

STRATEGI PENGELOLA WISATA KULINER PASAR KAMU DALAM PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA DI DESA DENAI LAMA

Carissa Mumtaza Nasution¹, Sudirman²

^{1, 2}Universitas Negeri Medan, Jl. William Iskandar Ps. V, Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia
Email: carissamumtaza29@gmail.com

Article History

Received: 19-07-2026

Revision: 23-08-2026

Accepted: 27-08-2026

Published: 31-08-2026

Abstract. This study aims to describe the strategies of culinary tourism managers at Pasar Kamu in empowering business actors in terms of customer service in Denai Lama Village, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency. The study is motivated by differences in service quality among business actors, which could potentially affect visitor experience. The research uses a qualitative method with a case study type. The research subjects consist of one manager and two business actors selected through purposive sampling. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, with data validity tested through technique triangulation. The research results show that: (1) the managers formulate strategies by identifying service problems and agreeing on the 5S standards (Smile, Greet, Salute, Polite, Courteous) together with business actors through deliberation forums; (2) the managers implement the strategies through regular guidance such as briefings, post-operation discussions, and Wednesday night meetings, as well as direct supervision during operational activities; and (3) the managers carry out continuous evaluations through discussions with business actors to assess service developments. The evaluation results show positive changes in service behavior for both business actors, although the implementation of the 5S principles is not yet fully consistent in a busy market setting. This study concludes that a participatory, continuous, and guidance-oriented empowerment strategy is able to improve the service capacity of business actors in village-based culinary tourism destinations.

Keywords: Management Strategy; Empowerment of Business Actors; Customer Service; Culinary Tourism; Tourism Village

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pengelola wisata kuliner Pasar Kamu dalam memberdayakan pelaku usaha pada aspek pelayanan konsumen di Desa Denai Lama, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perbedaan mutu pelayanan antar pelaku usaha yang berpotensi memengaruhi pengalaman pengunjung. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Subjek penelitian terdiri dari satu orang pengelola dan dua orang pelaku usaha yang dipilih secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dengan keabsahan data diuji melalui triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengelola merumuskan strategi dengan mengidentifikasi permasalahan pelayanan dan menyepakati standar 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun) bersama pelaku usaha melalui forum musyawarah; (2) pengelola mengimplementasikan strategi melalui pembinaan rutin berupa briefing, diskusi pascaoperasional, dan pertemuan Malam Rabu, serta pengawasan langsung selama kegiatan operasional; dan (3) pengelola melakukan evaluasi secara berkelanjutan melalui diskusi bersama pelaku usaha untuk menilai perkembangan pelayanan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan perilaku pelayanan yang positif pada kedua pelaku usaha, meskipun penerapan prinsip 5S belum sepenuhnya konsisten pada kondisi pasar yang ramai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemberdayaan yang partisipatif, berkelanjutan, dan berorientasi pembinaan mampu meningkatkan kapasitas pelayanan pelaku usaha di destinasi wisata kuliner berbasis desa.

Kata Kunci: Strategi Pengelolaan; Pemberdayaan Pelaku Usaha; Pelayanan Konsumen; Wisata Kuliner; Desa Wisata

How to Cite: Nasution, C. M & Sudirman. (2026). Strategi Pengelola Wisata Kuliner Pasar Kamu dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha di Desa Denai Lama. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (4), 5791-5801. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i4.7154>

PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu upaya dalam mendorong pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal yang dimiliki desa. Berbagai kebijakan pemerintah telah mendorong pengembangan desa wisata sebagai bagian dari pembangunan berbasis masyarakat. Dalam pelaksanaannya, pengembangan desa wisata tidak hanya bertujuan meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga memperluas kesempatan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ekonomi lokal (Hafshah & Hasanah, 2024). Namun, pengembangan desa wisata masih menghadapi berbagai tantangan, terutama pada aspek pengelolaan destinasi dan pemberdayaan masyarakat agar mampu berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan wisata.

Salah satu sektor yang berkembang dalam pengembangan desa wisata adalah wisata kuliner. Wisata kuliner tidak hanya memberikan pengalaman kepada wisatawan melalui makanan khas daerah, tetapi juga menjadi sarana pelestarian budaya sekaligus membuka peluang usaha bagi masyarakat (Hakim, A., 2024). Keberhasilan wisata kuliner tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang disajikan, tetapi juga dipengaruhi oleh strategi pengelolaan destinasi serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Oleh karena itu, pengelola memiliki peran penting dalam memberdayakan pelaku usaha agar mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengunjung.

