



OPTIMALISASI PENGELOLAAN USAHA WISATA KAMPUNG TAHU DOLOK MANAMPANG MELALUI INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL

*OPTIMIZATION OF TOURIST BUSINESS MANAGEMENT IN KAMPUNG TAU DOLOK
MANAMPANG THROUGH PRODUCT INNOVATION AND DIGITAL MARKETING*

Indra Welly Arifin¹, Hastuti Handayani Harahap², Frederick Rudy Sentosa Rajagukguk³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya Tebing Tinggi

Email: indrawellyarifin66@gmail.com¹, harahaphastutyhandayani@gmail.com²,
rudyrajagukguk00241@gmail.com³

ABSTRAK

Kampung Tahu Dolok Manampang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata kuliner dengan produk unggulan berupa olahan tahu. Namun, untuk memaksimalkan potensi tersebut, dibutuhkan peningkatan kapasitas pengelolaan usaha bagi pelaku wisata setempat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi berupa pelatihan dan pengembangan keterampilan di berbagai bidang pengelolaan usaha, termasuk manajemen keuangan, pelayanan pelanggan, pengelolaan stok, pemasaran digital, dan pengelolaan wisata berkelanjutan. Selain itu, kolaborasi antara pelaku usaha juga dianggap penting untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan meningkatkan kapasitas tersebut, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, dan daya saing, serta menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan. Hasil dari upaya ini akan berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan keberlanjutan pariwisata di Kampung Tahu Dolok Manampang.

Kata Kunci: *Kampung Tahu Dolok Manampang, Pengelolaan Usaha, Pariwisata Kuliner, Kapasitas Usaha, Manajemen Keuangan, Pelayanan Pelanggan, Pemasaran Digital, Pariwisata Berkelanjutan, Pengelolaan Stok, Kolaborasi Usaha*

ABSTRACT

Dolok Manampang Tahu Village has great potential as a culinary tourism destination with superior products in the form of processed tofu. However, to maximize this potential, it is necessary to increase the business management capacity of local tourism actors. This research aims to provide solutions in the form of training and skills development in various areas of business management, including financial management, customer service, stock management, digital marketing, and sustainable tourism management. Apart from that, collaboration between business actors is also considered important to expand market reach. By increasing this capacity, it is hoped that business actors can improve operational efficiency, service quality and competitiveness, as well as create a better experience for tourists. The results of this effort will contribute to the development of the local economy and the sustainability of tourism in Kampung Tahu Dolok Manampang.

Keywords: *Kampung Tahu Dolok Manampang, Business Management, Culinary Tourism, Business Capacity, Financial Management, Customer Service, Digital Marketing, Sustainable Tourism, Stock Management, Business Collaboration*

PENDAHULUAN

Wisata berbasis kuliner lokal merupakan salah satu daya tarik yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Kampung Tahu Dolok Manampang merupakan salah satu destinasi wisata di

Kabupaten Simalungun yang menawarkan produk olahan tahu sebagai daya tarik utamanya. Kampung ini memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi pusat wisata kuliner sekaligus edukasi tentang pengolahan tahu. Selain menyediakan berbagai macam



produk olahan tahu, kampung ini juga menjadi destinasi bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman langsung dalam proses pembuatan tahu tradisional. Namun, Kampung Tahu Dolok Manampang menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat perkembangannya sebagai destinasi wisata unggulan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya inovasi produk yang membuat daya tarik wisatawan menurun. Produk olahan tahu yang ditawarkan masih terbatas pada jenis-jenis tradisional, sehingga belum mampu menarik segmen pasar yang lebih luas, khususnya wisatawan dari kalangan generasi muda yang cenderung mencari pengalaman unik dan inovatif.

