

PENINGKATAN INOVASI KULINER LOKAL DESA WISATA KOTA SEMARANG

Oleh :
Tuwuh Adhistyo Wijoyo, Krisnawati S.N., Aletta Dewi M.

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat dengan melakukan penyuluhan yang di lakukan Tim dosen dari STIEPARI Semarang dalam hal peningkatan inovasi kuliner lokal bagi Desa Wisata Kota Semarang telah berhasil memberikan dampak bagi masyarakat di lingkungan Desa Wisata Kota Semarang. Desa wisata merupakan potensi besar bagi pengembangan wilayah khususnya Kota semarang. Desa wisata di kota Semarang memiliki potensi yang berbeda beda yang menjadi sebagai sebuah keunggulan dan kekuatan. Keberagaman tema dan konsep sebuah desa wisata akan menjadi sebuah keberagaman yang dapat menunjukkan eksistensi khususnya untuk kota Semarang yang notabene adalah sebuah wilayah perkotaan. Keberagaman yang dimiliki desa wisata dapat ditarik satu kesamaan bahwa masing-masing desa wisata memiliki kesamaan dalam hal kuliner. Kuliner yang ada pada desa wisata memiliki ciri khas sendiri yang di pengaruhi oleh letak geografis dan budaya yang ada pada desa wisata tersebut serta produk lokal yang menjadi keunggulan bagi masing-masing desa wisata. Perkembangan kuliner pada desa wisata dirasa tidak mengalami perubahan karena tidak banyak disentuh dari sisi inovasi yang bisa dilakukan. Penyuluhan dalam dengan meningkatkan inovasi pada kuliner lokal desa wisata diharapkan mampu menambah nilai tambah khususnya bagi keberlanjutan kuliner lokal yang ada pada desa wisata di kota Semarang.

Kata kunci: Desa Wisata, Kuliner, Inovasi

ABSTRACT

Community service by conducting counseling carried out by the lecturer team from STIEPARI Semarang in terms of increasing local culinary innovations for Semarang City Tourism Village has succeeded in having an impact on the community in the Semarang City Tourism Village environment. Tourism village is a big potential for regional development, especially Semarang City. The tourist village in the city of Semarang has a different potential which becomes an advantage and strength. The diversity of themes and concepts of a tourist village will become a diversity that can show its existence, especially for the city of Semarang which incidentally is an urban area. The diversity of tourism villages can be drawn from one thing in common, that each tourist village has similarities in terms of culinary delights. The culinary in the tourist village has its own characteristics which are influenced by the geographical and cultural location in the

tourist village as well as local products which are the advantages of each tourist village. It is felt that the culinary development in the tourist village has not changed because it has not been touched much in terms of innovations that can be done.

¹ STIEPARI Semarang

Internal counseling by increasing innovation in local culinary tourism villages is expected to be able to add added value, especially for the sustainability of local culinary in tourist villages in the city of Semarang.

Key words: Tourism Village, Culinary, Innovation

PENDAHULUAN

Inovasi dan inovatif adalah dua hal yang selalu dikaitkan bersama-sama. Pengertian inovatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah mengenalkan sesuatu yang bersifat baru. Lalu, apa yang dimaksud dengan inovasi? Menurut KBBI, inovasi adalah pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, atau pembaharuan. Pengertian dari inovasi lainnya adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya. Tujuannya adalah menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri maupun lingkungannya. Seseorang yang berhasil melakukan sebuah inovasi adalah seseorang yang inovatif. Secara tidak langsung, manfaat inovatif adalah membawa sesuatu hal yang baru yang dapat memudahkan kehidupan manusia dan membawa manusia ke dalam kondisi kehidupan yang lebih baik. Hampir dari kita semua sepakat bahwa inovasi secara umum akan membawa manfaat banyak bagi kehidupan manusia. Salah satunya adalah mempermudah urusan dan pekerjaan manusia. Namun, bagaimana dengan manfaat inovasi bagi bisnis?

