

Hayu Mulih Ka Desa Sebagai Strategi Pengembangan Program Wisata Gastronomi Di Kampung Cikarag Kabupaten Garut

Ahmad Hudaiby Galikusumah*¹, Siti Nurbayani K², Firdaus Aulia Rahman³

^{1,2,3}Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

*e-mail: galih@upi.edu¹, s.nurbayani@upi.edu², firdausar15@student.upi.edu³

Abstrak

Era saat ini dinamika dan pengaruh trend makanan barat terus bermunculan di Indonesia, dimana terus menyasar Generasi Millenial dan Z. Hal tersebut dikhawatirkan akan berpengaruh pada eksistensi makanan tradisional khas Indonesia di masa mendatang. Oleh karena keresahan tersebut, peneliti membuat sebuah inovasi baru yang bekerjasama dengan sembilan pemangku kepentingan (nona helix) dalam memperkenalkan kembali kekayaan makanan nusantara melalui pengembangan program Wisata Gastronomi. Pengembangan Wisata Gastronomi ini dilakukan di salah satu pengelola Villa di Kampung Cikarag, Kabupaten Garut. Adapun metode penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis yang digunakan dibagi menjadi dua bagian, yaitu analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal yang kemudian dibantu dengan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) dan QSPM (Qualitative Planning Strategic Matrix). Program pengabdian ini menghasilkan sebuah rekomendasi program wisata gastronomi "Hayu Mulih ka Desa" sebagai upaya dalam mengenalkan kembali makanan nusantara melalui trip di Garut. Cakupan wisata gastronomi ini memiliki alur seni kuliner yang menarik, sehingga tidak hanya melihat makanan dari segi pemenuhan kebutuhan fisiologis saja, tetapi memperlihatkan proses hulu ke hilir pengolahan suatu makanan sebagai komponen budaya dan cakupan aset daerah yang dimiliki. Sehingga pengembangan yang dilakukan secara konstruktif membentuk citra yang unik dan menarik bagi sebuah destinasi wisata di daerah.

Kata kunci: Pariwisata, Pengabdian Masyarakat, Wisata Gastronomi.

Abstract

In the current era, the dynamics and influence of western food trends continue to emerge in Indonesia, which continues to target Millennials and Generation Z. It is feared that this will affect the existence of traditional Indonesian specialties in the future. Because of this anxiety, researchers made a new innovation in collaboration with nine stakeholders (Nona Helix) in reintroducing the richness of Indonesian food through the development of the Gastronomy Tourism program. This Gastronomic Tourism Development was carried out at one of the Villa managers in Cikarag Village, Garut Regency. The method of this research is descriptive research with a qualitative approach. The analysis used is divided into two parts, namely internal factor analysis and external factor analysis which is then assisted by SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) and QSPM (Qualitative Planning Strategic Matrix). This service program resulted in a recommendation for a gastronomic tourism program "Hayu Mulih ka Desa" as an effort to reintroduce Indonesian food through a trip in Garut. This scope of gastronomic tourism has an interesting culinary art flow, so that it does not only see food from the point of view of fulfilling physiological needs, but shows the upstream to downstream process of processing a food as a cultural component and the scope of regional assets owned. So that the development carried out constructively forms a unique and attractive image for a tourist destination in the region.

Keywords: Community Service, Gastronomy Tourism, Tourism.

1. PENDAHULUAN

Sejak dahulu Indonesia selalu dikenal dengan keragaman makanan khasnya. Hal tersebut terbentuk karena pengaruh yang melekat pada kehidupan sosial dan budaya masyarakatnya, sehingga mendorong terciptanya varian makanan yang terbentang luasnya dari Barat hingga Timur Indonesia. Menurut pakar kuliner senior Universitas Gadjah Mada terdapat 3.259 ragam makanan di Indonesia, dan bahkan bisa terus berkembang lagi [1]. Kuliner Indonesia mempunyai kekayaan makanan yang unik dan bersejarah, karena memiliki karakteristik khas tersendiri pada setiap wilayahnya (unsur geografi), sehingga harus terus dikembangkan agar bisa naik panggung ke tingkat global [2].

Meskipun makanan Indonesia itu dikenal enak dan otentik, seiring perkembangan zaman makanan khas Indonesia sudah sulit ditemukan lagi karena pengaruh modernitas kuliner, Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa makanan tradisional dianggap kurang berkelas dan tidak mempunyai nilai komersil seperti makanan cepat saji [3].

