

Pelatihan Pengembangan Usaha Kreatif Berbasis Kuliner Lokal Di Kota Lhokseumawe

Ristati¹, Chairil Akhyar², Marzuki³, Mursidah⁴, Zulham⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Malikussaleh

email: ristati@unimal.ac.id chairil.akhyar@unimal.ac.id marzuki@unimal.ac.id mursidah@unimal.ac.id zulham@unimal.ac.id

Info Artikel :

Diterima :

12-08-2024

Disetujui :

28-08-2024

Dipublikasikan :

23-09-2024

ABSTRAK

Indonesia, dengan populasi besar dan kekayaan budaya kulinernya, memiliki potensi signifikan dalam sektor ekonomi kreatif, khususnya dalam subsektor kuliner. Artikel ini membahas program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di kota Lhokseumawe, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha dalam pengelolaan wisata kuliner. Program ini mencakup pelatihan dan sosialisasi dalam tiga tahap: sektor produksi, manajemen, dan pemasaran. Tahap pertama fokus pada pengolahan roti canai, tahap kedua pada tata kelola kampung wisata kuliner dan kewirausahaan, serta tahap ketiga pada strategi pemasaran melalui media sosial. Hasil program menunjukkan bahwa inovasi produk seperti roti canai beku dan olahan baru dapat meningkatkan daya tarik pasar. Evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan efektif dalam memperbaiki operasional dan pemasaran, meningkatkan produktivitas, serta memperluas jangkauan pasar. Penambahan pemahaman mengenai tata kelola, sapta pesona, perencanaan fasilitas, dan strategi pemasaran diharapkan memperkuat roti canai di Kota Lhokseumawe sebagai destinasi wisata kuliner dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha Kreatif, Ekonomi Kreatif, Wisata Kuliner, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Indonesia, with its large population and rich culinary culture, has significant potential in the creative economy sector, especially in the culinary subsector. This article discusses the community service program implemented in the city of Lhokseumawe, aimed at increasing the understanding and ability of business actors in managing culinary tourism. This program includes training and outreach in three stages: production, management and marketing sectors. The first stage focuses on the processing of roti canai, the second stage on the management of the culinary tourism village and entrepreneurship, and the third stage on marketing strategies via social media. The program results show that product innovations such as frozen rolled bread and new preparations can increase market attractiveness. Evaluations show that training and mentoring are effective in improving operations and marketing, increasing productivity, and expanding market reach. Additional understanding of governance, sapta charm, facility planning and marketing strategies is expected to strengthen roti canai in Lhokseumawe City as a culinary tourism destination and encourage local economic growth.

Keywords: Creative Business Development, Creative Economy, Culinary Tour, Marketing Strategy



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan populasi yang besar dan sumber daya manusia yang melimpah, juga merupakan negara kepulauan yang dikenal dengan berbagai macam makanan dan minuman. Pertumbuhan sektor makanan dan minuman meningkatkan pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat lokal, yang berdampak pada Pendapatan Asli Daerah dan Pendapatan Nasional. Kesuksesan sektor makanan dan minuman bergantung pada kemampuan untuk mengembangkan, memproses, menyajikan, menampilkan, dan mempromosikan makanan secara efektif. Sebagai salah satu dari lima belas subsektor dalam ekonomi kreatif, sektor kuliner mencakup aktivitas yang terkait

dengan persiapan, pengolahan, dan penyajian produk makanan dan minuman. Sektor ini menekankan kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal untuk meningkatkan rasa dan nilai produk. Aspek kreatif dari subsektor kuliner, yang terlihat dalam penyajian dan penggabungan budaya lokal, memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen dan mendorong pertumbuhan bisnis. Dari tahun 2010 hingga 2013, subsektor kuliner secara konsisten menyumbang sekitar 56,09% dari total jumlah perusahaan dalam sektor ekonomi kreatif (Hendarmin & Kartika, 2018).

