



PEMBINAAN PELAKU USAHA BUBUR ASE UNTUK MENGEMBANGKAN WISATA KULINER DI DKI JAKARTA

Oleh

Liliana Dewi¹, Shofi Dhiya Ulhaq²

^{1,2}Prodi Pariwisata, Universitas Nasional

E-mail: ¹Liliana.dewi@civitas.unas.ac.id

Article History:

Received: 06-03-2022

Revised: 23-03-2022

Accepted: 23-04-2022

Keywords:

Jakpreneur, Bubur Ase,
Wisata kuliner, DKI Jakarta

Abstract: *The objective is to find out what forms of guidance the Creative Economy Development section of Disparekraf DKI Jakarta to provides to the local entrepreneur of Bubur Ase, The location of this qualitative research is DKI Jakarta. This research took three resource persons involved in the coaching activities: the interview, observation, and documentation techniques—the training for the Bubur Ase local entrepreneur. The results of the interviews were then analyzed using a SWOT analysis. The results obtained from this research are that the Creative Economy Development section of Disparekraf DKI Jakarta acts as a motivator, facilitator and dinamysator to develop human resources of Bubur Ase's entrepreneur through Jakpreneur program. In this coaching activity, there are still some obstacles in developing human resources.*

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu tonggak pembangunan kesejahteraan suatu negara, pariwisata melalui pengelolaan ekonomi kreatif menjadi hal penting di Indonesia. Terbukti dari data laporan OPUS Ekonomi Kreatif pada tahun 2020 menyampaikan bahwa produk domestik bruto tahun 2020 dari sector ekonomi kreatif mencapai angka sebesar RP 1,1211 triliun.

Menurut (Howkins, 2001) dalam *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* sebagai acuan awal mulanya muncul istilah ekonomi kreatif, didefinisikan sebagai suatu aktivitas ekonomi masyarakat yang sebagian besar dihabiskan untuk menciptakan suatu ide dan tidak melakukan hal-hal rutin, dengan mengutamakan sebuah informasi dan kreativitas demi memajukan sumber daya manusia.

Peran ekonomi kreatif menjadi penggiat ekonomi yang dapat membuat dan membangun bisnis serta meningkatkan citra dari identitas bangsa. Sub sector ekonomi kreatif terdiri dari (1) pengembangan permainan, (2) aplikasi, (3) design produk, (4) design interior, (5) design komunikasi visual, (6) arsitektur, (7) fashion, (8) film, animasi dan video, (9) fotografi, (10) kriya, (11) kuliner, (12) musik, (13) penerbitan, (14) periklanan, (15) seni pertunjukkan, (16) seni rupa, (17) televisi dan radio.

Perkembangan teknologi juga berdampak pada terjadinya pergeseran minat kuliner yang berdampak kurang populer sehingga pengusaha kuliner tradisional pun terkikis minat untuk berjualan makanan tradisional. Salah satu kuliner tradisional yang terdampak adalah



kuliner tradisional DKI Jakarta, yaitu Bubur Ase. Kuliner bubur ase belum banyak diketahui oleh banyak orang, umumnya lebih mengenal kerak telur, soto Betawi, gado-gado, karedok, es selendang mayang yang dapat kita lihat pada pergelaran HUT DKI Jakarta.

Berdasarkan wawancara singkat dengan pedagang bubur Ase Bang Lopi, wirausaha kuliner bubur Ase yang terkenal dan tersisa satu berlokasi di Jl. Kebon Kacang 9, Tanah Abang, Jakarta. Kata Ase merupakan singkatan dari asinan dan semur yang disajikan dengan bubur putih dicampur dengan asinan kemudian disiramkan kuah dari semu berisikan tahu dan daging, kemudian diberikan topping krupuk, emping, dan kacang goreng. Rasa yang ditawarkan adalah rasa asam, manis dan gurih dalam satu porsi makan.

Kurangnya pengetahuan masyarakat akan keberadaan kuliner bubur ase ini juga berpengaruh pada jumlahnya penjual yang sedikit berjualan kuliner bubur ase. Dalam upaya membina wirausaha kuliner khususnya wirausaha kuliner bubur ase, seksi pembinaan ekonomi kreatif DKI Jakarta memberikan pembinaan kewirausahaan terpadu, yang dikenal dengan istilah Jakpreneur. Program Jakpreneur memiliki platform kreasi, fasilitasi dan kolaborasi yang mencakup peran sebagai motivator, fasilitator dan dinamisator.