Oleh sebab itu, perlu adanya sebuah upaya dalam melestarikan dan mengenalkan makanan Indonesia yang dikemas dengan hal menarik [4]. Upaya yang dilakukan juga harus berkesinambungan dengan eksistensi yang ada saat ini, sehingga bisa mudah diterima dan berjalan berdampingan. Salah satunya, yaitu pengenalan kuliner melalui program wisata. Dua komponen (wisata dan kuliner) ini memiliki keterkaitan yang besar, sehingga mampu mempengaruhi pada keberhasilan sebuah rencana.

Bahkan sektor pariwisata di Indonesia saat ini terus berkembang menjadi industri potensial dalam memberikan kontribusi terhadap ekonomi negara. Dan industri pariwisata di Indonesia telah diklasifikasikan sebagai salah satu *core business* Indonesia oleh World Bank. Dalam situs resminya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat sejak 2016 sektor pariwisata menempati posisi unggul keempat dalam menyumbang devisa negara hingga mencapai US\$ 13,5 Miliar/Tahun, kemudian pada tahun 2017 mengalami perkembangan pesat hingga mencapai US\$ 16,8 Miliar.

Upaya pengenalan kuliner melalui wisata ini ternyata berpeluang pada dampak keuntungan sosial di masyarakat kedepannya. Oleh karena itu, makanan ini bisa menawarkan daya tarik wisata tersendiri bagi para pengunjungnya, sehingga wisata kuliner merupakan strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia sehingga kekayaan kuliner Indonesia bisa terus diwariskan.

Salah satu potensi wilayah di Indonesia yang memiliki keragaman kuliner tersebut yaitu Jawa Barat, dimana terdapat 303 jenis makanan yang tersebar di Jawa Barat, diantaranya 40 makanan utama, 92 makanan pelengkap (sayuran), 27 resep makanan lengkap, 79 resep makanan ringan, 26 resep kerupuk, 12 resep manisan, salad dan acar, serta 14 resep aneka minuman dan 13 resep jenis sambal. Selaras dengan hal tersebut, sektor pariwisata di Jawa Barat menyumbangkan Pendapatan Asli Daerah Provinsi (PADP) sebanyak 70 persen. Sehingga elaborasi antara sektor wisata dan kuliner ini bisa menjadi keunggulan bagi wilayah Jawa Barat [5].

Meski potensi wisata kuliner ini cukup besar, namun belum ada peta wisata (*foodscape*) wisata kuliner yang di rancang khusus secara menarik di Jawa Barat ini, salah satunya di Kabupaten Garut. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2020, jumlah wisatawan mancanegara dan domestik yang berkunjung ke Kabupaten Garut dari tahun 2017 hingga 2019 mencapai 4.575.623 wisatawan. Wilayah ini juga memiliki ragam kekayaan budaya dan makanan yang terkenal, namun sudah jarang ditemukan kembali [6].

Banyak daerah di Kabupaten Garut ini yang memiliki potensi wisata kuliner yang menarik tetapi belum dapat dimaksimalkan secara baik karena faktor internal maupun eksternal pada wisata tersebut. Salah satunya mitra kami di Kampung Cikarag, Desa Mekarsari, Kabupaten Garut yaitu Villa Sarema. Tempat ini menawarkan banyak fasilitas baik dari wisata alam, kuliner dan budaya. Namun manajemen operasional yang masih belum rapi, inovasi produk serta jasa yang kurang menarik, serta proses pemasaran yang masih konvensional menjadi hambatan wisata ini belum berkembang.

Oleh karena itu, sebuah pendampingan oleh praktisi atau ahli dalam pengabdian ini menjadi sebuah peluang dalam meningkatkan kualitas pariwisata di daerah tersebut, mengingat Indonesia memiliki sumber daya alam dan keanekaragaman kuliner berlimpah yang bisa ditingkatkan. Salah satu inovasi pengembangan yang dilakukan yaitu wisata gastronomi, yang bertujuan untuk menelusuri kembali jejak makanan Indonesia melalui program yang unik dan menarik.

Wisata gastronomi ini didefinisikan sebagai suatu seni yang mempelajari segala pengetahuan tentang makanan baik dari aspek budaya, sejarah, bahan baku, proses produksinya, serta rasa dari makanan dan minuman itu sendiri. Oleh karena itu, selain pada kebutuhan fisiologis, wisata gastronomi menjadi sebuah konsep penting pada seni kuliner [7].

Sebenarnya sejak abad ke-19 hingga awal abad ke-20 perkembangan ilmu makanan dan gastronomi sebagai wujud pembaharuan (*innovation*) ini muncul dan telah memantik munculnya makanan baru yang secara dinamis hadir dan berkembang di wilayah Indonesia dengan ditandai *Indische keuken* [8], atau hibridasi antar berbagai pengaruh kuliner. Sehingga strategi yang peneliti lakukan dalam melakukan pemberdayaan di Kabupten Garut ini menjadi penerus dalam mempertahankan kelanjutan dari fase perkembangan makanan di Indonesia.