Evolusi ekonomi telah memperkenalkan konsep ekonomi kreatif, yang memberikan perspektif yang unik. Istilah "kreatif" mengisyaratkan bahwa penerapan kreativitas dalam produksi barang dan jasa dapat meningkatkan nilainya. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, ekonomi kreatif diperkirakan akan semakin penting di masa depan karena didasarkan pada kreativitas sebagai sumber daya yang dapat diperbarui. Ini menempatkan ekonomi kreatif sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, perdagangan, dan inovasi. Seiring dengan kemajuan informasi dan teknologi, permintaan akan ekonomi kreatif terus meningkat. Ekonomi kreatif telah menjadi pusat ekonomi yang erat kaitannya dengan budaya kewirausahaan dan diperkirakan akan menjadi tren ekonomi global. Indonesia diharapkan memainkan peran aktif dalam Komunitas Ekonomi ASEAN (AEC).

Diskusi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memanfaatkan kemampuan kreatif dalam hal ciptaan, rasa, dan tujuan, sehingga memberikan nilai ekonomi bagi pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat sekitarnya. Indonesia mengakui bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang perlu dikembangkan lebih lanjut dalam perekonomian nasional. Kementerian Perdagangan telah mengidentifikasi 14 sektor dalam kategori industri kreatif: jasa periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film, video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan perangkat lunak, televisi dan radio, serta penelitian dan pengembangan. Pemerintah Indonesia mencatat bahwa salah satu masalah terkait kebijakan ekonomi kreatif adalah bahwa sektor ini diletakkan dalam cakupan kegiatan ekonomi, bukan kegiatan industri, yang mengakibatkan perbedaan makna. Seperti yang telah diketahui, industri berbeda dari ekonomi.

Saat membahas ekonomi kreatif, sektor kuliner adalah salah satu dari lima belas subsektor yang terlibat dalam persiapan, pengolahan, dan penyajian produk makanan dan minuman. Sektor ini menekankan pentingnya kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal untuk meningkatkan rasa dan nilai produk, sehingga mampu menarik minat konsumen dan memberikan pengalaman yang unik. Sektor kuliner tidak hanya memberikan kontribusi bagi subsektor lainnya dalam ekonomi kreatif, tetapi juga memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas nasional Indonesia. Kreativitas dalam subsektor ini tercermin dalam cara penyajian, estetika, dan integrasi budaya lokal yang memperkaya rasa serta menarik perhatian konsumen, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan bisnis. Dari tahun 2010 hingga 2013, subsektor kuliner menyumbang rata-rata 56,09% dari total jumlah perusahaan dalam ekonomi kreatif.

Pertumbuhan aktivitas kreatif di sektor kuliner berdampak positif pada ekonomi dengan meningkatkan nilai ekonomi kreatif dan PDB. Meskipun kontribusinya saat ini sudah signifikan, sektor kuliner memiliki potensi besar untuk pertumbuhan lebih lanjut, didorong oleh perubahan gaya hidup, kekayaan budaya, dan sumber daya alam regional. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan untuk memaksimalkan kontribusi ekonomi kreatif sektor kuliner terhadap ekonomi nasional dan regional (Septiyana et al., 2020). Indonesia saat ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk yang ditimbulkan oleh program komunitas ekonomi ASEAN. Masuknya pasar global ke Indonesia memerlukan pendekatan inovatif dalam industri, terutama yang berlandaskan pada kearifan lokal. Industri kuliner, yang berkembang pesat di Indonesia, merupakan contoh utama (Nanda & Harmantya, 2020). Wisata kuliner memainkan peran penting dalam menghasilkan devisa untuk sektor pariwisata dan memiliki potensi untuk menarik pengunjung. Menurut Multi (2017), aktivitas kuliner mencakup seluruh proses persiapan makanan, mulai dari pemilihan bahan hingga memasak dan menyajikan hidangan dengan menarik. Wisata kuliner, yang selaras dengan tren ekonomi global, mempengaruhi ekspansi bisnis, tren, gaya hidup, kreativitas, dan budaya inovasi dalam pemrosesan serta penyajian makanan. Produk kuliner tradisional menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan gaya hidup modern, sementara pengolahan makanan lokal harus bersaing dengan preferensi makanan cepat saji di kalangan konsumen kontemporer.

Pengembangan produk berbasis gandum dapat mendukung kesejahteraan komunitas dan meningkatkan nilai sosial komoditas gandum, yang selama ini kurang mendapat perhatian dari masyarakat dan memiliki peluang pasar yang relatif kecil karena pemanfaatannya yang kurang dikenal. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi untuk menarik minat petani dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk olahan gandum sebagai produk pengganti. Hal ini akan berdampak pada pemenuhan kebutuhan pangan lokal, pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan pendapatan petani, serta memengaruhi respons petani dalam membudidayakan tanaman gandum. Pengembangan produktivitas pengolahan roti canai oleh beberapa pelaku usaha masih memerlukan dukungan dan perencanaan daerah yang baik, mengingat kurangnya infrastruktur pariwisata pendukung, seperti area parkir dan pengaturan drainase yang tidak memadai. Selain itu, dari segi sumber daya manusia, pemahaman tentang manajemen kuliner yang mengacu pada sektor pariwisata masih kurang optimal, ada kekurangan pemahaman tentang *Sapta Pesona*, serta kebutuhan akan wawasan kewirausahaan dan pemahaman mengenai ekonomi kreatif.

Optimalisasi produktivitas oleh pelaku usaha juga tidak merata. Pada tingkat manajemen, beberapa bisnis kurang memperhatikan strategi pemasaran. Kota Lhokseumawe terkenal dengan keragaman kulinernya, di mana banyak makanan tradisional regional menjadi salah satu identitas keberagaman budaya, seperti berbagai jenis kuliner berbasis kearifan lokal dengan cita rasa yang diwariskan dari generasi ke generasi. Pariwisata kuliner merupakan salah satu kontributor utama devisa dalam sektor pariwisata dan menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mengunjungi Kota Lhokseumawe. Dalam konteks pariwisata kuliner, makanan tidak hanya menjadi pelengkap wisata, tetapi juga tujuan utama bagi wisatawan dalam melakukan aktivitas pariwisata (Kristiana, 2018). Sektor pariwisata, terutama di desa-desa penghasil roti canai seperti Kota Lhokseumawe, memiliki potensi untuk mendorong pengembangan lokal (Pramezwary et al., 2021). Secara ekonomi, pariwisata mempengaruhi perluasan peluang bisnis dan penciptaan lapangan kerja. (Harefa, 2020). Namun, pertumbuhannya masih menghadapi berbagai tantangan. Seperti yang dicatat oleh Heryati (2019), meskipun setiap daerah memiliki potensi pariwisata, tidak semuanya mampu mengoptimalkan potensi tersebut secara efektif. Pengelolaan yang baik dapat mengubah potensi ini menjadi daya tarik wisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu, kurangnya pemahaman di kalangan pelaku usaha mengenai aspek kuliner lokal yang penting untuk mengembangkan pariwisata kota (Syarifuddin, Noor, & Rohendi, 2017). Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan dukungan untuk mengatasi hambatan dan meningkatkan kapasitas bisnis kuliner di desa-desa penghasil roti canai untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Menghadapi masalah ini, pengabdian masyarakat dianggap penting untuk mendorong pertumbuhan, motivasi, minat, dan kewirausahaan intelektual, serta meningkatkan kemampuan dalam sektor bisnis roti canai. Menurut Kristanto dalam Samtono et al. (2022), kewirausahaan adalah studi tentang nilai-nilai, keterampilan, dan perilaku yang terlibat dalam menciptakan bisnis baru. Penerapan ide-ide kreatif dan inovatif sangat penting untuk menambah nilai. Kreativitas melibatkan penciptaan sesuatu yang benar-benar baru, sementara inovasi melibatkan modifikasi atau pengembangan konsep yang sudah ada (Kusmiati, 2020). Pelatihan dan pendampingan akan berfokus pada manajemen desa wisata kuliner, *Sapta Pesona*, kewirausahaan, serta strategi manajemen dan pemasaran bisnis. Inisiatif pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen wisata kuliner agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan bersaing dengan produk makanan modern.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan melalui serangkaian tahap pelatihan dan sosialisasi. Tahap awal difokuskan pada sektor produksi, di mana materi pelatihan dikembangkan bersama tim pengabdian masyarakat berdasarkan penilaian awal terhadap prosedur pengolahan roti canai. Diskusi juga dilakukan untuk meninjau pelaksanaan proses-proses tersebut. Tahap kedua membahas aspek manajemen, dengan memberikan pengetahuan tentang tata kelola kampung wisata kuliner, serta kewirausahaan dan ekonomi kreatif, untuk meningkatkan pemahaman peserta di bidang-bidang ini. Tahap ketiga berfokus pada pemasaran, di mana hasil pelatihan dan pendampingan dipantau untuk menyempurnakan strategi pemasaran menggunakan media sosial, seperti yang disarankan oleh Handaruwati (2017). Media sosial dipilih karena efektivitas, keterjangkauan, dan efisiensinya dalam menjangkau berbagai audiens dan mempromosikan produk.