Indonesia memiliki kekayaan kuliner lokal yang tidak hanya menjadi identitas budaya, tetapi juga berpotensi besar untuk mendukung pengembangan pariwisata. Salah satu contohnya adalah Kampung Tahu Dolok Manampang, sebuah destinasi wisata berbasis kuliner lokal yang terletak di Kabupaten Simalungun. Kampung ini dikenal dengan produk olahan tahu tradisional yang khas serta pengalaman wisata edukasi tentang proses pembuatan tahu secara langsung. Dengan potensi yang dimiliki, Kampung Tahu Dolok Manampang dapat menjadi salah satu ikon wisata kuliner yang mampu meningkatkan daya tarik wisatawan sekaligus memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Namun, seperti banyak destinasi wisata lainnya, Kampung Tahu Dolok Manampang menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat optimalisasi pengelolannya. Salah satu permasalahan utama adalah minimnya inovasi dalam pengembangan produk olahan tahu. Produk yang ditawarkan masih cenderung konvensional dan kurang variatif, sehingga daya tariknya terbatas, terutama bagi generasi muda yang lebih tertarik pada produk unik, modern, dan

berestetika tinggi. Kurangnya inovasi ini juga menyebabkan sulitnya bersaing dengan produk serupa dari daerah lain.

Kampung Tahu Dolok Manampang, yang terletak di Kabupaten Simalungun, memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata kuliner unggulan dengan produk olahan tahu sebagai daya tarik utamanya. Kampung ini tidak hanya menawarkan pengalaman wisata kuliner tetapi juga kesempatan bagi wisatawan untuk melihat dan terlibat langsung dalam proses pembuatan tahu secara tradisional. Dengan keunikan ini, Kampung Tahu Dolok Manampang sebenarnya memiliki daya tarik tersendiri yang berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pengelolaan usaha wisata di Kampung Tahu Dolok Manampang belum optimal. Beberapa permasalahan utama yang menjadi fenomena di masyarakat antara lain Produk olahan tahu yang ditawarkan di Kampung Tahu Dolok Manampang masih terbatas pada jenis-jenis tradisional, seperti tahu goreng dan tahu sumedang. Belum ada diversifikasi produk yang dapat memberikan nilai tambah atau daya tarik baru bagi wisatawan. Hal ini membuat produk olahan tahu kurang kompetitif, terutama di kalangan wisatawan generasi muda yang cenderung mencari produk unik dan berinovasi. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha masih sangat konvensional, seperti mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lokasi. Kampung Tahu Dolok Manampang belum memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, marketplace, atau platform e-commerce, untuk mempromosikan produk dan meningkatkan visibilitasnya. Akibatnya, daya jangkau promosi sangat terbatas, sehingga sulit menjangkau wisatawan dari luar daerah.



Sebagian besar pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang masih mengelola usaha secara tradisional, tanpa dukungan pengetahuan tentang manajemen modern. Kurangnya keterampilan dalam manajemen keuangan, pengelolaan stok, dan layanan pelanggan juga menjadi salah satu faktor yang menghambat perkembangan usaha di kampung ini. Dengan minimnya inovasi produk dan promosi yang kurang efektif, jumlah kunjungan wisatawan ke Kampung Tahu Dolok Manampang cenderung stagnan dan bahkan menurun. Kondisi ini berdampak langsung pada pendapatan masyarakat yang bergantung pada sektor wisata, sehingga keberlanjutan usaha wisata di kampung ini menjadi terancam. Fenomena-fenomena ini menunjukkan perlunya upaya strategis dan inovatif untuk mengatasi permasalahan yang ada. Dengan mengintegrasikan inovasi produk olahan tahu dan pemanfaatan pemasaran digital, Kampung Tahu Dolok Manampang memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata unggulan dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal.

Selain itu, strategi pemasaran yang diterapkan di Kampung Tahu Dolok Manampang masih sangat tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lokasi. Di era digital saat ini, metode tersebut tidak cukup untuk memperluas jangkauan pasar, khususnya dalam menarik wisatawan dari luar daerah. Belum adanya pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial dan platform e-commerce menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kurang optimalnya promosi destinasi ini. Akibatnya, jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi

strategis untuk meningkatkan pengelolaan usaha wisata Kampung Tahu Dolok Manampang. Inovasi produk harus dilakukan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk olahan tahu, sementara pemasaran digital perlu dioptimalkan untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitas destinasi. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya saing Kampung Tahu Dolok Manampang, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal serta mendukung keberlanjutan usaha wisata di kawasan tersebut.

Selain itu, pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang masih sangat konvensional dan terbatas. Promosi hanya dilakukan melalui metode tradisional seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau melalui kunjungan langsung. Di era digital seperti sekarang ini, strategi pemasaran seperti ini tidak cukup efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Potensi penggunaan media sosial dan platform digital sebagai alat promosi belum dimanfaatkan secara maksimal. Akibatnya, kunjungan wisatawan masih terbatas, dan pendapatan masyarakat sekitar belum optimal. Melihat permasalahan ini, diperlukan upaya yang strategis untuk mengoptimalkan pengelolaan usaha wisata Kampung Tahu Dolok Manampang. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi inovasi produk olahan tahu untuk meningkatkan daya tarik, serta penguatan pemasaran digital guna memperluas jangkauan promosi. Dengan pendekatan ini, diharapkan Kampung Tahu Dolok Manampang dapat berkembang menjadi destinasi wisata kuliner yang berdaya saing, meningkatkan kunjungan wisatawan,



dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal.

IDENTIFIKASI MASALAH

1. Bagaimana meningkatkan inovasi produk olahan tahu agar lebih menarik dan sesuai dengan preferensi wisatawan?
2. Bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk memaksimalkan promosi Kampung Tahu Dolok Manampang?
3. Bagaimana meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha bagi pelaku wisata di Kampung Tahu Dolok Manampang?

Tujuan Kegiatan

1. Mengembangkan inovasi produk olahan tahu yang menarik dan memiliki nilai tambah.
2. Mengoptimalkan pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas Kampung Tahu Dolok Manampang.
3. Meningkatkan keterampilan pelaku wisata dalam pengelolaan usaha dan pemasaran.

Luaran yang Diharapkan

1. Produk olahan tahu yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Akun media sosial dan platform digital yang aktif untuk promosi Kampung Tahu.
3. Panduan atau modul pelatihan pengelolaan usaha dan pemasaran digital.

METODELOGI PELAKSANAAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Kegiatan ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Survei dan Identifikasi Masalah
Mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang.
2. Pelatihan dan Workshop
 - Memberikan pelatihan tentang pengembangan inovasi produk olahan

tahu, seperti tahu dengan rasa atau bentuk unik, hingga produk siap saji yang praktis.

- Pelatihan pemasaran digital meliputi pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan platform e-commerce.
3. Pendampingan Implementasi
 - Pendampingan langsung dalam proses pengembangan produk dan pemasaran digital.
 - Membantu pembuatan konten promosi berupa foto produk, video dokumentasi, dan copywriting untuk media sosial.
 4. Monitoring dan Evaluasi
Melakukan monitoring berkala untuk mengevaluasi keberhasilan program serta memberikan masukan untuk perbaikan.

Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan ini adalah para pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang, termasuk pembuat tahu, pengelola wisata, dan masyarakat sekitar yang terlibat dalam aktivitas wisata. Sasaran tidak langsung meliputi wisatawan yang akan mendapatkan pengalaman wisata yang lebih baik dan menarik.

Jadwal Kegiatan

1. Minggu ke-1: Survei awal dan identifikasi masalah.
2. Minggu ke-2 hingga ke-3: Pelatihan inovasi produk dan pemasaran digital.
3. Minggu ke-4 hingga ke-6: Pendampingan implementasi hasil pelatihan.
4. Minggu ke-7: Monitoring, evaluasi, dan penyusunan laporan akhir.

Anggaran Biaya

Anggaran akan dialokasikan untuk pelatihan, produksi konten promosi, pengadaan alat pendukung pemasaran digital,



dan pelaksanaan monitoring serta evaluasi program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan kegiatan mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

Inovasi Produk Olahan Tahu

Inovasi produk merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik dan nilai tambah dari suatu usaha, termasuk pada produk olahan tahu yang menjadi unggulan di Kampung Tahu Dolok Manampang. Diversifikasi produk berbasis tahu sangat penting untuk memenuhi preferensi konsumen yang semakin beragam, khususnya di era modern ini, di mana inovasi menjadi salah satu kunci utama dalam memenangkan persaingan pasar. Salah satu bentuk inovasi yang dapat dilakukan adalah menciptakan varian rasa tahu yang unik dan menarik.

Misalnya, pengembangan tahu dengan rasa-rasa khas seperti keju, pedas manis, atau rasa lokal seperti rendang dan gulai. Selain itu, produk olahan tahu juga dapat dikreasikan menjadi bentuk camilan kekinian yang mudah diterima oleh generasi muda, seperti tahu crispy dengan berbagai bumbu tabur. Produk-produk seperti ini dapat menambah daya tarik wisatawan yang menginginkan pengalaman baru dalam mencicipi tahu.

Selain inovasi dalam rasa, kemasan produk juga memegang peranan penting. Kemasan yang modern, menarik, dan ramah lingkungan tidak hanya meningkatkan estetika produk tetapi juga memberikan kesan profesional dan higienis. Produk tahu yang dikemas dengan desain kekinian dapat lebih mudah bersaing di pasar, baik lokal maupun digital, karena kemasan yang menarik cenderung lebih diminati oleh konsumen.



Gambar 1 Proses Inovasi Produk Olahan Tahu

Di Kampung Tahu ini, terdapat belasan warga yang menjadi pengusaha produksi tahu. Produksi tahu ini sudah berjalan cukup lama yaitu sekitar awal tahun 2000-an. Adalah Mail, warga pindahan dari Pulau Jawa, yang menginisiasi usaha produksi tahu ini di Dusun IV Tanjung Rejo Desa Dolok Manampang. Warga lain yang tertarik dengan prospek

ekonomis usaha ini, satu per satu mulai mengikuti jejak Mail. Dari awal tersebut, Desa Manampang kemudian tumbuh menjadi sentra produksi tahu terbesar di Kabupaten Sergai. Sebenarnya sentra produksi kuliner bukanlah jenis objek wisata yang umum atau populer. Namun pemerintah daerah melihat jika aktivitas home industry ini punya potensi



besar untuk dikembangkan menjadi tempat berkunjung para wisatawan. Sebagai makanan yang sudah sangat populer di tengah masyarakat, tentu akan menarik untuk tahu cara produksi tahu. Dari situlah kemudian

Pemkab Sergai mulai melirik Kampung Tahu Manampang sebagai objek wisata yang perlu untuk dikembangkan.



Gambar 2. Pabrik Olahan Wisata Kampung Tahu

Mula-mula, keinginan untuk menjadikan Desa Manampang sebagai objek wisata menemui beberapa tantangan yang tak mudah. Sejak lama eksis hanya sebagai sentra produksi tahu, tentu secara tampilan dan fasilitas, Kampung Tahu tidak memiliki “nilai jual” yang cukup untuk menarik minat orang untuk mampir dan berplesiran. Namun hal ini kemudian diatasi dengan memanfaatkan kekayaan kuliner olahan tahu. Puluhan varian olahan tahu kemudian dikreasi untuk menarik minat pengunjung yang menyukai wisata kuliner. Selain itu, lokasi pengolahan tahu juga mendapat perhatian. Sebelumnya muncul stigma jika tahu hanya enak di lidah, tapi proses pembuatnya tak sedap di mata. Pandangan negatif ini pelan-pelan diubah. Pemkab Sergai ikut terlibat dengan memberikan bantuan pemugaran fasilitas pengolahan tahu. Bangunan produksi yang sebelumnya tampak kumuh dan tak terawat, perlahan-lahan di rombak sehingga lebih bersih, nyaman, dan menarik dikunjungi. Tak hanya itu saja, alat produksi yang telah lama dipakai juga diperbaharui dengan alat produksi baru yang tentunya lebih modern.

Perhatian dari pemerintah ini pelan tapi pasti mengubah wajah Kampung Tahu. Kedepan, potensi Tahu Manampang akan terus dikembangkan. Bupati Sergai sendiri, yang sudah berkali-kali mengunjungi tempat tersebut, punya ambisi menjadikan Tahu Manampang punya level yang sama dengan brand panganan tahu yang sudah lebih dulu populer seperti Tahu Sumedang. Dirinya juga mengaku, sering kali menjadikan Tahu Manampang sebagai oleh-oleh khas Sergai yang diberikan kepada tuan rumah saat berkunjung ke luar daerah. Tak kalah penting adalah pengembangan produk siap saji berbasis tahu, seperti frozen tahu atau olahan tahu beku yang praktis dan tahan lama. Produk ini sangat relevan dengan gaya hidup modern yang mengutamakan kemudahan dan efisiensi. Dengan menyediakan opsi produk siap saji, Kampung Tahu Dolok Manampang dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk konsumen yang tinggal jauh dari lokasi produksi. Melalui inovasi produk ini, tidak hanya daya tarik wisatawan yang akan meningkat, tetapi juga nilai tambah dari produk olahan tahu. Hal ini pada akhirnya



dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang sekaligus memperkuat posisi kampung ini sebagai destinasi wisata kuliner yang inovatif dan kompetitif.

Pemasaran Digital

Di era digital saat ini, strategi pemasaran berbasis teknologi telah menjadi kebutuhan utama bagi setiap usaha, termasuk usaha wisata kuliner seperti yang ada di Kampung Tahu Dolok Manampang. Pemasaran digital memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan promosi, menjangkau pasar yang lebih luas, dan menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan, baik lokal maupun internasional. Oleh karena itu, optimalisasi pemasaran digital menjadi langkah strategis yang harus dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas Kampung Tahu Dolok Manampang. Media sosial merupakan salah satu platform yang sangat efektif dalam pemasaran digital. Dengan menggunakan

media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang dapat membangun hubungan langsung dengan calon wisatawan dan konsumen. Pembuatan konten promosi yang menarik, seperti foto produk berkualitas tinggi, video dokumentasi proses pembuatan tahu, atau cerita unik tentang Kampung Tahu, dapat menjadi daya tarik tersendiri. Konten-konten ini tidak hanya akan meningkatkan minat calon wisatawan tetapi juga memperkuat citra positif Kampung Tahu sebagai destinasi yang kreatif dan berdaya saing.

Selain itu, pemanfaatan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan marketplace lainnya dapat membantu produk olahan tahu dari Kampung Tahu Dolok Manampang untuk menjangkau konsumen yang tidak dapat datang langsung ke lokasi. Dengan kehadiran di platform e-commerce, produk dapat dipasarkan secara lebih luas dan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli produk secara daring.





Gambar 3. Proses Pemasaran Usaha Wisata Kampung Tahu

Untuk mendukung keberhasilan pemasaran digital, konsistensi dalam membuat dan mempublikasikan konten promosi menjadi kunci utama. Jadwal unggahan yang teratur, penggunaan desain visual yang menarik, dan penyampaian pesan yang kreatif akan membuat Kampung Tahu lebih mudah dikenal dan diingat oleh konsumen. Selain itu, interaksi aktif dengan pengikut di media sosial, seperti menjawab komentar, membalas pesan, atau membuat kampanye interaktif, juga dapat meningkatkan keterlibatan konsumen secara signifikan.

Dengan strategi pemasaran digital yang terencana dan konsisten, Kampung Tahu Dolok Manampang tidak hanya dapat meningkatkan visibilitasnya sebagai destinasi wisata kuliner unggulan, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, serta memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat lokal.

Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Usaha

Peningkatan kapasitas pengelolaan usaha adalah salah satu upaya penting untuk mendorong perkembangan dan keberlanjutan suatu usaha. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui pelatihan yang berfokus pada berbagai aspek pengelolaan usaha, termasuk manajemen keuangan, pengelolaan stok, pelayanan pelanggan, dan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Manajemen Keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana merencanakan dan mengelola keuangan usaha secara efektif, seperti pencatatan arus kas, pengelolaan laba dan rugi, serta penggunaan anggaran yang tepat. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, usaha dapat memastikan bahwa sumber daya yang ada digunakan secara efisien dan dapat berkembang.





Serius Kembangkan Kampung Tahu sebagai Objek Wisata, Bupati Sergai Kembali Serahkan Bantuan

Visit >

Gambar 4. Proses Peningkatan Pengembangan Usaha Kampung Tahu

Pengelolaan Stok juga tidak kalah penting dalam menjalankan usaha, terutama bagi usaha yang bergerak di bidang perdagangan atau manufaktur. Pelatihan pengelolaan stok ini mencakup teknik untuk mengatur persediaan barang, menghindari kekurangan atau kelebihan stok, serta memperhitungkan kebutuhan barang berdasarkan tren penjualan. Pengelolaan stok yang tepat dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi.

Pelayanan Pelanggan merupakan elemen penting dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Pelatihan pelayanan pelanggan akan memberikan keterampilan dalam menghadapi keluhan pelanggan, memberikan layanan yang ramah dan responsif, serta menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Pelayanan yang baik akan mendorong kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap usaha. Strategi Pengembangan Usaha yang Berkelanjutan adalah hal yang harus diperhatikan agar usaha dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana merencanakan ekspansi usaha, mengidentifikasi peluang pasar baru,

serta mengimplementasikan praktik usaha yang ramah lingkungan dan sosial. Pengembangan usaha yang berkelanjutan akan meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi usaha di pasar. Dengan peningkatan kapasitas di empat bidang ini, pelaku usaha akan lebih siap menghadapi tantangan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memastikan usaha mereka dapat tumbuh secara berkelanjutan. Pelatihan ini memberikan dasar yang kuat bagi pelaku usaha untuk mencapai tujuan jangka panjang dan menciptakan dampak positif dalam ekonomi lokal.

Evaluasi Keberhasilan Program

Evaluasi keberhasilan program adalah langkah penting untuk mengukur sejauh mana program yang telah dilaksanakan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks program peningkatan kapasitas pengelolaan usaha, indikator keberhasilan dapat dilihat dari beberapa aspek utama, yaitu peningkatan jumlah produk yang terjual, jumlah kunjungan wisatawan, serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha. Peningkatan Jumlah Produk yang Terjual merupakan indikator yang



langsung mengukur dampak program terhadap performa usaha. Jika program pelatihan dan peningkatan kapasitas pengelolaan usaha berhasil, seharusnya ada peningkatan dalam jumlah penjualan produk. Hal ini menunjukkan bahwa usaha telah lebih efisien dalam pengelolaan stok, pemasaran, serta pelayanan pelanggan, yang pada gilirannya mendorong peningkatan volume penjualan. Peningkatan ini juga mencerminkan bahwa usaha mampu memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik, sehingga meningkatkan pendapatan.

Jumlah Kunjungan Wisatawan menjadi indikator keberhasilan yang relevan, terutama jika program ini bertujuan untuk mendukung usaha-usaha yang berhubungan dengan sektor pariwisata. Peningkatan jumlah wisatawan yang mengunjungi suatu destinasi atau usaha terkait, seperti restoran, toko oleh-oleh, atau tempat wisata, akan mencerminkan bahwa usaha tersebut semakin dikenal dan menarik minat lebih banyak pengunjung. Hal ini dapat terjadi karena strategi pemasaran yang lebih baik, kualitas pelayanan yang meningkat, serta pengelolaan yang lebih efisien berkat pelatihan yang diberikan dalam program. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku Usaha adalah indikator kualitas yang menggambarkan keberhasilan program dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di level pelaku usaha. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan mengukur sejauh mana pelaku usaha mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan baru yang mereka peroleh selama pelatihan. Hal ini bisa dilihat dari perubahan dalam cara mereka mengelola usaha, seperti pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur, pengelolaan stok yang lebih efisien, dan peningkatan dalam kualitas pelayanan kepada pelanggan. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan ini juga dapat diuji melalui survei atau wawancara dengan peserta untuk menilai sejauh mana mereka