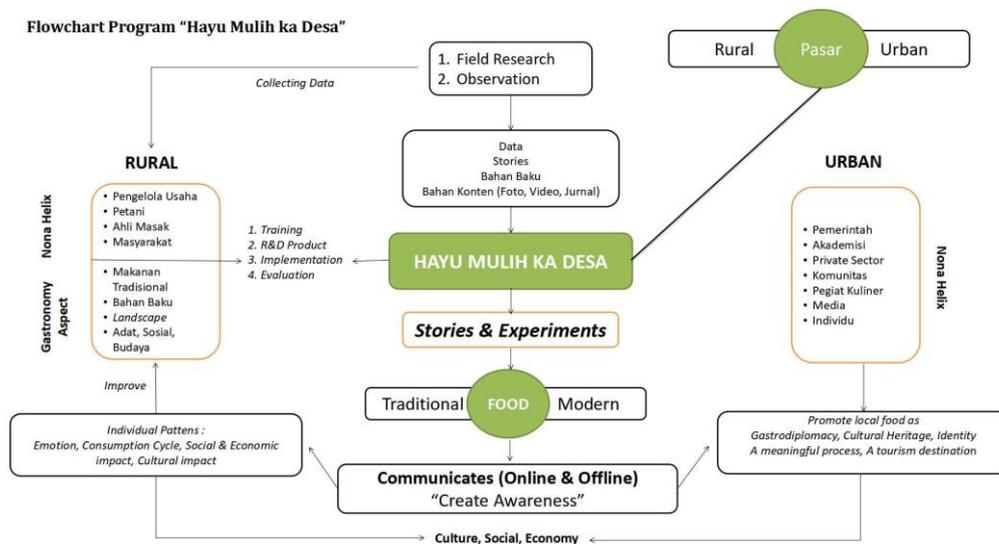
Langkah yang dilakukan peneliti juga selaras dengan upaya dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI tahun 2021 dalam merancang Pogram Desa Wisata di berbagai daerah agar bisa mempercepat kebangkitan pariwisata serta pertumbuhan ekonomi pasca pandemi Covid-19 ini [9]. Meskipun program sudah mulai dijalankan oleh pemerintah, namun dalam implementasinya tentunya tidak mudah, banyak para pengembang wisata dan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di daerah yang masih kesulitan dalam mengatur manajemen bahan, proses produksi, hingga strategi pemasaran digital, padahal biaya operasional harian harus selalu dibayar. Sehingga peneliti akan melakukan analisis lapangan dan merancang strategi dalam membenahi permasalahan bagi salah satu pengembang wisata di daerah Kabupaten Garut ini.

Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa dalam pengembangan pariwisata harus dilakukan penelitian atau kajian mendalam terlebih dahulu hingga pada pemanfaatan sumber daya pendukungnya sekalipun, supaya kegiatan wisata yang dilakukan berkembang secara baik dan berkelanjutan, kemudian dampaknya bisa bermanfaat bagi masyarakat, serta meminimalkan kemungkinan dampak terburuk pada usaha [10].

Dalam mengimplementasikan konsep tersebut, peneliti menganalisis faktor internal dan eksternal, kemudian merancang strategi program dari hasil analisis yang sudah dilakukan sebelumnya ke dalam bentuk wisata kuliner yang ideal dan menarik untuk mitra pengabdian [11]. Alasan penting pengabdian ini perlu dilakukan karena pengembangan wisata gastronomi di Kampung Cikarag ini sudah memenuhi tiga prasyarat utama yang diperlukan, yaitu potensi yang tersedia, minat dan kesiapan masyarakat, serta keunikan yang dimiliki oleh wilayah tersebut.

2. METODE

Gambaran alur program yang dilakukan dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

Adapun metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada proses pengabdian ini peneliti melakukan *action research*, yang

meliputi *diagnosis, action planing, intervention, evaluation, and reflecting* [12]. Dalam mengimplementasikan konsep tersebut, peneliti akan melakukan 3 tahapan, yaitu (1) tahap input, yang merupakan dasar dalam merumuskan strategi, (2) tahap pencocokan yang fokus pada penciptaan strategi alternatif dengan memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internal atau dikenal dengan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*), (3) tahap keputusan, dengan menggunakan teknik Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM) untuk mengevaluasi strategi secara objektif. Kemudian sejalan saat rekomendasi strategi wisatanya dibuat, peneliti solusi permasalahan yang perlu dirancang selanjutnya yaitu berkolaborasi dengan sembilan elemen yang harus saling bersinergi dalam wisata gastronomi (Nona Helix), diantaranya *Business; Government; Workers; Suppliers; Experts; Observer; Connoisseurs; NGO (Non-Government Organization); Information Technology*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam implementasinya, pengembangan Wisata Gastronomi ini dimulai dengan menganalisis beberapa komponen yang bisa menjadi daya tarik di Kampung Cikarag, Kecamatan Cibatu, Kabupaten Garut ini. Adapun konsep wisata gastronomi yang dikembangkan mengacu pada 4 unsur berikut [13].