Tahap persiapan melibatkan berbagai kegiatan awal yang diperlukan untuk memulai program. Selanjutnya, kegiatan observasi dilakukan untuk mengidentifikasi roti canai di Kota Lhokseumawe sebagai target program pengabdian masyarakat. Beberapa observasi dilakukan untuk menentukan lokasi yang paling sesuai. Setelah observasi, tim pengabdian masyarakat mengurus perizinan yang diperlukan dan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait, termasuk Kepala Komunitas, Ketua Pokdarwis Kota Lhokseumawe, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Selain itu, alat dan materi pelatihan seperti monitor, peralatan suara, laptop, proyektor LCD, alat tulis, dan handout untuk peserta disiapkan. Pelatihan dan sosialisasi dilakukan di Balai Kota Lhokseumawe, mengikuti langkah-langkah yang telah dijelaskan. Tahap pertama melibatkan sektor produksi, termasuk persiapan materi pelatihan dan diskusi mengenai pengolahan roti canai. Tahap kedua mencakup topik manajemen, termasuk tata kelola wisata kuliner, kewirausahaan, dan ekonomi kreatif. Tahap ketiga berfokus pada evaluasi hasil pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan strategi pemasaran melalui media sosial, dengan tujuan menjalin interaksi yang luas, *cost-effective*, dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap analisis kebutuhan bertujuan untuk mengembangkan solusi prioritas yang sesuai dengan preferensi konsumen dan memajukan subsektor kuliner roti canai. Tahap ini mengandalkan ide-ide inovatif untuk pengolahan berbagai produk roti canai. Salah satu keunggulannya adalah kemampuan untuk memproduksi roti canai beku yang tetap dapat bertahan hingga dua bulan tanpa bahan pengawet. Selain itu, inovasi rasa baru, seperti roti canai dengan keju yang krispi di luar dan lembut di dalam saat digoreng, dapat meningkatkan daya tarik produk. Olahan tradisional roti canai, seperti mentho dan klenyem, serta berbagai campuran roti canai, menambah variasi bagi konsumen. Untuk mengembangkan subsektor kuliner roti canai secara efektif, sangat penting untuk memahami selera pasar dan tren konsumsi. Mengintegrasikan inovasi seperti roti canai beku yang tahan lama dan kombinasi rasa yang unik dapat meningkatkan daya tarik pasar. Menawarkan berbagai produk roti canai, dari tradisional hingga modern, memberikan nilai tambah yang signifikan pada industri kuliner. Misalnya, menambahkan keju pada roti canai memberikan pengalaman rasa baru dengan kontras tekstur yang menyenangkan, krispi di luar dan lembut di dalam. Pendekatan ini tidak hanya menarik konsumen yang mencari sensasi rasa baru, tetapi juga membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sambil memanfaatkan praktik kuliner tradisional dalam komunitas.

Setelah melewati berbagai tahap penyuluhan, tahap perancangan dilakukan untuk memastikan bahwa hasil pelatihan dapat diterapkan secara efektif oleh para mitra. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelatihan yang telah diberikan dapat diimplementasikan dalam pengelolaan roti canai sebagai destinasi wisata kuliner. Keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini melibatkan tindak lanjut terhadap program-program yang telah dilakukan selama penyuluhan. Materi pelatihan yang telah diberikan berpotensi untuk menjadi inspirasi dalam pengembangan kemasan produk serta strategi edukasi menggunakan media sosial sebagai platform promosi. Pendekatan ini bertujuan untuk memperluas jaringan pasar dengan menjangkau berbagai kalangan yang lebih luas. Tahap pendampingan melibatkan pemantauan hasil yang diperoleh setelah pelatihan, dengan fokus pada penerapan materi pelatihan oleh pelaku usaha, khususnya dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan produktivitas dan jumlah pelanggan.

Sebelumnya, hanya sedikit pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Namun, melalui penyuluhan dalam kegiatan pengabdian masyarakat, semakin banyak pelaku usaha yang mulai menggunakan media sosial sebagai strategi untuk memperkenalkan produk mereka. Aktivitas mitra dalam berinvestasi dan menggunakan media promosi yang telah dikembangkan akan memperbesar visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar. Dengan pendekatan ini, produk-produk roti canai akan menjadi lebih dikenal, yang berpotensi meningkatkan daya tarik wisata kuliner dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, peningkatan penggunaan media sosial sebagai alat promosi tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar tetapi juga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Ini dapat memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen, serta memberikan umpan balik yang berharga untuk perbaikan produk. Di samping itu, dengan memperkenalkan produk melalui media sosial, pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai fitur platform seperti iklan berbayar dan konten sponsori yang dapat meningkatkan eksposur dan menarik perhatian audiens yang lebih luas. Hal ini, pada gilirannya, dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan mengundang lebih banyak wisatawan dan konsumen untuk mengunjungi Kota

Lhokseumawe, serta mendukung keberlanjutan usaha lokal melalui peningkatan penjualan dan pendapatan.

Penilaian keberhasilan program dilakukan setelah kegiatan layanan selesai, dengan fokus pada evaluasi paket pengetahuan dan keterampilan yang diberikan kepada pelaku usaha di Kota Lhokseumawe. Evaluasi ini bertujuan untuk memperluas wawasan dan meningkatkan daya tarik wisata kuliner Kota Lhokseumawe. Melalui pengarahan dan penyuluhan, diharapkan mitra akan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen bisnis dan menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi pengunjung. Program pelatihan dirancang untuk menumbuhkan sikap kreatif dan inovatif pada pelaku usaha, serta membentuk perilaku profesional dalam berhubungan dengan pengusaha lain, karyawan, dan konsumen.