Tentunya para pebisnis dan pengusaha akan selalu berusaha untuk mencari cara-cara baru dalam meningkatkan bisnis mereka. Mereka harus menemukan cara baru untuk menyelesaikan masalah, meningkatkan produktivitas karyawan, dan menyaingi para kompetitor dengan sangat baik. Solusi terbaik untuk menyelesaikan semua masalah tersebut adalah mendorong kreativitas yang kita miliki dan berusaha mewujudkan inovasi-inovasi baru. Singkatnya, tanpa kedua hal tersebut kita akan selalu terjebak dengan metode lama yang tidak akan menghasilkan inovasi apapun.

Kuliner lokal yang ada pada desa wisata kota Semarang banyak ditemukan masih terlalu tradisional dalam pengolahan dan penyajiannya. Diperlukan adanya peningkatan dalam inovasi guna mendukung upaya peningkatan nilai tambah dari kuliner lokal yang ada pada desa wisata di kota Semarang.

Tujuan Dan Manfaat Kegiatan

1. Tujuan

Program kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dengan penyuluhan perihal peningkatan inovasi pada kuliner lokal yang ada pada desa wisata di kota Semarang dan diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas produk dari kuliner lokal yang ada dan memiliki nilai tambah yang lebih lagi.

2. Manfaat

- a. Tumbuhnya kesadaran akan pentingnya melakukan inovasi pada kuliner lokal desa wisata yang dirasa sudah terlalu lama (monoton) melalui sosialisasi pelatihan peningkatan inovasi pada kuliner lokal desa wisata di kota Semarang.
- b. Memiliki pengetahuan tentang melakukan inovasi pada kuliner lokal desa wisata di kota Semarang sehingga kuliner yang ada memiliki nilai lebih yang bisa dijual dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat desa wisata dengan keaneka ragaman produk lokal dan kuliner lokal di masing-masing desa wisatanya.

KAJIAN TEORI

Desa wisata

Pariwisata merupakan sebuah komoditas ekonomi baru yang mulai dikembangkan. Dalam teori ekonomi yang lebih umum, keunggulan dari kompetisi pariwisata dinilai dari sisi permintaan. Seperti misalnya, wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi disebabkan oleh pendapatan orang, populasi negara wisatawan, biaya hidup, biaya transportasi kedua negara, nilai tukar, dan inflasi. Untuk memiliki keunggulan komparatif, pariwisata harus mengubah segi pembangunan dari sisi permintaan ke penawaran. Destinasi wisata kerap dikunjungi dikarenakan kondisi lingkungan, infrastruktur, dan nilai budaya Murphy (Irawan, 2010).

Menurut Muliawan (2008) desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata. Desa wisata adalah

bentuk industri pariwisata yang berupa kegiatan perjalanan wisata identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat mendorong wisatawan sebagai konsumen agar menggunakan produk dari desa wisata tersebut atau melakukan perjalanan wisata ke desa wisata. Unsur produk pariwisata terdiri dari angkutan wisata, atraksi wisata, dan akomodasi pariwisata.

Desa wisata adalah sebuah wujud kombinasi antara akomodasi, atraksi, dan sarana pendukung yang dikenalkan dalam sebuah tata kehidupan masyarakat yang menjadi satu dengan aturan dan tradisi yang berlaku. Sebuah desa bisa disebut desa wisata ialah desa yang mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan, sebuah tradisi, dan kebudayaan yang menjadi ciri khas, aksesibilitas dan sarana prasarana yang mendukung program desa wisata, keamanan yang terjamin, terjaganya ketertiban, dan kebersihan. Dasar dalam pengembangan desa wisata ialah pemahaman tentang karakter dan kemampuan elemen yang ada dalam desa, seperti: kondisi lingkungan dan alam, sosial budaya, ekonomi masyarakat, struktur tata letak, aspek historis, budaya masyarakat dan bangunan, termasuk indigeneus knowledge (pengetahuan dan kemampuan lokal) yang dimiliki masyarakat (Muliawan, 2008).