Desa Denai Lama, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu desa yang memanfaatkan potensi lokal berupa produk pertanian, UMKM, dan kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata. Salah satu destinasi unggulannya adalah Pasar Kamu, yang mengangkat konsep wisata kuliner berbasis budaya lokal dengan sistem transaksi menggunakan alat tukar tradisional berupa kepingan tempurung kelapa yang disebut Tempu. Pasar Kamu menyajikan berbagai kuliner tradisional, seperti gatot, tiwul, kue rasida, dan kue dangai, serta didukung oleh suasana pasar yang alami dengan iringan musik tradisional. Keunikan tersebut menjadikan Pasar Kamu sebagai salah satu destinasi wisata berbasis masyarakat yang melibatkan pelaku usaha lokal dalam kegiatan ekonomi wisata.

Berdasarkan hasil pra-observasi dan wawancara dengan pengelola, masih ditemukan variasi mutu pelayanan antar pelaku usaha di Pasar Kamu. Sebagian pelaku usaha telah bersikap proaktif dan komunikatif dalam melayani pengunjung, sedangkan sebagian lainnya masih cenderung pasif dan kurang melibatkan diri dalam interaksi dengan pengunjung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum diterapkan secara merata. Padahal, pelayanan merupakan salah satu aspek penting yang memengaruhi pengalaman pengunjung sekaligus keberlangsungan usaha pelaku usaha. Dalam proses pemberdayaan, pengelola tidak

hanya berperan menyediakan sarana dan prasarana, tetapi juga melakukan pembinaan dan pengawasan sebagai upaya meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi pengelolaan dan pemberdayaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelaku usaha. Lintang Sari dan Mas'adah (2024) menemukan bahwa strategi pengelolaan UMKM pada sentra wisata kuliner mampu meningkatkan kualitas pelayanan, pengelolaan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan diversifikasi produk. Hafshah dan Hasanah (2024) menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha, sedangkan Wulandari dkk. (2021) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada wisata kuliner kreatif. Meskipun demikian, penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji bagaimana strategi pengelola dirumuskan, diimplementasikan melalui pembinaan dan pengawasan, serta dievaluasi dalam memberdayakan pelaku usaha pada aspek pelayanan konsumen di destinasi wisata berbasis masyarakat seperti Pasar Kamu. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pengelola Wisata Kuliner Pasar Kamu dalam memberdayakan pelaku usaha pada aspek pelayanan konsumen yang meliputi perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Pendidikan Masyarakat, khususnya mengenai strategi pemberdayaan pelaku usaha berbasis potensi lokal, serta menjadi referensi bagi pengelola destinasi wisata dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen desa.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui jenis studi kasus, yang dipilih karena bertujuan mengkaji secara mendalam strategi pengelola dalam pemberdayaan pelaku usaha pada aspek pelayanan konsumen di Pasar Kamu Desa Denai Lama. Peneliti berperan sebagai instrumen utama (human instrument) yang secara aktif terlibat dalam mengamati, memahami, dan menafsirkan fenomena di lapangan. Penelitian dilaksanakan di Pasar Kamu, Desa Denai Lama, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, dalam rentang waktu Mei sampai dengan Juli 2026. Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu satu orang pengelola Pasar Kamu dan dua orang pelaku usaha yang aktif berjualan, dengan pertimbangan keterlibatan langsung mereka dalam pelaksanaan dan penerimaan strategi pemberdayaan pelayanan. Objek penelitian adalah strategi pengelola wisata kuliner dalam memberdayakan

pelaku usaha, khususnya pada aspek pelayanan konsumen, meliputi bentuk pembinaan, pendampingan, dan pengawasan.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung terhadap praktik pelayanan pelaku usaha, wawancara mendalam dengan pedoman terbuka yang disusun berdasarkan indikator perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi, serta dokumentasi berupa foto kegiatan dan rekaman wawancara sebagai data pendukung sekaligus alat cross-check terhadap data observasi dan wawancara. Instrumen pendukung yang digunakan meliputi pedoman observasi, pedoman wawancara, catatan lapangan, serta alat perekam dan kamera. Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2022) yang terdiri atas empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, dan penarikan kesimpulan yang diverifikasi melalui pengecekan ulang dan perbandingan antar sumber. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi teknik, yaitu membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap sumber yang sama untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan penelitian