- Geografi, Kampung Cikarag ini memiliki banyak potensi Sumber Daya Alam (SDA) yang dimiliki, diantaranya Situ Cipayung, Situ Ciburial, tambak pengolahan ikan lele, pesawahan dan perkebunan. Sehingga beberapa potensi alam tersebut akan dimaksimalkan sebagai wisata alam.
- Budaya, Kampung Cikarag ini masih menjaga tradisi bulanan latihan pencak silat serta permainan tradisional anak di kehidupan sehari-harinya. Selain itu juga, tempat ini berdekatan dengan wisata sejarah Kampung Bali.
- Makanan, di Kampung Cikarag ini ada usaha kuliner berupa cemilan tradisional Kue Cucur dan Burayot khas Garut, Ulen Ketan, kemudian ada pengolahan makanan abon lele dari hasil karya para Ibu Rumah Tangga.
- Pariwisata, aksesibilitas masuk ke Kampung Cikarag ini sangat mudah dan infrastruktur jalannya sudah bagus. Kemudian terdapat sebuah Villa yang menawarkan beberapa fasilitas hidangan makanan dan tempat, yaitu Villa Sarem, dimana pengelola usaha ini merupakan bagian dari mitra pengabdian ini.

Empat konsep di atas merupakan landasan yang akan ditelaah dan dinilai dari sisi objektif dan substantifnya dalam setiap proses pengembangan wisata, sehingga bisa dikemas menjadi wisata gastronomi yang menarik dan terkini. Oleh karena itu, tahapan selanjutnya peneliti melakukan perencanaan dengan menentukan pemanfaatan sumber daya alam serta sumber daya manusia, baik dari eksternal maupun internal di Villa Sarema sebagai bagian dari mitra pengabdian ini.

Analisis faktor internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dapat dikendalikan, dimana terdiri dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi, produksi dan operasi [14]. Kemudian analisis faktor eksternal berkaitan dengan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal wisata, yaitu lingkungan makro dan lingkungan mikro [15]. Lingkungan mikro terdiri dari pesaing dan pelanggan, sedangkan lingkungan makro merupakan lingkungan eksternal yang tidak berpengaruh dan berhubungan secara langsung dengan tempat wisata. Hasil analisis eksternal dan internal juga diselaraskan dengan faktor SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). Adapun hasil gambaran analisis lapangannya adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Matriks SWOT

Internal/Eksternal	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
	1. Produksi makanan menggunakan bahan baku local	1. Penyajian makanan yang kurang menarik 2. Kurangnya pengetahuan

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Bahan baku yang digunakan memiliki kualitas yang baik. 3. Memiliki tempat yang nyaman 4. Fasilitas tempat yang akan dijadikan tempat wisata sudah cukup memadai. 5. Terdapat beberapa sumber daya alam yang bisa menjadi daya tarik wisata tambahan 	<p>dalam bidang kuliner dan pelayanan pengunjung pada pelaku usaha Villa Sarema</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Manajemen operasional yang kurang baik 4. Menu makanan yang ditawarkan kurang bervariasi
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat sajian kuliner khas yang sudah dibuat di Villa Sarema 2. Banyak pihak yang mendukung dengan baik 3. Belum ada wisata gastronomi di Kecamatan Cibatu Kabupaten Garut ini. 4. Terdapat atraksi lain yang bisa dikembangkan sesuai kultur sosial budaya Kampung Cikarag ini. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan sajian kuliner khas Kampung Cikarag menggunakan bahan baku lokal dengan kualitas yang baik 2. Mempererat kerjasama dengan berbagai pemangku kepentingan (Nona Helix) 3. Memanfaatkan berbagai media promosi, seperti media sosial, mengikuti berbagai kegiatan festival atau pameran dalam mengenalkan wisata. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat standar mutu dari produk makanan lokal khas Kampung Cikarag melalui inovasi produk yang terkini. 2. Memaksimalkan fasilitas pendukung di tempat wisata serta wilayah Kampung Cikarag 3. Memaksimalkan kerjasama dengan pihak media atau <i>influencer</i> untuk memperkenalkan wisata gastronomi.
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada program dari pemerintah Garut terkait pengembangan wisata gastronomi 2. Persaingan yang akan muncul 3. Kurangnya pemahaman terkait manajemen krisis pada pengelola wisata 4. Fasilitas penginapan masih terbatas 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan standar kualitas produk kuliner dengan program yang menarik dan terkini 2. Meningkatkan kerja sama dengan lembaga pemerintah atau perusahaan di daerah untuk mengembangkan wisata gastronomi ini. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat inovasi menu yang unik, otentik dan kontemporer agar mudah menasar pada semua kalangan 2. Membuat ciri khas pada program wisata gastronomi di kampung Cikarag ini agar dapat dikenal secara luas 3. Memperhatikan segala aspek fasilitas dan kepuasan konsumen agar tidak kalah dengan tempat wisata lain.

Dari hasil analisis di atas kemudian dirancang sebuah matriks strategi yang berkesinambungan dengan permasalahan mitra, dimana strategi yang dibuat mencakup penentuan tujuan, proses, serta pengembangan strategi kedepannya [16]. Dalam menciptakan hal tersebut, langkah pertama yang akan difokuskan yaitu merancang manajemen usaha yang spesifik berkaitan dengan pengembangan wisata desa. Pada tahapan ini, peneliti menganalisisnya ke dalam manajemen strategis paket wisata gastronomi. Konsep ini dikembangkan sebagai solusi objektif pada tujuan rumusan sebelumnya terkait QSPM (*Qualitative Strategic Planning Matrix*) [17], dimana memberikan pengambilan keputusan terkait rumusan strategis yang diintegrasikan ke dalam destinasi wisata yang akan dibentuk di

Kampung Cikarag, Kecamatan Cibatu, Kabupaten Garut. Adapun hasil strategi yang dibuat oleh peneliti yaitu merancang sebuah program paket wisata gastronomi yang memuat berbagai komposisi perjalanan dan kegiatan menarik pada calon pengunjungnya.

Paket wisata gastronomi ini mencakup besaran biaya yang telah ditetapkan kepada para pengunjungnya, dimana biaya tersebut akan meliputi transportasi, akomodasi penginapan, program wisata, serta wisata kuliner yang menjadi andalan menarik pada kegiatan ini [18].

Adapun paket wisata hasil kolaborasi dan analisis antara berbagai stakeholder ini bertajuk "*Hayu Mulih ka Desa*", yang merupakan sebuah program wisata gastronomi yang dirancang lebih dari sekedar aktifitas liburan bagi para penderitanya. "*Hayu Mulih ka-Desa!*" ini diambil dari kalimat Bahasa Sunda, yang artinya "*Ayo Pulang ke Desa!*", dimana setiap pengunjung akan disuguhkan dengan ragam aktifitas menarik selama perjalanan pergi ke Desa. Program ini menyasar pada keluarga dan kaum millennial sebagai sebuah wahana berkumpul dengan teman baru yang letaknya jauh dari hiruk perkotaan.

Dalam prosesnya, pengembangan program ini turut serta memberdayakan masyarakat lokal di wilayah Villa Sarema, dimana para Ibu Rumah Tangga berkontribusi secara aktif pada program ini. Paket wisata yang ditawarkan kepada calon pengunjungnya ini dilaksanakan selama 2 hari, dimana aktifitas yang dilakukan dimulai dari Kota Bandung dengan berbagai aktifitas yang beragam. Berikut konsep paket wisata gastronomi yang telah peneliti rancang dalam program pengabdian ini.

Tabel 2. Paket Wisata Gastronomi "*Hayu Mulih ka Desa*"

Program	Gambaran	Keterangan
Perjalanan Kereta Api Bandung - Garut	 <p data-bbox="397 1176 948 1245">Gambar 1. Perjalanan Kereta Api Bandung - Garut</p>	Pengunjung akan diberikan pengalaman menggunakan moda Kereta Api selama perjalanan ke Garut, dimana sepanjang perjalanan akan disuguhkan panorama pesawahan dan pegunungan yang ada di Garut.
Station Tour (Cibatu Garut)	 <p data-bbox="472 1547 874 1581">Gambar 1. Stasiun Cibatu - Garut</p>	Pengunjung akan diajak berkeliling stasiun Cibatu-Garut untuk mengenal sejarah pembangunannya serta keunikan yang pernah ada di Stasiun Cibatu ini, salah satunya potret kunjungan pelawak Charlie Caplin ke Stasiun Cbatu pada tahun 1927 dan 1935.
Perjalanan menuju lokasi Villa Sarema	 <p data-bbox="405 1980 948 2040">Gambar 2. Perjalanan menggunakan mobil warga lokal Kampung Cikarag</p>	Pengunjung akan dijemput oleh warga lokal yang berasal dari Kampung Cikarag, dimana sesuai tujuan di awal yaitu memberdayakan masyarakat wilayah Kampung Cikarag

Welcome &
 Snack Drink



Gambar 3. Minuman Pembuka (Sereh, Jahe, Madu Jeruk Nipis)

Pengunjung akan disambut oleh pemilik wisata, sekaligus diberikan cerita terkait awal mula tempat wisata ini di bangun. Serta diberikan sajian minuman tradisional dan jambu kristal dari hasil panen di kebun Villa Sarema.

Meal
 Experience
 "Makanan
 Tradisional"



Gambar 4. Proses Pembuatan Nasi Tutug Oncom

Pengunjung akan disuguhkan dengan ragam aktifitas membuat suatu olahan makanan berat (*main course*) yang berasal dari bahan pangan lokal hingga diolah secara tradisional juga. Dalam prosesnya, kalian akan diberikan beberapa wawasan menarik terkait cara mengolah, membuat, mencicipi hingga nilai historis pada setiap sajian makanannya. Kudapan ini akan bisa berganti pada momen tertentu, namun tetap berfokus pada olahan Gastronomi Nusantara.

DIY Session
 "Batik
 Ecoprint"



Gambar 5. Proses pembuatan batik eco print

Pengunjung akan diajak untuk berkreasi membuat batik *eco print* yang berasal dari daun sekitar wilayah kampung ini. Pengunjung akan diajak kembali mengenal dan menyadari manfaat alam di sekitar lingkungan kita melalui media kreasi yang menarik.

Afternoon
 Tea "Jajanan
 Tradisional"



Gambar 6. Program Afternoon Tea dalam mengenal Jajan Tradisional Indonesia

Pengunjung akan disuguhkan ragam olahan jajanan tradisional yang dikemas secara cantik dan menarik. Jajanan tradisional ini merupakan hasil olahan para Ibu Rumah Tangga di Kampung Cikarag yang sebelumnya telah diberikan pelatihan terkait inovasi produk. Terdapat 3 modifikasi

Permainan Tradisional



Gambar 7. Bermain permainan tradisional (congklak)

olahan makanan tradisional dan 1 minuman menyegarkan dalam kegiatan ini.

Pengunjung akan diajak untuk bermain tradisional yang sudah jarang ditemukan pada keseharian saat ini. Program ini merupakan sebuah upaya dalam mengenalkan kembali permainan tradisional daerah.

Fellows Night "Baso Aci"



Gambar 8. Baso Aci khas Garut

Pengunjung akan disuguhkan kudapan berkuah khas dari Kabupaten Garut, yaitu Baso Aci, serta diceritakan gambaran sejarah dan proses pembuatannya. Pada kegiatan ini juga, pengunjung akan berkumpul dan berbincang santai dengan teman barunya.

Morning Tea "Singkong Goreng dan Teh Herbal"



Gambar 9. Hidangan singkong goreng dan teh herbal

Pengunjung akan disuguhkan singkong goreng dan racikan teh herbal yang memiliki banyak manfaat kesehatan. Dimana bahan makanan ini diambil langsung dari hasil panen di Kampung Cikarag ini,

Ulin di Desa "Situ Ciburial dan Situ Cipayung"



Gambar 10. Program *Ulin di Desa*

Pengunjung akan diajak berkeliling di Kampung Cikarag, dengan menyusuri pesawahan dan 2 situ yang ada di Kampung Cikarag, yaitu Situ Ciburial dan Situ Cipayung.

Sarapan
 “Nasi
 Goreng
 Kampung”



Gambar 11. Hidangan nasi goreng kampung

Pengunjung akan diberikan hidangan berupa nasi goreng kampung, dimana beberapa sumber rempah yang digunakan berasal dari hasil tanam di wilayah tersebut.

Permainan
 Air
 “Wawasan
 Indonesia”



Gambar 12. Permainan air di Villa Sarema

Pengunjung akan mengikuti permainan air terkait wawasan Indonesia, dimana permainan ini akan menguji konsentrasi dan wawasan kalian terkait unsur-unsur Gastronomi Indonesia yang sudah dijelaskan di beberapa sesi kegiatan sebelumnya.

Potensi pengembangan Wisata Gastronomi di Garut ini sangat besar, dimana mampu menciptakan sebuah tatanan positif yang berkaitan dengan wisata budaya, olahraga, serta aktifitas masyarakat dalam kegiatan wisata di bidang kuliner. Penelitian sebelumnya bahkan menyebutkan bahwa evolusi wisata gastronomi mampu memberikan arah pengembangan pariwisata yang terukur serta mampu mengkonstruksi berbagai elemen dalam pembentukan sebuah destinasi wisata, baik itu skala lokal, regional maupun nasional [19].

Dalam proses pelaksanaan pengabdian ini, peneliti berkolaborasi dengan beberapa *stakeholder*, yang mengacu pada konsep Nona Helix (Sembilan Helix) sebagai wujud pengembangan wisata berbasis *creativepreneur*. Konsep ini tentunya akan memperkuat banyak pihak dalam menciptakan sebuah wisata gastronomi [20]. Adapun gambaran terkait fungsi dari sembilan elemen tersebut sebagai berikut.

Tabel 3. Stakeholder Pengabdian (Nona Helix)

Unsur	Nama	Fungsi
<i>Bussiness</i>	Pengelola Wisata Villa Sarema	Sebagai mitra sekaligus penggerak dalam membantu mengembangkan wisata gastronomi dengan ditopang berbagai kebutuhan dan keperluannya.
<i>Government</i>	Dinas Koperasi & UKM Kabupaten Garut	Sebagai regulator dan fasilitator dalam proses pengembangan wisata ini, seperti mengikutsertakan kelompok UMKM di Kampung Cikarag ini melalui kegiatan pameran atau festival.
<i>Workers</i>	Ibu Tangga Rumah di Kampung Cikarag	sebagai tenaga kerja di tempat usaha di lingkungan setempat yang mendapatkan pelatihan serta fasilitas dalam keterampilan wisata, baik dari segi manajemen, pengelolaan tempat, hingga strategi pemasaran digital di media sosial.
<i>Suppliers</i>	Koperasi Rukun Ikhtiar Persistri, CV Cepi Adi Farm	sebagai salah satu pemasok yang berasal dari luar perusahaan yang dijadikan mitra dalam proses <i>supply chain management</i> .

<i>Experts</i>	Praktisi Wisata, Chef dari Resto	sebagai pakar dan para ahli yang bergerak selaras dalam bidang pariwisata dan kuliner, dimana dilibatkan dalam memberikan pelatihan, kemudian membantu memberikan ide atau inovasi produk pada pengembangan wisata gastronomi yang dibuat.
<i>Observers</i>	Dosen dan Mahasiswa Pariwisata UPI	sebagai pemerhati yang membantu menganalisis serta memberikan konsep penilaian dalam membangun wisata, sekaligus menjadi pendamping pada keberlangsungan pengabdian pada masyarakat.
<i>Connoisseurs</i>	Influencer yang tertarik pada wisata	sebagai wisatawan yang suka dengan wisata gastronomi yang mendukung kemajuan destinasi melalui publikasi di media sosialnya. Dalam hal ini, kami melibatkan 6 <i>influencer</i> yang fokus atau tertarik dengan dunia pariwisata (<i>travellers</i>). Dan akan terus bertambah pada setiap programnya.
<i>NGO</i>	Karang Taruna di Kampung Cikarag	sebagai lembaga yang terlibat dalam mendukung serta mengontrol semua proses pemberdayaan hingga pada akhirnya tercipta wisata gastronomi yang ideal.
<i>Information and Technology</i>	Media Digital (News Digital), Media Sosial	sebagai elemen penting dalam menjembatani antara pengembang usaha dengan wisatawan melalui publikasi ataupun promosi di media digital. Dalam hal ini peneliti mengembangkan pemasaran wisata melalui beberapa kanal digital, seperti Instagram, TikTok, YouTube, serta WhatsApp. Kemudian melibatkan beberapa media daerah dan nasional untuk mempublikasikannya.

Setelah berbagai strategi program telah berhasil di rancang dan berbagai pemangku kepentingan dilibatkan dalam program ini, penekanan selanjutnya yaitu penyelarasan teknologi yang harus terus dibangun oleh masyarakat di Kampung Cikarag, agar eksistensi program wisata Gastronomi ini bisa konsisten. Salah satunya, pemasaran melalui media sosial yang menjadi hal konkrit dalam merepresentasikan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan kepada calon pengunjunnya.

Hal tersebut perlu dilakukan mengingat di era revolusi industri 4.0 saat ini pengguna media sosial terus meningkat setiap tahunnya, bahkan menurut Badan Pusat Statistika (BPS) 143,26 juta atau 87,19 persen masyarakat Indonesia aktif sebagai pengguna media sosial. Sehingga langkah tersebut mampu menjadi faktor positif dalam memberikan peluang bagi pengembangan Wisata Gastronomi di Kampung Cikarag

4. KESIMPULAN

Pelestarian kuliner Indonesia melalui program Wisata Gastronomi di berbagai wilayah di Indonesia ini harus mulai menjadi perhatian khusus bagi pemerintah ataupun pelaku bisnis, karena bisa menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal tersebut dibuktikan bahwa melalui program wisata gastronomi, eksistensi makanan lokal, budaya ataupun sumber daya alam di Indonesia bisa dipertahankan dan dimanfaatkan secara lebih visioner. Tugas pokok selanjutnya yaitu tinggal bagaimana keragaman kuliner nusantara tersebut dikemas dengan berbagai aktifitas yang menarik dengan harga yang kompetitif sesuai dengan nilai dan layanan yang diberikan. Peneliti yakin interaksi wisata budaya dengan kuliner

ini menjadi wadah dalam mengenalkan kembali kekayaan dan keberagaman makanan di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Lestari, "Coba Tebak Ada Berapa Jumlah Kuliner di Indonesia".2019. <https://food.detik.com/berita-boga/d-4529131/coba-tebak-ada-berapa-jumlah-kuliner-di-indonesia> (accessed Sep. 14, 2022)
- [2] F. Rahman, "Kita Bisa Belajar Sejarah dari Makanan". 2020. <https://www.unpad.ac.id/profil/fadly-rahman-m-a-kita-bisa-belajar-sejarah-dari-makanan/> (accessed Sep. 14, 2022)
- [3] V. A. Setyawati and E. Rimawati, "Pola Konsumsi Fast Food dan Serat sebagai Faktor Gizi Lebih pada Remaja." *Unnes Journal of Public Health*, 2016, 5(3), 275-284.
- [4] W. Kusdiawan, "Melestarikan dan Mengenalkan Produk Tradisional". 2021. <https://kumparan.com/wawan-kusdiawan/melestarikan-dan-mengenalkan-produk-tradisional-1vRzf3h0L23/1> (accessed Sep. 14, 2022)
- [5] D. Turgarini, "The Salapan Cinyusu (Nona Helix) as a "creativepreneurship" support model for gastronomy tourism in Bandung city," *In Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research*, pp. 429-437, 2021, <https://doi.org/10.1201/9781003095484-62>
- [6] Badan Pusat Statistik, "Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia, 2015-2019," 2020. <https://www.bps.go.id/dynamictable/2020/04/07/1794/wisatawanmancanegara-yangdatang-ke-indonesia-menurut-kebangsaan-2015-2019.html> (accessed Sep. 13, 2022)
- [7] C. Ningsih, and D. Turgarini, "Preservation and Development of Kampung Nikmat As Tourist Destination for Sunda Gastronomy Cultural Heritage," *Tourism Scientific Journal*, 2020, pp. 266-276.
- [8] F. Rahman, "Sejarah Makanan Indonesia dalam Perspektif Global," Universitas Gadjah Mada, 2014. Disertasi UGM <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/74573>
- [8] Kemenparekraf, "Pemulihan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Melalui Desa Wisata dan Kampung Tematik", 2022. <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/pemulihan-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-melalui-desa-wisata-dan-kampung-tematik/> (accessed Sep. 14, 2022)
- [9] I. G. B. R. Utama, *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Hospitalitas* (1st ed.). Pustaka Larasan, 2016.
- [10] Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- [11] G. I. Susman, and R. D. Evered, "Assessment of the Scientific Merits of Action Research," *Administrative Science Quarterly*, vol. 23, pp. 582-603, 1978. doi: <https://doi.org/10.2307/2392581>
- [12] M. Guruge, "Conceptual Review on Gastronomy Tourism," *International Journal of Scientific and Research Publication (IJSRP)*, vol. 10, no. 2, 2020.
- [13] R. F. David, *Strategic Management: Concepts and Cases* (E. Svendsen (ed.); 13th ed.). Pearson, 2011.
- [14] P. M. Pardede, *No Title Manajemen strategik & kebijakan perusahaan: 109 Pedoman utama*

- pembuatan rencana strategik (RENSTRA) atau rencana pembangunan jangka menengah (RPJM)*. Mitra Wacana Media, 2011.
- [15] A. D. Anjani, C. Ningsih, I. Fajri, M. I. Katering, F. Pendidikan, and I. Pengetahuan, "Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, Bbq & Steak Bandung," *Gastronomy Tourism Journal*, vol. 4, no. 2, pp. 8–21, 2018.
- [16] H. Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- [17] S. Palupi and A. Fitri, *Pendoman Pengembangan Wisata Kuliner*, Kementerian Pariwisata, 2019.
- [18] A. S. Clave, R. Knafou, "Gastronomy tourism and globalization," Paris: Universitat Rovira i Virgili - Tarragona, Université Paris, 2012.
- [19] D. Turgarini, "The Salapan Cinyusu (Nona Helix) as a "creativepreneurship" support model for gastronomy tourism in Bandung city," *In Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research*. pp. 429-437, 2021, doi: <https://doi.org/10.1201/9781003095484-62>.