Pelaku usaha yang telah bergabung dalam program ini akan mendapatkan manfaat seperti pemberian izin usaha resmi, pelatihan-pelatihan yang sifatnya membangun dan mengembangkan pelaku usaha, pendampingan usaha, pemberian akses pemodal hingga dukungan berupa promosi dan publikasi. Berdasarkan wawancara dengan pedagang bubur Ase diketahui bahwa belum pernah mendengar dan atau mengikuti program Jakpreneur.

Berdasarkan pemaparan diatas diketahui bahwa masih dibutuhkannya pengembangan keahlian dan keterampilan pedagang bubur Ase sehingga dilaksanakannya kegiatan pembinaan pelaku usaha bubur ase untuk mengembangkan wisata kuliner di DKI Jakarta.

METODE

Lokasi dilakukan di DKI Jakarta dengan bantuan seksi pembinaan ekonomi kreatif Disparekraf DKI Jakarta. Pelaksanaan dilakukan dari bulan Oktober 2021 hingga Maret 2022. Penyampaian pelatihan dilakukan secara persuasive dan kualitas menggunakan metode pemaparan materi, wawancara, observasi, dokumentasi pelaksanaan.

HASIL

Tahapan dilakukan mulai dari pendaftaran, pelatihan, pendampingan dari Pendamping Kelayakan Pangan (PKP), fasilitasi perijinan, fasilitasi pemasaran, pelatihan manajemen pelaporan keuangan, dan pelatihan akses permodalan.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pelaku usaha bubur ase, Bang Lopi telah berjualan selama 20 tahun menggunakan gerobakan sederhana. Masih belum optimalnya pembinaan yang kena sasaran membuat pembinaan pelaku usaha bubur ase tidak berjalan lancar. Dikarenakan berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pelaku usaha bubur ase belum mendapatkan informasi mengenai program Jakpreneur dan dukungan yang diberikan dari pihak Dinas Pariwisata Disparekraf DKI Jakarta belum diketahui oleh pelaku usaha bubur ase, yang hanya tersisa satu di DKI Jakarta yaitu Bang Lopi.

Nama Bang Lopi diambil sesuai dengan nama sang pedagang yang merupakan generasi ke-3 selama kurang lebih 20 tahun berjualan bubur ase selama 2001 hingga saat ini.



Bubur ase menjadi makanan yang uni karena kuliner tradisional ini memiliki paduan dimana bubur putih yang kental dan halus dicampur dengan tauge, sawi asin dan potongan timun lalu diberi bumbu asinan, kemudian disiram dengan kuah semur yang berisikan tahu dan daging. Paduan rasa yang unik tercampur menjadi satu asin, manis dan asam. Dibandrol dengan harga Rp 15,000 per porsi.

DISKUSI

Disparekraf DKI Jakarta melalui seksi pembinaan ekonomi kreatif telah berupaya mengembangkan wisata kuliner bubur Ase sebagai motivator, fasilitator, dan dinamosator. Program Jakpreneur diperuntukkan pelaku-pelaku usaha dengan menawarkan manfaat berupa pembinaan pelatihan yang bersifat membangun dan mengembangkan usaha yang dilakukan oleh Pendamping Kelayakan Pangan (PKP), seperti pengemasan hingga promosi secara digital.

Upaya yang dilakukan dengan mengajak pelaku usaha bubur Ase untuk mendaftar program Jakpreneur dianggap belum optimal yang terlihat pada terkenadalanya pembaharuan web sehingga tertahan pada tahapan penginputan data Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) sehingga masih terhambat pada tahap proses selanjutnya.

Program-program pelatihan dasar dan lanjutan serta pendampingan usaha seperti pemasaran, perizinan, permodalan, pelaporan keuangan juga masih terkendala dalam mengakses website Jakpreneur sehingga penginputan data pelaku usaha belum dapat diproses ke tahap selanjutnya hanya baru tahap pendataan saja.

Program Jakpreneur merupakan program yang teruntukkan bagi para pelaku usaha, namun dikarenakan masih kurangnya pengoperasioanal yang berjalan lancar dan kurangnya publikasi menyebabkan pedagang bubur Ase tidak mengetahui adanya program ini sebatas pendataan pelaku usaha yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Oleh sebab itu, pembinaan pelaku usaha kuliner bubur ase belumlah optimal dilakukan. Perencanaan program Jakpreneur yang sudah baik namun belum didukung dengan operasional yang cukup optimal sehingga terkesan pelaku usaha belum mendapatkan dukungan dari pemerintah terlihat dari hasil wawancara dengan pihak pedagang bubur Ase yang mengatakan belum adanya dukungan dan pemodalannya dari pihak pemerintah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis ditemukan masih adanya kendala dalam pembinaan pelaku usaha bubur ase dalam mengembangkan wisata kuliner di DKI Jakarta dikarenakan operasional yang tersendat sehingga pedagang belum merasakan adanya dukungan dari pemerintah. Upaya program Jakpreneur yang sudah sangat baik dengan mengajak pedagang bubur ase mendaftarkan usahanya dalam program Jakpreneur. Setelah website Jakpreneur diperbaiki maka selanjut pelaku usaha bubur ase dapat melakukan dan mengikuti tahapan selanjut dalam program Jakpreneur.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim mengucapkan terima kasih kepada dukungan moral dan spirit kepada Universitas nasional yang telah membantu hingga terlaksananya kegiatan ini.



DAFTAR REFERENSI

- [1] Anggraeni, D. F., & Fadlurrahman, M. P. . (2017). Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Pengembangan Objek Wisata. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Nefaea (JMAN)*, 02(01).
- [2] Ardiansyah, A., & Sutedjo, A. (2019). Analisis Potensi Objek Wisata Di Kabupaten Banyuwangi Selatan Untuk Menjadi Pusat Pertumbuhan Kepariwisata. *Swara Bhumi*, 2(1).
- [3] Ariawan, Joko. (2022). Peranana Manajemen SDM Sebagai Kebangkitan UMKM di Tengah Pandemi Pada Komunitas UMKM Pasar Lama Di Kota Tangerang. *Jurnal Pengabdian Mandiri Vol 1 No. 3 Maret 2022*
- [4] Cemporaningsih, E., Raharjana, D. T., & Damanik, J. (2020). Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 106.
- [5] Dewi, L. (2020). Resilience Ecotourism in Papua Amid Covid 19 Pandemic. *E-Journal of Tourism*, 7(2), 250.
- [6] Efendi, M. Johan, Yuyu, JNS, Zenita, A. dkk. (2022). Pendampingan dan Fasilitasi Pengelolaan Hotel dan Homestay di Kota Mojokerto untuk Mendapatkan SLO. *Jurnal Pengabdian Mandiri Vol 1 No. 3 Maret 2022*
- [7] Indriani, S. P., & Apriliya, S. (2019). PEDADIDAKTIKA: JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR Pengembangan Buku Cerita Anak tentang Makanan Tradisional Nasi Cikur Khas Tasikmalaya untuk Siswa Sekolah Dasar. *Pedadidaktika : Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(1), 175–189.
- [8] Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021a). Indonesia Menjadi Inisiator Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia. [Kemenparekraf.Go.Id.https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Menjadi-Inisiator-Tahun-Internasional-Ekonomi-Kreatif-Dunia](https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Menjadi-Inisiator-Tahun-Internasional-Ekonomi-Kreatif-Dunia)
- [9] Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021b). Menparekraf: kuliner penyumbang terbesar PDB ekonomi kreatif. [Kemenparekraf.Go.Id.https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/menparekraf-kulinerpenyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/](https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/menparekraf-kulinerpenyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/)
- [10] Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1).
- [11] Lestari, L., & Tripalupi, L. E. (2021). Analisis SWOT Potensi dan Daya Tarik 68 Wisata Osing Kemiren Dalam Rangka Pengembangan Desa Adat Osing
- [12] Kemiren Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi Tahun 2021. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 328.
- [13] Muhaimin, Suti'ah, & Sugeng Listyo Prabowo. 2010. *Manajemen Pendidikan: Aplikasi dalam penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [14] Makmun dan Rifki Ismayadi Sidik. (2019). Budaya Pada Suku Pedalaman Baduy Luar. 3(2), 193–203.
- [15] Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 49–56.
- [16] Nuansya, A. (2017). Daya Tarik Wisata Budaya Festival Cian Cui Di Kota Selat Panjang



- Provinsi Riau. Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial. Jom Fisip, 4(2).
- [17] Nurdin, S., Apriani, F., & Zulfiani, D. (2019). Pembinaan Pedangang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda. 7, 8384–8395.
- [18] Pratiwi, N. K. O. (2019). Analisis Swot Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar Tahun 2017. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 11(1), 95.
- [19] Primadany, S. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk).
- [20] Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya, 1(4), 135–143.
- [21] Sari, A.P., Pelu, M. F, et.all. (2020). Ekonomi Kreatif. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.69
- [22] Sugiyono.(2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- [23] Syarifuddin, D., M. Noor, C., & Rohendi, A. (2017). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisaya. Abdimas, 1(1), 4–8.
- [24] Wulandari, S., & Anggraeni, Y. (2018). Peran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Pelestarian Serta Pengembangan Kebudayaan Dayak Simpakng (Simpang) Di Kecamatan Simpang Dua Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat. Jurnal MSDM, Vol. 5(No. 2), 157 – 174.

670

JPM

Jurnal Pengabdian Mandiri

Vol.1, No.4, April 2022



HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN