



PEMBERDAYAAN DAN PEMASARAN WISATA KULINER MELALUI BAZAR TAKJIL & UMKM DI SENTRA WISATA KULINER PONDOK MARITIM KELURAHAN BALAS KLUMPRIK KECAMATAN WIYUNG KOTA SURABAYA

Ayu Rachmawati^{1*}, Dhava Candra Ardiansyah², Siti Alya Noviani³, Nurul Azizah⁴, Fani Khoirotunnisa⁵, Ira Wikartika⁶.

^{1,2,5,6}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas UPN "Veteran" Jawa Timur

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN "Veteran" Jawa Timur

⁴Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur

*E-mail: 19012010129@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh dunia memiliki dampak yang sangat besar bagi seluruh sektor penggerak roda kehidupan, Indonesia termasuk pada salah satu negara yang paling terdampak dengan adanya wabah ini, salah satu sektor yang paling terpengaruh adalah sektor pariwisata, dengan adanya pandemi pariwisata yang ada di Indonesia mengalami penurunan secara drastis baik dari segi pengunjung sampai berpengaruh pada ekonomi masyarakat yang ada disekitarnya. Salah satunya pada Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim yang terdampak terutama terlihat dari beberapa kios pedagang yang tutup, Kegiatan pengabdian dilakukan melalui pemberdayaan pedagang dan UMKM melalui kegiatan seminar yang bekerjasama dengan Ciputra Entrepreneur Club dan kegiatan pemasaran dan pengenalan tempat melalui kegiatan bazar takjil dan UMKM di Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim dengan mitra 30 UMKM yang ada di kelurahan Balas Klumprik.

Kata kunci: Wisata Kuliner, Pemasaran Pariwisata, Bazar, Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim.

EMPOWERMENT AND MARKETING OF CULINARY TOURISM THROUGH TAKJIL BAZAAR & MSMEs AT THE PONDOK MARITIM CULINARY TOURISM CENTER, BALAS KLUMPRIK VILLAGE, WIYUNG DISTRICT, SURABAYA CITY

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic that has occurred throughout the world has had a huge impact on all sectors of the wheel of life, Indonesia is one of the countries most affected by this outbreak, one of the sectors most affected is the tourism sector, with the tourism pandemic affecting in Indonesia has decreased drastically both in terms of visitors to the economy of the surrounding community. One of them was the Pondok Maritim Culinary Tourism Center which was affected mainly by several closed merchant kiosks. Service activities were carried out through empowering traders and MSMEs through seminar activities in collaboration with the Ciputra Entrepreneur Club and marketing activities and introduction of places through takjil bazaars and MSMEs at the Center. Pondok Maritim Culinary Tour with 30 MSME partners in Balas Klumprik village.

Keywords: Culinary Tourism, Tourism Marketing, Bazaar, Pondok Maritim Culinary Tourism Center

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat penting di dunia. Hal itu Nampak dari keseriusan setiap negara yang memiliki potensi wisata melakukan pembangunan dan promosi yang gencar guna memperbanyak wisatawan yang datang untuk berkunjung ke destinasi wisata yang dimiliki. Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang memiliki dampak dalam perkembangan suatu daerah. Wisata kuliner juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran serta menciptakan kesejahteraan masyarakat. Wisata Kuliner yang beragam sendiri juga dapat menjadi daya tarik Wisata, dan Menurut data dari Kemenparekraf, Perkembangan usaha penyedia makanan dan minuman berskala menengah dan besar meliputi rumah makan/restaurant, katering, penyedia makanan dan minuman lainnya. Pada tahun 2018, berjumlah 11.001 dengan rata-rata tempat duduk tersedia 88 dan rata-rata tamu per hari. Untuk 2018 terdapat 7.680



restaurant atau rumah makan 485 katering dan 2.836 penyedia makanan dan minuman lainnya. (Statistik Penyedia Makanan Kemenparekraf pada 25 April Pukul 22.00). Selain dari usaha penyedia makanan yang memiliki tempat terdapat juga UMKM, Perkembangan Unit Usaha UMKM Tahun 2019 terdapat 65.465.497 unit di Indonesia yang juga menjadi potensi besar yang dapat dikelola oleh pemerintah, salah satunya melalui kegiatan pemasaran pariwisata yang terpadu.

Pemasaran pariwisata dapat didefinisikan sebagai aktivitas destinasi pariwisata dalam menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan menukarkan segala penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan dan dengan memberikan keuntungan serta tetap bertanggung-jawab terhadap masyarakat secara luas (AMA dalam Gundlach dan Wilkie (2009). Dalam strategi pemasaran pariwisata, beberapa langkah penting yang harus dilakukan adalah segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, positioning dan branding (Meidan, 1989:43 dalam praditya et al), Menurut Kotler & Keller (2009, h.42 dalam praditya et al) sebuah brand adalah entitas perseptual yang berakar dalam suatu kenyataan, tetapi mencerminkan persepsi dan bahkan pikiran dan perasaan konsumen. Brand personality adalah bauran spesifik dari sifat manusia yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa. Brand personality dari tempat wisata sendiri dapat dibentuk melalui banyak kegiatan yang diselenggarakan ataupun daya tarik paling besar dari destinasi wisata yang ada. Seperti pada Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim yang perlu memiliki brand personality tersendiri, seperti dengan melakukan kegiatan bazar.

Bazar dapat diartikan sebagai pasar yg sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari; pameran dan penjualan barang-barang kerajinan, makanan, dsb (KBBI).bazar sesuai dengan pengertiannya dapat dijadikan sebagai suatu brand personality yang cukup mumpuni untuk sentra wisata kuliner pondok maritim dimana dengan terselenggarakannya bazar dapat menarik minat wisatawan di mulai dari wisatawan lokal yang bertempat tinggal di sekitar tempat wisata dan menjadi ajang perkenalan pada masyarakat luas bahwa terdapat suatu tempat wisata kuliner yang menawarkan berbagai jenis makanan ataupun minuman yang dapat dinikmati bersama keluarga saat waktu senggang dengan tempat yang nyaman dan harga yang terjangkau.

Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim merupakan suatu tempat dimana berkumpulnya para pedagang makanan dan minuman yang tertata dengan sedemikian rupa dengan tempat yang bersih dan nyaman, yang menyajikan bentuk wisata kuliner yang beragam, dengan harga yang dapat di jangkau dan juga area yang dekat dan mudah dijangkau terutama untuk warga yang bertempat tinggal di kelurahan Balas Klumprik, Kelurahan Balas Klumprik terletak di wilayah Kecamatan Wiyung, daerah Surabaya bagian Selatan. Namun akibat adanya Covid-19, tempat wisata kuliner ini menjadi salah satu destinasi wisata yang terdampak dari pandemi. Adanya Covid-19 membuat pemerintah memberlakukan peraturan di rumah saja,serta adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat dan sosial distancing.membuat masyarakat enggan keluar rumah sebagai akibatnya destinasi wisata kuliner ini kehilangan pelanggan mereka dan mengalami penurunan omset yang drastis terlihat dari beberapa gerai yang ada di dalam sentra wisata kuliner pondok maritim yang tutup.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka kelompok 56 kuliah kerja nyata tematik MBKM tahun 2022 berusaha untuk melakukan pengabdian masyarakat dengan tujuan :

1. Untuk menciptakan pengembangan berkelanjutan dan kesejahteraan rakyat di daerah serta mendorong perkembangan perekonomian pasca pandemi, maka diperlukan keberlanjutan dari destinasi wisata yang sempat berhenti kegiatan operasionalnya akibat pandemi salah satunya yaitu dengan pengembangan destinasi wisata kuliner SWK Pondok Maritim yang bisa dijadikan salah satu icon kelurahan Balas Klumprik.
2. Membantu pemasaran dari tempat wisata Sentra wisata Kuliner Pondok Maritim guna meramaikan kembali destinasi wisata yang sempat terhenti dan mengalami penurunan omset akibat dari pandemic

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pendampingan. Pada tahap awal, dilakukan pendataan UMKM beserta barang yang akan dijual. UMKM yang ikut dalam kegiatan ini ada 30 UMKM. Penetapan jumlah UMKM juga didasarkan tempat lokasi bazar. peserta UMKM yang mengikuti kegiatan bazar takjil dapat dilihat pada tabel 1.



Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahap, meliputi;

- Melakukan rapat koordinasi bazar takjil dengan pihak kelurahan, pada tanggal 14 april 2022
- Melakukan survey dahulu guna mengamati kegiatan yang dilakukan oleh UMKM untuk mengetahui kebutuhan yang diperlukan mereka.
- Melakukan koordinasi lanjutan dengan ketua UMKM untuk persiapan bazar takjil
- Membuat perencanaan kegiatan bazar takjil agar acara tersebut bisa berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan diharapkan
- Melakukan pendampingan sesuai kebutuhan UMKM
- Melakukan evaluasi oleh pihak panitia bazar terdapat beberapa kendala saat bazar dilaksanakan yaitu penataan tempat dan lokasi harus diperbaiki

Tabel 1. MITRA UMKM SENTRA WISATA KULINER PONDOK MARITIM

No.	Nama	Usaha	Alamat
1.	Ibu Kholik	Handy Draf	Balas RT 01
2.	Ibu Sri Windasari	Batik	Klumpruk RT 04
3.	Ibu Erna	Aneka Kue dan Es Buah	PMI RT 09
4.	M. Mey	Sari Dele	PMI RT 01
5.	Ibu Sueh	Martabak dan Botokan	PMI RT 06
6.	Bapak Effendi	Aneka Keset	PMI RT 09
7.	Ibu Indri	Sari Dele dan Manisan Buah	PMI RT 02
8.	Ibu Ida	Sambel Pecel	PMI RT 03
9.	Ibu Joni	Kebab	PMI RT 03
10.	Bapak Puguh	Burger	PMI RT 03
11.	Ibu Indra	Aneka Kue Sayur	PMI RT 02
12.	Ibu Jeane	Sosis Bakar	PMI RT 02
13.	M. Angel	Molor	PMI RT 11
14.	Ibu Yanita	Aneka Cina Food	Klumpruk RT 01
15.	Marsiti	Aneka Gorengan	PMI RT 08
16.	Ibu Ana	Martabak Mie	PMI RT 02
17.	Ibu Nanik	Aneka Es	PMI RT 01
18.	Mbak Lidya	Ayam Geprek	PMI RT 02
19.	Ibu Kusmiati	Parfum Anak	PMI RT 05
20.	Bapak Sulton	Pempek	PMI RT 11
21.	Bapak Faizal	Pentol Kabul	PMI RT 08
22.	Bapak Agus	Sembako	PMI RT 06
23.	Ibu Siska	Tape Ketan	Klumpruk RT 02
24.	Ibu Rohana	Es Gabris	Sumberan RT 01
25.	Ibu Dini	Herbal dan Kebab	Manggala RT 03
26.	Ibu Sri Wahyuni	Sinom	PMI RT 02

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang telah dilakukan mahasiswa yaitu melakukan kegiatan bazar UMKM yang bertepatan dengan bulan Ramadhan yang dilaksanakan selama 2 hari, bekerjasama dengan kelurahan balasklumpruk dan Tim Penggerak PKK Balasklumpruk. Penyelenggaraan kegiatan ini bertempat di Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim Balasklumpruk, kegiatan yang dilakukan yaitu antara lain:

1. Perencanaan

Pada tahap perencanaan dilakukan rapat koordinasi bazar takjil Ramadhan dengan pihak kelurahan, koordinasi yang dilakukan guna mencapai tujuan bersama yaitu agar terselenggarakannya bazar Ramadhan dengan efektif dan efisien. setelah itu dilakukan survey tempat untuk dilaksanakannya bazar takjil Ramadhan guna untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang dibutuhkan UMKM saat berjalannya bazar.



Gambar 1. Koordinasi dengan pihak kelurahan

2. Pelaksanaan

Tahap perencanaan sudah terencana dengan baik dan sesuai dengan tujuan, maka selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan yaitu antara lain :

- Menyiapkan beberapa stand yang berupa tenda dan meja kursi untuk UMKM yang mengikuti bazar, serta sound system yang diperlukan untuk kegiatan bazar.



Gambar 2. Menyiapkan keperluan UMKM untuk bazar takjil Ramadhan

- Menyiapkan kebutuhan UMKM yang diperlukan saat bazar takjil Ramadhan agar berjalan dengan efektif.



Gambar 3. Membantu menyiapkan kebutuhan UMKM

3. Evaluasi

Kegiatan Bazar berjalan dengan baik namun terdapat kendala seperti pada beberapa titik dikarenakan hujan maka air terlihat menggenang dan juga di karenakan hujan deras terdapat beberapa stand yang sedikit terkena hujan, untuk kedepannya maka saat akan ada pelaksanaan acara yang sama dapat di perbaiki dari segi posisi stand bazar, untuk UMKM yang datang sudah baik dan sangat antusias.

SIMPULAN

Sentra Wisata Kuliner merupakan tempat wisata kuliner yang menyajikan kuliner beraneka ragam dengan tempat yang bersih dan tertata juga harga yang terjangkau sehingga menjadi salah satu destinasi kuliner yang juga wajib dikunjungi. Adanya Covid-19 membuat pemerintah memberikan peraturan untuk tetap berada dirumah sehingga berdampak pada penghasilan pedagang yang berjualan di Sentra Wisata Kuliner, oleh karena itu adanya bazar yang diselenggarakan selama 2 hari di lingkungan Sentra Wisata Kuliner Kelurahan Balas Klumprik ini sangat membantu para pedagang dalam kenaikan omset karena antusias masyarakat setempat yang baik dan juga pengenalan Kembali Sentra Wisata Kuliner kepada masyarakat, setelah pandemi lalu yang membuat masyarakat sulit untuk berpergian maupun berpapasan dengan banyak orang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada Tuhan YME karena atas izin dan berkatnya penulis dapat menyelesaikan Artikel ini, lalu kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, semua mitra dari UMKM serta pengurus dari Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim, serta mitra dari pihak kelurahan Balas Klumprik yang telah terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini..

DAFTAR PUSTAKA

- Laksana,P. B., Riyanto, Said A. "*STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA MELALUI CITY BRANDING (Studi Pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta)*".Jurnal Administrasi Publik. Vol.3,No.1. Hal.73-79.
- Naully D et.al.(2020)."*Pemberdayaan Usaha Mikro melalui Pemasaran di Media Sosial*".Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2020 Universitas Muhammadiyah Jakarta. 123-UMJ-PE.