HASIL

Penelitian dilaksanakan di Pasar Kamu yang berlokasi di kawasan pedesaan Desa Denai Lama dengan suasana khas persawahan. Keunikan Pasar Kamu terletak pada sistem transaksi menggunakan alat tukar tradisional “Tempu” serta sajian kuliner tradisional seperti gatot, tiwul, kue rasida, dan kue dangai yang diiringi musik tradisional. Informan penelitian berjumlah tiga orang, yaitu FM (20 tahun) sebagai pengelola, EK (23 tahun) sebagai pelaku usaha 1, dan MS (35 tahun) sebagai pelaku usaha 2. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa seluruh pelaku usaha telah menerapkan standar bahan pangan sesuai prinsip 5P (tanpa pewarna, pemanis, pengawet, perisa, dan pengenyal buatan), sehingga aspek kualitas produk telah berjalan sesuai ketentuan. Namun demikian, pelayanan pelaku usaha masih belum sepenuhnya seragam: sebagian besar telah menerapkan unsur Sopan dan Santun, tetapi belum konsisten pada unsur Senyum dan Sapa, sehingga interaksi awal dengan pengunjung belum optimal. Kondisi inilah yang menjadi dasar strategi pemberdayaan pengelola, yang terbagi ke dalam tiga tahap sebagai berikut.

Perumusan Strategi: Standar Pelayanan 5S serta Pembinaan dan Pengawasan

Perumusan strategi diawali dengan identifikasi kondisi pelayanan melalui pemantauan langsung, yang menemukan bahwa sebagian pelaku usaha belum terbiasa menyapa pengunjung, kurang cepat merespons, serta belum seragam dalam cara melayani. Masukan dari

pengunjung mengenai keramahan pelaku usaha turut menjadi bahan pertimbangan. Temuan tersebut dibawa ke forum musyawarah bersama seluruh pelaku usaha di teras Pasar Kamu, tempat pengelola menyampaikan hasil pemantauan tanpa mengarah pada pelaku usaha tertentu, dan seluruh pelaku usaha diberi kesempatan menyampaikan pengalaman serta kendala pelayanan yang dihadapi.

Hasil musyawarah menghasilkan dua keputusan penting. Pertama, disepakati standar pelayanan berupa prinsip 5S, yaitu Senyum, Sapa, Salam, Sopan, dan Santun, sebagai pedoman bersama agar pelayanan seluruh pelaku usaha memiliki kualitas yang relatif seragam sesuai karakter Pasar Kamu sebagai destinasi wisata kuliner yang mengutamakan keramahan. Kedua, disepakati bahwa penerapan prinsip 5S perlu didukung mekanisme pembinaan (berupa arahan, pengingat, dan pemberian contoh penerapan 5S) serta pengawasan (berupa pemantauan langsung terhadap aktivitas pelayanan di setiap lapak) agar standar tersebut diterapkan secara konsisten.

Perumusan standar ini kemudian disesuaikan dengan kondisi masing-masing pelaku usaha. Pelaku usaha 1 telah menerapkan unsur Sopan dan Santun dengan baik, tetapi masih pasif pada unsur Senyum, Sapa, dan Salam, cenderung menunggu pengunjung memulai percakapan karena belum terbiasa berjualan di lingkungan wisata dan menganggap keputusan membeli sepenuhnya berada di tangan pengunjung. Pelaku usaha 2 telah menerapkan unsur Senyum, Salam, Sopan, dan Santun, tetapi ketika melayani beberapa pengunjung secara bersamaan, perhatian lebih terfokus pada pembeli yang sedang bertransaksi sehingga pengunjung lain belum memperoleh respons awal, bahkan beberapa di antaranya meninggalkan lapak tanpa menunggu giliran.

