorasi ruang maupun pengaturan meja. Sebagian makanan dan minuman disajikan dan disediakan di restoran yaitu suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum WA. 1991:7). Selain restoran, tempat penjualan makanan dan minuman yang banyak berdiri adalah warung makan yaitu tempat penjualan makanan pokok dalam skala lebih kecil dan lebih sederhana daripada restoran, dan toko atau pusat jajanan yaitu tempat yang secara khusus hanya menjual makanan kudapan yang sebagian besar berupa makanan kering.

Namun demikian, di Indonesia potensi wisata kuliner nampaknya belum digarap dengan serius sebagai aset wisata, jika dibanding negara lain. Di negara lain seperti Malaysia, Singapore, Thailand, Jepang, Korea, Australia, sudah sejak awal menawarkan kuliner sebagai produk wisata andalan. Bahkan negara tetangga seperti Singapore rutin memiliki *event* festival makanan lokal sebagai kegiatan rutin pariwisata. Dalam *event* tersebut turis diajak berpetualang menikmati berbagai makanan/minuman lokal dengan harga khusus. *Event* ini dipromosikan secara terus menerus sehingga efektif menarik wisatawan. Malaysia juga gencar melakukan promosi makanan lokal seperti laksa dan nasi lemak, sebagai daya tarik wisatawan. (Nurhidayati, 2013 ).



Dalam kegiatan pariwisata, makanan dan minuman yang biasanya di cari oleh wisatawan adalah makanan dan minuman lokal yang memiliki kekhasan daerah tersebut. Namun, masih menurut Nurhidayati (2013) untuk mengangkat kuliner lokal sebagai atraksi wisata diperlukan strategi yang komprehensif. Pertama, mengidentifikasi jenis-jenis makanan lokal yang memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai ikon dan daya tarik wisatawan. Kedua, memetakan situasi dan kondisi yang melingkupi perkembangan menu lokal di daerah seperti popularitas jenis makanan di wilayah setempat, penyediaan makanan di restoran/depot/warung, teknologi memasak setempat, dan cara menu ditampilkan/dipresentasikan, Ketiga, tipologi pasar *food tourism*. Keempat, merancang bentuk kegiatan food tourism (meliputi atraksi, event) yang diintegrasikan dengan daya tarik wisata setempat.

## **SIMPULAN**

Kondisi kualitas sumber daya manusia Indonesia yang rendah dan sebagian masih berada di bawah garis kemiskinan, perlu dicarikan alternatif untuk meningkatkan kualitas dan kemampuannya melalui program pemberdayaan masyarakat. Salah satu peluang yang bisa dikemukakan adalah usaha kuliner, yang semakin prospektif dan berkembang ke arah jenis wisata minat khusus yaitu wisata kuliner. Namun demikian meskipun usaha kuliner ini berpeluang sebagai jalan untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat, namun perlu memperhatikan 5 faktor agar usaha itu terus berkembang yaitu tempat yang strategis, kualitas makanan, promosi, SOP, dan memiliki kekhasan.

Jadi, berdasar paparan di atas bisa ditarik suatu benang merah bahwa pengembangan kegiatan pariwisata dapat digunakan untuk merangsang

perkembangan usaha kuliner, dan berkembangnya usaha kuliner merupakan suatu bentuk pemberdayaan masyarakat.

## REFERENSI

Echols, John M. & Shadily, Hasan. 1993. *Kamus Inggris Indonesia*. Penerbit PT. Gramedia. Jakarta.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary\\_profession](http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_profession)

<http://ririnhandayani.blogspot.com/2012/11/prospek-dan-tantangan-bisnis-ritel.html>

<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/022007/17/0902.htm>

<http://www.republika.co.id>

Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2004. *Peningkatan Status Gastronomi Makanan Khas Indonesia* dalam festival Boga. Deputi Bid pengembangan Produk dan Usaha Pariwisata. Jakarta.

Marsum, WA. 1991. *Restoran dan segala permasalahannya*. Andi Offset. Yogyakarta.

Nurhidayati, Sri Endah 2013. Potensi wisata makanan (*food tourism*) dalam <http://endah-parwis-fisip.web.unair.ac.id>

Nuryanti,Wiendu. 1995. Perencanaan Pembangunan Regional dan Kawasan untuk Kepariwisata Alam. Dalam Chafid Fandeli. Ed. *Dasar-dasar manajemen Kepariwisata alam*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.

Soekadijo, R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Supranto. J. 2001. *Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Rineka Cipta. Jakarta.

Undang-undang RI No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata