



Sosialisasi Pentingnya mengadakan Souvenir dan Kuliner Ciri Khas Kawasan Wisata di Bukit Lawang

Dissemination of the Importance of Providing Souvenirs and Culinary Characteristics of Tourist Areas in Bukit Lawang

Chairina¹, Ismayani², Muhammad Sahid³, Anto Tulim⁴, Ridwan Nasution⁵, Rini⁶

^{2,5,6}Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana Medan

⁴Universitas Mikroskil

³Politeknik Adiguna Maritim Indonesia Medan

*Corresponding Author**: chairinanst68@gmail.com

Abstrak

Dikawasan wisata bukit lawang terdapat penjual souvenir dan pedagang kuliner. Souvenir yang dijual beragam akan tetapi belum unik begitupun kulinernya masih belum membawa ciri khas langkat yang arahnya kepada kuliner melayu dan oleh-olehnya juga belum ada yang khas. Tujuan kegiatan ini untuk memberikan masukan kepada pengelola wisata dan masyarakat akan pentingnya pengadaan souvenir unik dan khas serta kuliner seta oleh-oleh khas tempat wisata, sebab ini termasuk salah satu bentuk bisnis yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dan menarik minat wisatawan. Hasil kegiatan merumuskan pentingnya mengadakan souvenir dan kuliner ciri khas kawasan wisata di bukit lawang dengan tujuan sebagai daya tarik wisatawan, meningkatkan perekonomian masyarakat dan turut melestarikan budaya daerah. Akan tetapi perlu diperhatikan fungsi dan kualitas dari souvenir dan keunikannya sehingga akan memberi harga jual yang sesuai bahkan bernilai lebih. Begitupun kulinernya perlu diperhatikan citarasa, bidang kesehatan dan tampilan penyajiannya, sehingga wisatawan akan tertarik dan bahkan menjadi penggemarnya. Saran: Peran pemerintah lokal diharapkan untuk menjadi motor dan donator bagi masyarakat, baik sebagai tenaga ahli atau mendatangkannya dan sebagai evaluasi keberlangsungan perencanaan program yang dilaksanakan di kawasan wisata tersebut.

Kata Kunci : Sosialisasi; Souvenir; Kuliner; Kawasan Wisata.

Abstract

In the tourist area of Bukit Lawang there are souvenir sellers and culinary traders. The souvenirs that are sold are various, but not unique, as well as the culinary delights, which do not carry the characteristics of Langkat, which are directed towards Malay cuisine, and the souvenirs are also not unique. The purpose of this activity is to provide input to tourism managers and the public about the importance of providing unique and distinctive souvenirs and culinary delights as well as souvenirs typical of tourist attractions, because this is one form of business that can improve the community's economy and attract tourists. The results of the activity formulate the importance of holding souvenirs and culinary characteristics of tourist areas in Bukit Lawang with the aim of being a tourist attraction, increasing the community's economy and helping to preserve regional culture. However, it is necessary to pay attention to the function and quality of the souvenir and its uniqueness so that it will provide an appropriate selling price and even more value. Likewise, the culinary needs to pay attention to the taste, the health sector and the appearance of the presentation, so that tourists will be interested and even become fans of it. Suggestion: The role of the local government is expected to be a motor and donor for the community, either as experts or bringing them in and as an evaluation of the sustainability of program planning implemented in the tourism area.



Keywords: Socialization; Souvenirs; Culinary; Tourism Area.

PENDAHULUAN

Pariwisata mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara. Banyak negara menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam memperoleh devisa, lapangan pekerjaan, maupun pengatasan kemiskinan (A. Yoeti:2009).

Menurut Said (1992) souvenir merupakan benda yang ukurannya relatif kecil, harganya tidak mahal yang dapat dihadiahkan, disimpan atau dibeli sebagai kenang-kenangan dari suatu tempat yang dikunjungi atau suatu kejadian tertentu. Souvenir berkaitan erat dengan kegiatan perjalanan seseorang, maka tidak mengherankan jika istilah souvenir melekat dengan kegiatan pariwisata, bahkan menjadibagian dari produk wisata. Hal inikarena ada pengaruh souvenir terhadap motivasi perjalanan seseorang ke suatu daerah tujuan wisata, (Said;1992). Souvenir juga dapat diartikan sebagaibenda yang bisa dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan dari perjalanannya (Kamus Webster English Dictionary:2004).

Menurut Said (1992) adabeberapa faktor yang menentukan minat beli souvenir bagi konsumen. Adapun faktor tersebut sebagai berikut:

- a. Memiliki sentuhan seni Merupakan bagian yang harus dimiliki dari sebuah souvenir. Pada bagian ini souvenir harus menonjolkan sisi seninya. Adapun unsur seni yang terkandung yaitu memiliki unsur keindahan serta memiliki bentuk dan ukuran yang menarik.
- b. Memiliki ciri khas daerah
Setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing. Maka dari itu souvenir dibuat untuk dapat mewakili ciri khas daerahnya. Souvenir harus memiliki ornament daerah, serta memiliki corak daerah dari souvenir itu berada.
- c. Memiliki daya tarik
Merupakan segala sesuatu yang memicu seseorang untuk membeli souvenir. Daya tarik ini dapat berupa design yang unik, yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain.
- d. Memiliki kualitas yang baik
Kualitas menjadi hal yang penting dari sebuah produk souvenir. Dengan kualitas yang baik akan membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Kualitas yang baik dapat dilihat dari bahan yang dipakai dalam pembuatan produk souvenir.
- e. Harga relatif terjangkau
Harga digunakan untuk menilai suatu produk barang atau jasa. Dalam hal ini produk yang dimaksud yaitu souvenir. Harga digunakan untuk menarik wisatawan membeli

souvenir. Harga yang ditawarkanpun juga murah.

Souvenir tidak hanya berfungsi sebagai benda kenang-kenangan dari pengalamannya selama melakukan perjalanan. Souvenir juga dapat digunakan sebagai pelengkap atau pemanis interior rumah, serta dapat menjadi barang yang bersifat fungsional atau dapat dipakai dan dimanfaatkan, (Said:1992).

Dikawasan wisata bukit lawang terdapat penjual souvenir dan pedagang kuliner. Souvenir yang dijual beragam akan tetapi belum unik begitupun kulinernya masih belum membawa ciri khas langkat yang arahnya kepada kuliner melayu dan oleh-olehnya juga belum ada yang khas.

Tujuan kegiatan ini untuk memberikan masukan kepada pengelola wisata dan masyarakat akan pentingnya pengadaan souvenir unik dan khas serta kuliner seta oleh-oleh khas tempat wisata, sebab ini termasuk salah satu bentuk bisnis yang dapat meningkatkan ekonomi msasyarakat dan menarik minat wisatawan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan beberapa tahapan, dimulai dari observasi, pendekatan terhadap mitra, kesepakatan waktu plaksanaan, jenis kegiatan yang akan dilakukan dan hasil yang akan diharapkan. Adapun tahapan tersebut yaitu:

Tahap persiapan

Dalam tahap ini kita mempersiapkan surat izin dengan pihak mitra, dan melakukan wawancara dengan pihak mitra kebutuhan mitra serta permasalahan yang dihadapi mitra. Selanjutnya tim pengabdian mempersiapkan mempersiapkan alat dan bahan.

Tahap pelaksanaan pelaksanaan.

Pada tahapan ini, para tim pengabdi melakukan pelatihan dan sosialisasi tentang pentingnya ada souvenir khas, kuliner dan oleh-oleh khas tempat wisata bukit lawang.

PELAKSANAAN PKM

Materi Sosialisasi PKM

A. Souvenir

Menurut Prakosa, S., Cheon, H.,2013 souvenir yaitu beberapa benda yang sengaja dibeli dengan tujuan agar dijadikan sebagai pengingat dari sebuah pengalaman tertentu. Biasanya diproduksi secara komersial, dalam jumlah yang banyak, menyeluruh dan sering kali dihubungkan dengan turisme. Tokonya mudah ditemui di beberapa tempat wisata, dengan harga yang sangat bervariasi.

Untuk memahami perbedaan souvenir, Gordon (1986) mengklasifikasikannya ke dalam lima kategori sebagai berikut (Goo & Shen, 2011):

1. Gambar bergambar

Dalam kategori ini terdapat kartu pos, poster, foto, buku bergambar, dan gambar, yang kesemuanya merupakan barang berwujud yang mengingatkan wisatawan akan kehadirannya di suatu negara.

2. Souvenir alam-“sepotong batu”

Termasuk dalam kategori ini adalah bebatuan, rerumputan, cangkang dan kayu apung, kerucut pinus, boneka rusa atau kepala rusa, gigi paus, sperma, dan boneka aligator, semua contoh yang merupakan bagian dari seluruh lingkungan tujuan.

3. Singkatan simbolis

Termasuk replika atraksi terkenal, dan gambar ikon miniatur, yang sebagian besar dibuat dari bahan sintesis.

4. Penanda

Yaitu yang terdiri dari t-shirt, mug kopi, tatakan gelas dan jenis lain dari memorabilia. Ini tidak unik dengan desain tetapi ditandai dengan logo lokal. Misalnya, gantungan kunci bertuliskan "Toba Lake" menjadi penanda Daerah Wisata Danau Toba di Sumatera Utara, membantu melestarikan kenangan indah di Danau Toba.

5. Produk lokal

Adalah termasuk serangkaian objek asli seperti: makanan, minuman, peralatan memasak, pakaian, dan kerajinan tangan.

B. Kuliner

Seperti yang sudah disebutkan di atas, Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas. Luasnya wilayah Indonesia dari Sabang sampai Merauke melahirkan berbagai kebudayaan, bahasa, agama, dan juga makanan yang sangat beragam.

Pasalnya setiap daerah pasti memiliki kebudayaannya tersendiri. Selain kebudayaan dan bahasa yang harus dilestarikan, makanan tradisional dari berbagai daerah juga tidak boleh dilupakan. Mengutip buku dengan judul Makanan Tradisional Indonesia Seri 1: kelompok Makanan Fermentasi dan Makanan yang Populer di Masyarakat karya Harmayani, dkk (2017), makanan dan kuliner tradisional merupakan aset budaya yang tinggi nilainya sehingga harus dilestarikan. Berikut manfaat dari mengenal makanan daerah:

1. Melestarikan Budaya

Makanan tradisional adalah salah satu bentuk keragaman budaya. Jika mengenal makanan daerah, berarti kita turut andil dalam pelestarian budaya. Sebab, jika kita tak mengenal makanan daerah, maka dia akan hilang karena tergerus zaman.

2. Menambah Wawasan

Terdapat banyak sekali makanan di setiap daerah di Indonesia. Jika kita belajar dan mencari tahu mengenai makanan daerah, maka wawasan akan lebih terbuka luas.

3. Menumbuhkan Rasa Nasionalisme

Indonesia memiliki keragaman budaya, salah satunya adalah makanan daerah. Perbedaan kebudayaan di Indonesia dapat menambahkan rasa nasionalisme kita sebagai warga negara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pentingnya mengadakan souvenir dan kuliner ciri khas kawasan wisata di bukit lawang dengan tujuan sebagai daya tarik wisatawan, meningkatkan perekonomian masyarakat dan turut melestarikan budaya daerah. Akan tetapi perlu diperhatikan fungsi dan kualitas dari souvenir dan keunikannya sehingga akan memberi harga jual yang sesuai bahkan bernilai lebih. Begitupun kulinernya perlu diperhatikan citarasa, bidang kesehatan dan tampilan penyajiannya, sehingga wisatawan akan tertarik dan bahkan menjadi penggemarnya.

Saran

Peran pemerintah lokal diharapkan untuk menjadi motor dan donator bagi masyarakat, baik sebagai tenaga ahli atau mendatangkannya dan sebagai evaluasi keberlangsungan perencanaan program yang dilaksanakan di kawasan wisata tersebut.

Dokumentasi kegiatan pelaksanaan PKM



Kegiatan PKM



Kegiatan PKM

DAFTAR PUSTAKA

- A.Yoeti (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa
- Fajrah, N., & Zetli, S. (2020). Evaluasi Pentingnya Lokasi Sentra Oleh-Oleh untuk Pariwisata Kota Batam. In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK) (No. 3, pp. 120-125).
- Goo, Y. J., & Shen, M. J. (2011). *The Relationship Between Authenticity and The Souvenir Purchase Intent*. *Pan-Pacific Management Review*, 14(2), 109-129.
- Khairuddin Tampubolon, dkk (2021); Penyuluhan Tentang Mengenal Mesin Pompa Air dan Cara Perawatannya di Serikat Tolong Menolong Nurul Iman (STMNI) Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(1-8).
- Khairuddin Tampubolon, dkk (2022), Sosialisasi Protokol Kesehatan dalam Upaya Tindakan Preventif di Lokasi Wisata Theme Park Pantai Cermin; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society); Url: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/J-LAS/article/view/247/408>.
- Tampubolon, K., & Sibuea, N. (2022). Peran Perilaku Guru dalam Menciptakan Disiplin Siswa. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 2(4), 1-7.
- Prakosa, S., Cheon, H.,2013, Thai tourists' souvenir shopping experience in Korea,Asia Marketing Journal 15(3),15-29., ISSN: 1598-7868.
- Surya Irawan, K Tampubolon, ELAZHARI (2021), Pelatihan Pembuatan Pupuk Cair Organik Dari Air Kelapa Dan Molase, Nasi Basi, Kotoran Kambing Serta Activator Jenis Produk EM4; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(1-18).