Dalam proses pengembangan desa wisata, masyarakat sekitar dijadikan sebagai subyek aktif, artinya lingkungan sekitar dan kehidupan sosial masyarakat di desa tersebut dijadikan sebagai tujuan wisata. Masyarakat juga berperan sebagai agen promosi wisata serta inovator dalam memberikan ide gagasan pengembangan desa wisata. Menurut I. Pitana (2002), pembangunan dan pengembangan pariwisata secara langsung akan merambah dan mengikutsertakan masyarakat, sehingga dapat memberikan berbagai pengaruh kepada masyarakat setempat, baik berupa pengaruh positif maupun negatif. Pemanfaatan sumber daya baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam di sekitar desa wisata yang diorganisir secara maksimal, akan memberikan dampak terhadap masyarakat sekitar. Hasil yang diperoleh dari kegiatan desa wisata akan dikembalikan kepada masyarakat sekitar sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain untuk meningkatkan kesejahteraan, konsep desa wisata akan menjadikan suatu desa menjaga kelestarian alam dan lingkungan, budaya, serta tradisi desa tersebut.

Pengembangan desa wisata erat kaitannya dengan industri pariwisata. Menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Muliawan (2008) tentang industri pariwisata adalah merupakan sekumpulan dari berbagai jenis bidang usaha, yang secara bersama memproduksi produk ataupun jasa- jasa atau layanan, baik secara langsung maupun akan diperlukan oleh wisatawan saat melakukan kunjungannya. Dengan berkembangnya desa wisata, akan memacu geliat industri pariwisata di Kabupaten Ponorogo. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama mengunjungi destinasi wisata diperlukan kehadiran industri pariwisata sebagai penunjang kegiatan. Dalam konsep desa wisata, industri pariwisata yang mayoritas tersedia adalah restoran atau rumah makan, jasa transportasi, hotel atau penginapan. Tujuan pengembangan industri pariwisata di berbagai negara ialah untuk meningkatkan pendapatan devisa negara. Tujuan lainnya untuk mendapatkan nilai-nilai ekonomi yang positif di mana pariwisata diharapkan dapat berfungsi sebagai pemicu dalam pembangunan ekonomi di berbagai sektor.

Kuliner Lokal

Menurut Adnan (1994), makanan tradisional adalah makanan dan minuman, termasuk jajanan serta bahan campuran atau bahan yang digunakan secara tradisional, dan telah lama berkembang secara spesifik di daerah dan diolah dari resep-resep yang telah lama dikenal oleh masyarakat setempat dengan sumber bahan local serta memiliki citarasa yang relatif sesuai dengan selera masyarakat setempat.

Menurut Baharsyah (2003), makanan tradisional mempunyai pengertian makanan rakyat sehari-hari, baik yang berupa makanan pokok, makanan selingan, atau sajian khusus yang sudah turun-temurun dari zaman nenek moyang. Cara pengolahan pada resep makanan tradisional dan cita rasanya umumnya sudah bersifat turun temurun sehingga makanan tradisional disetiap tempat atau daerah berbeda-beda.

Dari dua pengertian makanan tradisional di atas, dapat dikatakan bahwa makanan tradisional merupakan makanan yang diperoleh secara turun temurun dan di setiap daerah mempunyai ciri khas yang berbeda-beda. Makanan tradisional Indonesia sangat banyak macamnya, berdasarkan tingkat eksistensinya dalam masyarakat hingga saat ini. Keanekaragaman makanan tradisional yang ada dipengaruhi oleh keadaan daerah atau tempat tinggal dan budaya yang ada di daerah tersebut. Dengan banyaknya keanekaragaman makanan tradisional dalam suatu daerah, tidak sedikit pula makanan tradisional yang hampir terlupakan oleh masyarakat saat ini.

Menurut Baharsyah (2003), makanan tradisional ini dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, antara lain:

1. Makanan tradisional yang hampir punah, Makanan tradisional yang hampir punah ini langka dan hampir jarang dapat ditemui mungkin disebabkan karena ketersediaan bahan dasarnya mulai sulit atau masyarakat pembuatnya mulai tidak mengerjakan lagi atau terdesak oleh produk makanan lain, contohnya karangan, cethot, entog-entog, getas, es semlo, dan hawuk-hawuk.
2. Makanan tradisional yang kurang populer, Kelompok makanan tradisional yang kurang populer adalah makanan tradisional yang masih mudah ditemui, tetapi makin tidak dikenal dan cenderung berkurang penggemarnya, dianggap mempunyai status sosial lebih rendah dalam masyarakat, contohnya kethak, adrem, wedang tahu, lemet, bothok sembukan, dan bajigur.
3. Makanan tradisional yang populer (tetap eksis). Kelompok makanan tradisional yang populer merupakan makanan tradisional yang tetap disukai masyarakat dengan bukti banyak dijual, laku, dan dibeli oleh konsumen bahkan beberapa menjadi ikon daerah tertentu seperti gudeg, emping melinjo, gatot, thiwul, tempe benguk, kipo, dan sate klathak. Saat ini masyarakat sedang merasakan akibat perubahan pola konsumsi makanan, baik di negara maju maupun berkembang, peran makanan tradisional untuk membangun pola makan sehat sangat diperlukan. Dokumentasi masyarakat tradisional diharapkan mampu memberikan informasi bagi generasi muda untuk mengenal

dan menyadari pentingnya memanfaatkan produk negeri sendiri untuk membangun kesehatan dan kehidupannya.

Makanan dapat dikatakan menjadi makanan tradisional apabila makanan tersebut merupakan warisan dan merupakan ciri khas dalam suatu daerah. Pada dasarnya makanan dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dari daerah tempat tinggalnya sehingga setiap daerah memiliki ciri khas makanannya masing-masing. Sebagai contohnya antara lain makanan di daerah pegunungan dengan makanan di daerah pesisir pantai. Daerah pegunungan memiliki ketersediaan bahan makanan berupa variasi jenis tumbuhan yang dominan seperti umbi-umbian, padi, kacang-kacangan, dan sebagainya. Sebaliknya di daerah pantai ketersediaan bahan makanan banyak yang berasal dari laut seperti ikan, udang, cumi, dan lain sebagainya. Cara pengolahan pada resep makanan tradisional dan cita rasanya umumnya sudah bersifat turun-temurun, serta sedikit sekali adanya inovasi produk. Menurut Baharsyah (2003), makanan tradisional mempunyai ciri-ciri antara lain :

1. Resep makanan yang diperoleh secara turun-temurun dari generasi pendahulunya,
2. Penggunaan alat tradisional tertentu di dalam pengolahan masakan tersebut (misalnya masakan harus diolah dengan alat dari tanah liat),
3. Teknik olah masakan merupakan cara pengolahan yang harus dilakukan untuk mendapatkan rasa maupun rupa yang khas dari suatu masakan.

Inovasi

Inovasi adalah kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang sehingga membawa manfaat dalam kehidupan masyarakat. Inovasi mempunyai arti lebih luas dari penemuan. Inovasi adalah proses kreativitas yang membuat objek-objek dan substansi baru yang berguna bagi manusia, namun, lebih luas dari sekedar penemuan dan jangka waktu lama.

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun yang belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh dipasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern

dan up to date, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut. Terdapat dua jenis inovasi, yaitu:

1. Inovasi produk, berkaitan dengan produk-produk baru atau perbaikan dan penyempurnaan produk.
2. Inovasi proses, berkaitan dengan perbaikan proses produksi baru atau penyempurnaan atas proses produksi yang sudah ada.

Sementara menurut Suaryadi Purwanto dkk, inovasi terdiri dari empat jenis, yaitu:

1. Penemuan, yaitu produk, jasa atau proses yang benar-benar baru.
2. Pengembangan, yaitu pemanfaatan lain pada produk, jasa atau proses yang ada.
3. Duplikasi, yaitu replikasi kreatif atas konsep yang telah ada.
4. Sintesis, yaitu kombinasi atas konsep dan faktor-faktor yang telah ada dalam penggunaan atau formula baru.