Implementasi Strategi: Penerapan 5S melalui Pembinaan dan Pengawasan

Pembinaan melalui Pertemuan Rutin

Pembinaan dilaksanakan melalui tiga forum. Briefing dilaksanakan setiap hari operasional sekitar pukul 06.00 WIB di teras Pasar Kamu, mencakup arahan umum kesiapan operasional serta penguatan prinsip 5S. Kepada pelaku usaha (1) pengelola mengingatkan agar memberikan sapaan terlebih dahulu ketika pengunjung mendekati lapak, disertai contoh sapaan ramah tanpa kesan memaksa. Kepada pelaku usaha, (2) pengelola membimbing cara memberikan perhatian kepada pengunjung baru meski sedang melayani pembeli lain, misalnya melalui senyuman, anggukan kepala, atau ucapan singkat bahwa pengunjung akan segera dilayani.

Diskusi setelah kegiatan operasional dilaksanakan sekitar pukul 11.30 WIB setelah seluruh pelaku usaha membereskan lapak. Pengelola menyampaikan hasil pemantauan terkait kebersihan, penataan, dan aspek pelayanan secara umum tanpa menyebut identitas pelaku usaha tertentu, kemudian memberikan arahan khusus kepada pelaku usaha 1 dan 2 sesuai kendala masing-masing dalam menerapkan prinsip 5S. Pertemuan Malam Rabu dilaksanakan di luar hari operasional sebagai forum penguatan komitmen terhadap standar pelayanan, kebersihan lapak, dan kesiapan produk untuk kegiatan operasional berikutnya. Pada forum ini, pengelola kembali menekankan pentingnya penerapan Senyum, Sapa, dan Salam sejak awal interaksi kepada pelaku usaha 1, serta pentingnya menjaga perhatian terhadap pengunjung yang menunggu kepada pelaku usaha 2.

Pengawasan Selama Kegiatan Operasional

Pengawasan dilakukan pengelola dengan berkeliling ke seluruh area pasar sejak sekitar pukul 07.00 WIB hingga kegiatan selesai, mengamati langsung pelayanan pelaku usaha 1 dan 2. Ketika pelaku usaha 1 masih terlihat menunggu pengunjung memulai percakapan, pengelola mendatangi lapak pada saat suasana tidak ramai dan mengajak berbincang secara santai mengenai pentingnya menyapa lebih dahulu, sekaligus mendorong pembiasaan bertahap. Ketika pelaku usaha 2 belum sempat memberikan respons awal karena tengah melayani pembeli lain, pengelola mengingatkan secara personal setelah pelayanan selesai agar tetap memberikan tanda perhatian sederhana kepada pengunjung yang menunggu. Pendekatan pengawasan ini bersifat personal dan tidak menegur di hadapan pengunjung, sehingga hasil pengawasan sekaligus menjadi dasar pembinaan lanjutan bagi kedua pelaku usaha.

Evaluasi Strategi

Evaluasi dilakukan pengelola setelah kegiatan operasional selesai melalui diskusi bersama pelaku usaha, dengan membahas hasil pengawasan yang telah diperoleh selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi ini kemudian disampaikan kembali pada pertemuan Malam Rabu dan briefing minggu berikutnya sebagai pengingat berkelanjutan. Pada pelaku usaha 1, evaluasi menunjukkan penerapan Senyum, Sopan, dan Santun sudah baik, namun pelaku usaha masih sesekali menunggu pengunjung memulai percakapan. Dalam diskusi evaluasi, pelaku usaha mengakui belum sepenuhnya percaya diri untuk membuka komunikasi lebih dahulu, sehingga pengelola meminta pembiasaan menyapa secara bertahap dan terus memantau perkembangannya. Pada pelaku usaha 2, evaluasi menunjukkan pelayanan kepada pembeli yang sedang bertransaksi sudah baik, tetapi ketika pasar ramai, respons awal kepada

pengunjung baru terkadang terlewat karena perhatian terfokus pada pembeli yang sedang dilayani. Pelaku usaha menjelaskan hal ini terjadi bukan karena kesengajaan, melainkan akibat melayani beberapa pengunjung sekaligus, sehingga pengelola meminta pembiasaan memberi perhatian sederhana kepada pengunjung yang menunggu.

Hasil evaluasi ini diperkuat oleh observasi lanjutan yang menunjukkan adanya perkembangan positif: pelaku usaha 1 mulai lebih terbiasa membuka komunikasi dengan pengunjung, dan pelaku usaha 2 mulai lebih sering memberi perhatian kepada pengunjung baru meski sedang melayani pembeli lain. Meskipun demikian, penerapan prinsip 5S belum sepenuhnya konsisten pada kondisi pasar yang ramai—pelaku usaha 1 pada situasi tertentu masih menunggu pengunjung memulai percakapan, sedangkan pelaku usaha 2 kadang belum sempat memberi sapaan awal karena volume pengunjung yang tinggi. Atas dasar temuan ini, pengelola tetap mempertahankan siklus pembinaan dan pengawasan rutin sebagai mekanisme perbaikan berkelanjutan pada setiap kegiatan operasional berikutnya.

Tabel 1. Ringkasan strategi pengelola dalam pemberdayaan pelayanan pelaku usaha

Tahap Strategi	Standar 5S	Pembinaan	Pengawasan
Perumusan	Menyepakati prinsip Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun melalui forum musyawarah sebagai standar pelayanan bersama.	Menentukan arah pembinaan sesuai kendala tiap pelaku usaha yang teridentifikasi dari pemantauan awal.	Menetapkan mekanisme pengawasan lapangan sebagai pendukung penerapan standar 5S.
Implementasi	Penerapan 5S dipraktikkan dan diperkuat dalam setiap forum: briefing, diskusi pascaoperasional, pertemuan Malam Rabu.	Briefing, diskusi pascaoperasional, dan pertemuan Malam Rabu sebagai wadah arahan dan contoh penerapan pelayanan.	Pemantauan langsung berkeliling area pasar dengan pendekatan personal dan non-konfrontatif.
Evaluasi	Menilai konsistensi penerapan 5S pada tiap pelaku usaha, termasuk pada kondisi pasar ramai.	Hasil evaluasi disampaikan kembali pada pertemuan rutin sebagai pengingat dan penguatan.	Hasil pengawasan menjadi dasar penilaian perkembangan dan tindak lanjut pembinaan.

DISKUSI

Perumusan Strategi Pengelola

Perumusan strategi yang dilakukan pengelola Pasar Kamu menunjukkan proses perencanaan yang sistematis, karena penyusunan strategi diawali dengan identifikasi permasalahan pelayanan di lapangan sebelum menetapkan langkah-langkah kepada pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tidak disusun berdasarkan asumsi semata,

melainkan berangkat dari kondisi nyata operasional. Pengelola juga tidak hanya menetapkan standar 5S, tetapi turut menentukan mekanisme pembinaan dan pengawasan sebagai jaminan keberlangsungan penerapannya. Temuan ini sejalan dengan David (2017) yang menyatakan bahwa perumusan strategi merupakan tahap awal manajemen strategi melalui penetapan tujuan dan kebijakan sebagai dasar pelaksanaan. Keterlibatan pelaku usaha dalam forum musyawarah merupakan kekuatan penting proses ini, karena membuat standar pelayanan yang dirumuskan lebih sesuai dengan kondisi lapangan dan berpotensi meningkatkan komitmen pelaku usaha dalam menerapkannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Sari dkk. (2023) yang menegaskan bahwa pemberdayaan menempatkan masyarakat sebagai subjek yang dilibatkan aktif dalam perencanaan agar keputusan lebih mudah diterima dan dijalankan bersama.

Implementasi Strategi Pengelola

Implementasi strategi menunjukkan bahwa pemberdayaan tidak berhenti pada penyampaian aturan, tetapi disertai upaya memastikan penerapannya melalui pembinaan dan pengawasan yang berkesinambungan. Pembinaan berperan meningkatkan pemahaman pelaku usaha, sedangkan pengawasan memastikan pemahaman tersebut terwujud dalam praktik sehari-hari. Pelaksanaan pembinaan secara rutin melalui briefing, diskusi pascaoperasional, dan pertemuan Malam Rabu mencerminkan komitmen pengelola dalam mendorong proses belajar berkelanjutan, sejalan dengan pendapat Widjaja (2003, dalam Darwis dkk., 2021) bahwa pemberdayaan adalah proses meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu mengembangkan potensi dan menyelesaikan permasalahan secara mandiri.

Pendekatan pengawasan yang bersifat personal dan tidak menegur di hadapan pengunjung menunjukkan bahwa proses pemberdayaan lebih mengutamakan pembinaan daripada sanksi, sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi pelaku usaha untuk menerima masukan. Hal ini sejalan dengan pandangan Osterwalder dan Pigneur (dalam Amir, 2022) bahwa pemberdayaan tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga pembentukan sikap dan perilaku yang mendukung perkembangan usaha. Meski demikian, penerapan 5S belum sepenuhnya konsisten pada kondisi pasar ramai, yang merupakan hal wajar mengingat perubahan perilaku pelayanan membutuhkan proses pembiasaan, sejalan dengan Anggraini dan Yana (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan penyedia layanan memberikan interaksi sesuai harapan konsumen secara konsisten.

Evaluasi Strategi

Evaluasi yang dilakukan pengelola menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan tidak berhenti pada tahap pelaksanaan, melainkan diikuti penilaian perkembangan pelayanan secara berkelanjutan melalui diskusi pascaoperasional yang hasilnya kembali diingatkan pada forum rutin berikutnya. Hal ini sejalan dengan David (2017) bahwa evaluasi strategi merupakan proses menilai efektivitas strategi sekaligus dasar perbaikan pada periode berikutnya. Perubahan perilaku pelayanan pada kedua pelaku usaha setelah mengikuti pembinaan dan pengawasan rutin pelaku usaha 1 mulai lebih berani membuka komunikasi, dan pelaku usaha 2 mulai membiasakan memberi perhatian kepada pengunjung lain—menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan pengelola mulai memberikan dampak nyata, sejalan dengan Widjaja (2003, dalam Darwis dkk., 2021) bahwa pemberdayaan meningkatkan kemampuan individu mengembangkan potensi dan memperbaiki cara bertindak dalam usahanya. Kendala konsistensi pada kondisi pasar ramai bukan menunjukkan kegagalan strategi, melainkan tantangan wajar dalam proses pembiasaan yang menjadi dasar bagi pengelola untuk terus melakukan evaluasi, pembinaan, dan pengawasan lanjutan.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat gagasan bahwa strategi pemberdayaan yang partisipatif, berkelanjutan, dan berorientasi pembinaan mampu membentuk perubahan perilaku pelayanan secara bertahap, meskipun konsistensi penuh membutuhkan waktu dan pengulangan. Model pembinaan berbasis kekeluargaan yang diterapkan di Pasar Kamu—melalui briefing harian, diskusi pascaoperasional, dan pertemuan mingguan—menunjukkan bahwa strategi pengelolaan wisata desa skala kecil dapat efektif tanpa memerlukan pendekatan formal yang kaku, sepanjang dilakukan secara konsisten dan disertai keterlibatan aktif pelaku usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan pelaku usaha melalui standar pelayanan 5S, pembinaan rutin, pengawasan, dan evaluasi berkelanjutan dapat mendorong perubahan positif dalam perilaku pelayanan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan pada wisata kuliner berbasis masyarakat perlu dilakukan secara bertahap melalui pendampingan dan pembiasaan, bukan hanya melalui pemberian aturan. Implikasi praktisnya, pengelola perlu mempertahankan pembinaan dan pengawasan secara konsisten serta menyusun panduan pelayanan 5S sebagai acuan bersama. Bagi pelaku usaha, penerapan 5S perlu terus dibiasakan, terutama ketika kondisi pasar ramai. Dalam konteks Pendidikan Masyarakat, temuan ini menunjukkan bahwa proses pemberdayaan melalui praktik, pendampingan, dan evaluasi dapat menjadi pendekatan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha wisata berbasis potensi lokal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengelola Wisata Kuliner Pasar Kamu dalam memberdayakan pelaku usaha pada aspek pelayanan konsumen dilaksanakan melalui tiga tahap yang saling berkaitan, yaitu perumusan, implementasi, dan evaluasi. Perumusan strategi dilakukan secara sistematis dengan mengidentifikasi permasalahan pelayanan, melibatkan pelaku usaha dalam forum musyawarah, dan menyepakati prinsip 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun) sebagai standar pelayanan yang didukung mekanisme pembinaan dan pengawasan. Implementasi strategi dilaksanakan secara berkelanjutan melalui briefing, diskusi pascaoperasional, dan pertemuan Malam Rabu sebagai bentuk pembinaan, serta pemantauan langsung yang bersifat personal dan non-konfrontatif sebagai bentuk pengawasan. Evaluasi strategi dilakukan secara rutin melalui diskusi bersama pelaku usaha untuk menilai perkembangan pelayanan dan merumuskan tindak lanjut pembinaan pada periode berikutnya.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan perilaku pelayanan yang positif pada kedua pelaku usaha, meskipun penerapan prinsip 5S belum sepenuhnya konsisten, terutama pada kondisi pasar yang ramai. Dengan demikian, strategi pemberdayaan yang diterapkan pengelola Pasar Kamu telah berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas pelayanan pelaku usaha melalui proses yang terencana, berkelanjutan, dan partisipatif. Bagi pengelola, disarankan untuk meningkatkan keteraturan evaluasi dan menyusun panduan pelayanan tertulis. Bagi pelaku usaha, disarankan untuk terus membiasakan penerapan prinsip 5S secara konsisten. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan melibatkan informan pengunjung serta mengkaji lokasi maupun aspek pemberdayaan lain guna memperkaya kajian strategi pengelolaan wisata desa.

REFERENSI

- Achiel, N. S., & Taufik, M. (2022). Wisata kuliner. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Amir, A. (2022). Pemberdayaan socio entrepreneurs pada usaha pensuteraan di Sulawesi Selatan. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat*, 3, 395–401.
- Anggraini, R., & Yana, M. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, tempat, dan kualitas makanan khas Melayu terhadap kepuasan pelanggan wisata kuliner di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.697>
- Auliya, A., & Mona, N. (2020). Pengembangan kreativitas kuliner sebagai elemen daya tarik wisata Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(3).
- Darwis, R. S., Saffana, S. R., Miranti, Y. S., & Yuandina, S. (2021). Kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan masyarakat. *Pekerjaan Sosial*, 4(2), 135–147.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson.
- Hafshah, A. R., & Hasanah, D. I. (2024). Efektivitas program pemberdayaan masyarakat bagi pelaku usaha mikro kecil menengah di Desa Soreang Kabupaten Bandung. *Jurnal Retor*.

- Hakim, A. N. (2024). Strategi pengembangan dan pengelolaan pariwisata. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ekonomi dan Kewirausahaan Indonesia*, 3(6).
- Hasibuan, V. Y., Yusrizal, & Jannah, N. (2023). Analisis pengembangan wisata kuliner Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 7(4), 1088–1113.
- Ilyas, I., dkk. (2023). Manajemen strategi. Azka Pustaka.
- Junaid, I. (2023). Tantangan dan strategi pengelolaan desa wisata. *Jurnal Mandalika*, 2(2), 1–15.
- Karim, S. A., & Christina, C. (2010). Culinary tourism as a destination attraction. *Universiti Teknologi MARA*.
- Krisnadi, A. R., & Natalia, D. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan berdasarkan komponen destinasi wisata di kawasan wisata kuliner.
- Kusnadi, J. P., Widagdo, A. K., Sutiadiningsih, A., & Rizkiyah, N. F. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di sentra wisata kuliner Ketintang Surabaya. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 7319–7326.
- Lintangsari, D. P., & Mas'adah. (2024). Strategi pengelolaan UMKM dalam meningkatkan pengunjung di sentra wisata kuliner (Studi kasus: Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun). *Jurnal Ekono Insentif*, 18(2), 74–82.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis* (3rd ed.). Sage Publications.
- Sari, N. (2022). Strategi pengelolaan wisata pada kawasan strategis nasional. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 4(2), 76–90.
- Sari, N. (2023). Strategi pengembangan wisata desa berkelanjutan. *Jurnal Manajerial UMG*, 8(2), 105–120.
- Sopial, P., Munir, S., & Sunarti. (2025). Pengelolaan BUMDes "Cijeungjing Berdikari" sebagai penggerak perekonomian desa. *Jurnal Sains Student Research*, 3(6), 361–367.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif dan konstruktif*. Alfabeta.
- Wijayanti, A. (2020). Pariwisata kuliner sebagai daya tarik wisata berbasis pengalaman gastronomi. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(1), 1–8.
- Wulandari, Shafirayana, & Setyawati. (2021). Menciptakan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang: Studi empiris pada bisnis wisata kuliner kreatif. *Praxis: Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat dan Jejaring*.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan & pengembangan pariwisata*. PT Pradnya Paramita