1. Masalah: Pelaku usaha memerlukan pemahaman tentang tata kelola kampung wisata kuliner. Solusi: Sosialisasi mengenai tata kelola kampung wisata kuliner dilakukan untuk memberikan pemahaman yang jelas kepada pelaku usaha. Target: Pelaku usaha diharapkan memiliki pemahaman yang baik tentang tata kelola kampung wisata kuliner. Dengan pemahaman ini, mereka dapat mengelola usaha secara lebih efektif dan menyusun strategi yang lebih baik dalam mengembangkan potensi wisata kuliner di kampung mereka.
2. Masalah: Kurangnya pemahaman mengenai sapta pesona. Solusi: Sosialisasi tentang sapta pesona dilakukan untuk mengedukasi pelaku usaha mengenai konsep tersebut. Target: Pelaku usaha memahami sapta pesona secara menyeluruh. Pemahaman yang baik tentang sapta pesona memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan memuaskan bagi pengunjung, meningkatkan daya tarik kampung wisata kuliner.
3. Masalah: Penambahan wawasan kewirausahaan belum maksimal. Solusi: Pelatihan kewirausahaan diberikan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku usaha. Target: Pengetahuan pelaku usaha meningkat secara signifikan. Pelatihan ini bertujuan untuk memperluas wawasan kewirausahaan mereka, sehingga pelaku usaha dapat menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang efektif dan inovatif dalam usaha mereka.
4. Masalah: Kurangnya perencanaan untuk area parkir yang layak dan nyaman. Solusi: Sosialisasi tentang perencanaan area parkir dilaksanakan untuk membantu pelaku usaha dalam merencanakan area parkir yang memadai. Target: Lahan parkir tertata dengan baik dan nyaman. Perencanaan yang baik akan memudahkan pengunjung dalam mencari tempat parkir dan meningkatkan kenyamanan mereka saat berkunjung ke kampung wisata kuliner.
5. Masalah: Penanganan bangunan drainase yang kurang memadai. Solusi: Sosialisasi mengenai penanganan bangunan drainase dilakukan untuk mengatasi masalah ini. Target: Penanganan drainase diperbaiki. Penanganan drainase yang baik penting untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan area, mencegah banjir, dan memastikan lingkungan yang menyenangkan bagi pengunjung.
6. Masalah: Produktivitas yang dihasilkan oleh pelaku usaha belum optimal. Solusi: Sosialisasi tentang optimalisasi produktivitas diberikan untuk membantu pelaku usaha meningkatkan hasil produksi mereka. Target: Peningkatan produktivitas pelaku usaha. Dengan strategi yang tepat, pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi dan hasil produksi, yang berdampak positif pada keuntungan dan daya saing mereka.
7. Masalah: Kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran. Solusi: Pelatihan strategi pemasaran dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pemasaran. Target: Peningkatan pemahaman pelaku usaha tentang strategi pemasaran. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali pelaku usaha dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memasarkan produk mereka secara efektif, meningkatkan visibilitas, dan menarik lebih banyak pelanggan.

Melalui monitoring dan evaluasi, program ini bertujuan untuk memastikan bahwa solusi yang ditawarkan efektif dan dapat diimplementasikan dengan baik oleh pelaku usaha. Setiap masalah yang diidentifikasi mendapatkan solusi yang sesuai dengan target yang jelas, bertujuan untuk memperbaiki berbagai aspek dari pengelolaan roti canai. Sosialisasi dan pelatihan yang diberikan mencakup berbagai area penting seperti tata kelola, sapta pesona, kewirausahaan, perencanaan parkir, penanganan drainase, produktivitas, dan pemasaran. Dengan melibatkan pelaku usaha secara aktif dalam proses ini, diharapkan terjadi peningkatan kemampuan dan pemahaman yang berdampak positif pada pengelolaan

usaha mereka, serta pada daya tarik dan kesuksesan Kota Lhokseumawe sebagai destinasi wisata kuliner. Penambahan pemahaman tentang berbagai aspek operasional dan pemasaran akan membantu pelaku usaha dalam menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung dan meningkatkan keberhasilan usaha mereka.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kota Lhokseumawe bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang berbagai aspek penting dalam pengelolaan wisata kuliner. Melalui pelatihan dan sosialisasi, pelaku usaha mendapatkan wawasan mendalam mengenai tata kelola, sapta pesona, kewirausahaan, serta strategi pemasaran. Program ini juga mencakup perencanaan fasilitas seperti area parkir dan penanganan drainase untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa solusi yang ditawarkan efektif dalam memperbaiki berbagai aspek operasional dan meningkatkan daya tarik Kota Lhokseumawe. Penambahan pemahaman dan keterampilan ini diharapkan dapat memperkuat posisi Kota Lhokseumawe sebagai destinasi wisata kuliner yang menarik, meningkatkan produktivitas pelaku usaha, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan implementasi yang baik dari materi pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha di Kota Lhokseumawe dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung dan memperluas jangkauan pasar mereka melalui media sosial, mendukung keberhasilan usaha dan pengembangan wisata kuliner secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahayu, M. S. S., Azim, A., Tuluki, I., Asmagvira, A., Hippy, S. A., Haruna, M. I. A., & Gobel, Y. P. (2022). Optimalisasi Usaha Kuliner Berbasis Kearifan Lokal Dan Technopreneurship. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 233–241.
- Aprianoputri, A., Aliefia, S. P., Atikah, R., Alfariz, M. D., Nurkholis, K. M., Emilda, E., & Lazuardi, S. (2023). Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Potensi Lokal Melalui Pengolahan Tepung Mocaf. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 11608–11615.
- Deanova, S., Yunita, T., Moses, H., & Ramadan, R. (2023). Strategi Pengembangan Usaha (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Di Wisata Kuliner Dan Tempat Pariwisata. *Cross-Border*, 6(1), 664–678.
- El Hasanah, L. L. N. (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268–280.
- Handaruwati, I. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 03(N).
- Harefa, M. (2020). Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Penerimaan Daerah Di Kabupaten Belitung. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(1), 65–77.
- Hendarmin, H., & Kartika, M. (2018). Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 58.
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56–74.
- Kristiana, Y. (2018). Aplikasi Perjalanan Dan Perilaku Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 1–18.
- Kusmiati, K. (2020). Implementasi Media Topeng Fantasi Untuk Meningkatkan Karakter Cinta Budaya Daerah. *Jurnal Didaktika Pendidikan Dasar*, 4(3), 779–802.
- Kusyanda, M. R. P., & Masdiantini, P. R. (2021). Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(2), 90–99.
- Multi, S. K., & E. T. A. (2017). *Pengembangan Kuliner*. Jakarta: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Nanda, H. I., & Harmantya, R. A. (2020). Pendampingan Inovasi Kue Garpu Dari Tepung Mocaf Sebagai Peningkatan Hasil Usaha UMKM Di Desa Wonokerso. 298–304.
- Pramezwar, A., et al. (2021). Pengaruh Identitas Brand Dan Strategi Penjualan Burger King Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(1), 10–18.

- Samtono, S., Rahayu, E., & Risyanti, Y. D. (2022). Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Wisata Kuliner Kampung Singkong Salatiga. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 153–161.
- Septiyana, L., Nizaruddin, N., Rahmawati, N. I., Atma, S. R., Putri, A. S., & Astuti, N. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Pengolahan Makanan Tradisional Kerupuk Dapros Di Desa Gunung Rejo. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 105–117.
- Syarifuddin, D., Noor, C., & Rohendi, A. (2017). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata. *Abdimas*, 1(1), 4–8.
- Wawuru, J. W., & Aryaningtyas, A. T. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Keterampilan Lokal Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Di Kampung Pelangi Semarang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1125–1131.
- Yamani, A. Z., Muhammad, A. W., & Faiz, M. N. (2019). Penguatan Ekonomi Lokal Pada Pelaku UMKM Berbasis Digital Di Desa Winduaji Kabupaten Brebes. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 1(1), 24–28.
- Yulia, C., Subekti, S., Nikmawati, E. E., & Maosul, A. (2021). Pengembangan Wisata Kulindes (Kuliner Pedesaan) Berbasis Pangan Lokal Di Desa Pangauban Kecamatan Batujajar Kabupaten Bandung Barat. *LENTERA KARYA EDUKASI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 153–159.