METODE PENGABDIAN

Lokasi kegiatan pengabdian pada masyarakat terletak pada desa wisata Kandri Semarang. Sasaran kegiatan yang dilakukan adalah seluruh pengelola desa wisata yang ada di kota Semarang, khususnya mereka yang bergerak dalam bidang kuliner yang ada di desa wisata. Waktu pelaksanaan dilakukan pada 1 Maret 2019, dan kegiatan dilaksanakan pada pukul 13.00 sampai dengan pukul 17.00. Metode dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan cara sosialisasi, pelatihan, dan tanya jawab sehingga membantu menumbuhkan kesadaran untuk memaksimalkan produk kuliner lokal yang ada untuk bisa dilakukan inovasi. Pelatihan dilakukan oleh tim pengabdian dengan memberikan pelatihan inovasi kuliner lokal desa wisata. Melalui pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Inovasi Produk

Dalam hal ini kegiatan awal di fokuskan pada Inovasi produk, dimana Inovasi adalah suatu proses dan atau hasil pengembangan pemanfaatan suatu produk sumber daya yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai yang lebih berarti. Pada dasarnya manfaat inovasi adalah untuk menyempurnakan atau meningkatkan

fungsi dari pemanfaatan suatu produk atau sumber daya sehingga manusia mendapatkan manfaat yang lebih. Inovasi terjadi di berbagai bidang kehidupan, mulai dari dunia bisnis, pendidikan, komunikasi, dan lain sebagainya. Proses inovasi ini terjadi secara terus menerus di dalam kehidupan manusia karena adanya keinginan untuk melakukan sesuatu menjadi lebih mudah dan cepat. Kegiatan pendampingan dengan fokus inovasi yang telah dilakukan adalah :

a. Peserta pendampingan memaparkan dan menjelaskan produk-produk yang dimiliki dan di produksi secara berkala untuk di pasarkan. Pada saat peserta memaparkan produknya terdapat beberapa hal yang menjadi titik perhatian, diantaranya :

i. Komposisi makanan

Makanan sehat dengan porsi yang tepat akan menghasilkan gizi yang baik. Jika porsi tidak tepat, maka beberapa zat gizi akan berlebih atau bahkan mengalami defisiensi. Komposisi makanan yang sehat terdiri atas karbohidrat kompleks (nasi, pasta, jagung, singkong, ubi, kentang), protein rendah lemak (daging sapi rendah lemak, daging ayam tanpa kulit, ikan, tempe, tahu), sayur, dan buah. Dalam hal ini dari fase sebagai pendamping menitik beratkan pada perpaduan bahan makanan yang digunakan dalam satu kesatuan makanan yang di sampaikan peserta, bagaimana memilih bahan yang tepat dan bagaimana memadukan dari setiap kandungan makanan, baik yang ada di desa wisata maupun pengelola usaha kuliner.

ii. Tampilan makanan

Dalam setiap makanan, teknik pembuatan dan bahan yang digunakan hanya berpengaruh sekitar 50%. Setengahnya lagi tergantung pada bagaimana kita menyajikannya. Itulah mengapa nasi goreng yang kita beli di restaurant terasa lebih nikmat dibandingkan dengan nasi goreng yang hanya dibungkus kertas nasi. Dalam sebuah makanan yang berpenampilan indah terdapat usaha dan jerih payah yang lebih besar. Itulah mengapa, setiap orang rela membayar mahal untuk makanan yang enak dimakan dan sedap dipandang. Pada kegiatan pendampingan ini, fase juga memfokuskan pada tampilan makanan

yang merupakan faktor pendukung dalam memasarkan produk kuliner. Dalam point ini ditekankan bagaimana menata produk kuliner yang tepat.

iii. Rasa

Pada poin ini fase menitik beratkan pada rasa sajian panganan yang dipaparkan oleh peserta. Fase di bantu peserta yang lain ikut mengkritisi dan memberi masukan kepada peserta lain yang berhubungan dengan rasa makanan yang dipaparkan dengan tujuan adanya peningkatan atau perbaikan rasa, hal ini juga menjadi uji produk dari masing-masing peserta.

- b. Peserta melakukan branding dan aktualisasi produk sebagai bentuk mematenkan produk dari masing-masing peserta, hal ini bertujuan untuk diferensiasi produk unggulan dari masing-masing peserta baik desa wisata maupun pengelola usaha kuliner.
- c. Pendamping dari masing-masing peserta memberikan masukan secara khusus kepada peserta, hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan dan dioptimalkan. Secara umum dan bersama-sama peserta di kumpulkan jadi satu di beri masukan strategi pengembangan dan inovasi produk secara umum dari masing-masing produk unggulan di setiap kelompoknya.

Dari hasil pertemuan pertama didapatkan hasil bahwa masing-masing peserta pendampingan mendapatkan pengetahuan tambahan dan informasi bagaimana mengembangkan dan meningkatkan potensi yang dimiliki untuk dijadikan destinasi wisata kuliner.

Kegiatan Pengemasan Produk

Pengemasan produk menjadi pokok bahasan pada kegiatan pendampingan periode kedua. Kegiatan ini menitik beratkan pada pengemasan produk yang dianggap bisa menambah nilai tambah dan nilai jual dari masing-masing produk kuliner yang menjadi unggulan dari masing-masing peserta baik yang ada di desa wisata maupun pengelola usaha jasa kuliner. Kemasan terbagi menjadi tiga kategori, yaitu kemasan primer, sekunder, dan tersier. Kemasan primer mengalami kontak langsung dengan produk, bahkan ikut terproses bersama dengan produk. Sedangkan kemasan sekunder dan tersier tidak mengalami kontak langsung dengan makanan.

Pengemasan makanan dengan baik akan membawa keuntungan bagi peserta. Kebanyakan beberapa pengusaha di luar sana berpikir bahwa kualitas sebuah produk dan cara pemasaran jauh lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan, dibandingkan fokus pada pengemasan produk makanan. Padahal beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan pengemasan juga saling mendukung satu sama lain. Jadi, belum tentu juga jika produk dengan kualitas yang bagus maka akan banyak peminatnya, kecuali bila konsumen tersebut benar-benar membutuhkannya. Pengemasan suatu produk inilah yang mungkin perlu dipikirkan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Beberapa bentuk inovasi kemasan yang dilakukan diantaranya :

- a. Salah satu peserta dari Desa Wisata dari Nongkosawit mempresentasikan kemasan kuliner dari bambu sebagai wadah makanan. Dimana dalam inovasi kemasan ini dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan nilai tambah dari makanan.
- b. Kampung jawi dianggap sudah lebih dahulu mengembangkan kemasan kuliner dalam bentuk angkringan yang juga dijadikan sebagai salah satu tempat studi banding bagi peserta yang lain. Studi banding ini diadakan dengan tujuan peserta punya gambaran akan dibawa kuliner yang sudah ada selama ini. Tentu peserta tidak serta merta meniru atau menyamakan produk yang dimiliki dikemas seperti yang ada di kampung jawi, tapi setidaknya ada referensi dan konsep yang bisa dikembangkan dan diaplikasikan pada produk unggulan masing-masing.
- c. Kampung bahari mempresentasikan inovasi olahan dari hidangan laut.
- d. Dari kegiatan diatas dapat dilihat bahwa sudah ada peningkatan dan keinginan untuk membawa produk yang dimiliki ke arah yang lebih baik dan lebih bernilai. Menjadi bukti bahwa ada dampak positif dari adanya pendampingan pada peserta.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka didapatkan beberapa kesimpulan :

1. Pemahaman warga masyarakat sebagai pengelola desa wisata khususnya dalam hal kuliner lokal masih kurang.
2. Pemerintah kota Semarang khususnya dinas pariwisata bidang destinasi wisata sudah banyak melakukan terobosan untuk meningkatkan kapasitas dari pengelola desa wisata dalam meningkatkan produk khususnya kuliner lokal.

Saran

Pemerintah kota Semarang khususnya dinas terkait secara berkelanjutan melakukan pembinaan khususnya dalam hal kuliner baik dari segi kualitas bahan, pengolahan, inovasi, pengemasan dan pemasarannya untuk meningkatkan nilai tambah bagi masyarakat pengelola desa wisata secara umum dan khususnya mereka yang bergerak pada bidang kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M., 1994. Strategi Pengembangan Jajan Pasar. Yogyakarta: Fakultas Teknologi Pertanian, UGM
- Baharsyah dan Karana, 2003. Pengembangan Pangan Tradisional dalam Rangka Penganekaragaman Pangan. Jakarta: Departemen Pertanian
- I Gede Pitana, & Putu G Gayatri. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Irawan, Koko. 2010. Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Muliawan, H. 2008. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Konsep dan Implementasi.