merasa lebih siap menjalankan usaha mereka setelah mengikuti pelatihan. Melalui evaluasi terhadap ketiga indikator ini, kita dapat menilai seberapa efektif program peningkatan kapasitas pengelolaan usaha dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan dalam meningkatkan penjualan, jumlah kunjungan wisatawan, serta kapasitas pelaku usaha akan menunjukkan bahwa program tersebut telah memberikan dampak positif bagi usaha dan perekonomian secara keseluruhan.

Bagaimana meningkatkan inovasi produk olahan tahu agar lebih menarik dan sesuai dengan preferensi wisatawan

Meningkatkan inovasi produk olahan tahu agar lebih menarik dan sesuai dengan preferensi wisatawan memerlukan pendekatan yang kreatif, serta pemahaman yang mendalam tentang tren pasar dan kebutuhan konsumen. Produk olahan tahu, yang merupakan bahan makanan populer dan bergizi, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi berbagai jenis produk yang lebih variatif dan sesuai dengan selera wisatawan. Memahami Preferensi Wisatawan Penting untuk terlebih dahulu memahami apa yang dicari wisatawan ketika mengunjungi suatu tempat, terutama dalam hal kuliner. Wisatawan biasanya tertarik dengan makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga unik, mudah dibawa, dan dapat memberikan pengalaman kuliner yang berbeda dari apa yang biasa mereka temui di tempat asal. Oleh karena itu, melakukan riset pasar atau survei kepada wisatawan mengenai jenis makanan yang mereka minati bisa menjadi langkah awal untuk menentukan inovasi produk olahan tahu yang tepat. Variasi Rasa dan Tekstur Salah satu cara untuk meningkatkan inovasi adalah dengan menciptakan variasi rasa dan tekstur yang lebih menarik. Tahu yang umumnya memiliki rasa netral bisa dipadukan dengan berbagai bumbu dan bahan



lokal yang eksotis untuk menyesuaikan dengan selera wisatawan. Misalnya, olahan tahu bisa diberi rasa pedas dengan sambal khas daerah, rasa manis dengan bumbu kecap, atau rasa gurih dengan rempah-rempah lokal. Selain itu, variasi tekstur juga dapat dicapai dengan mengolah tahu menjadi bentuk yang lebih menarik, seperti tahu crispy, tahu goreng berlapis tepung, atau tahu yang dipanggang dengan bumbu khusus.

Olahan Tahu yang Praktis dan Mudah Dikonsumsi Wisatawan cenderung mencari makanan yang praktis dan mudah dikonsumsi, terutama ketika mereka sedang berkeliling atau menikmati waktu liburan. Oleh karena itu, produk olahan tahu bisa dikembangkan dalam bentuk yang mudah dibawa dan dimakan, seperti tahu isi dengan berbagai isian (daging ayam, sayuran, atau keju), tahu rol, atau bahkan tahu yang dibungkus dalam daun pisang. Ini memungkinkan wisatawan untuk menikmati tahu sebagai camilan atau makanan ringan yang tidak memerlukan waktu lama untuk dikonsumsi. Menggunakan Bahan Lokal dan Organik Wisatawan juga semakin tertarik pada produk makanan yang sehat dan berbasis bahan-bahan alami. Oleh karena itu, salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik produk olahan tahu adalah dengan menggabungkan tahu dengan bahan-bahan lokal yang organik atau bebas dari bahan kimia. Misalnya, tahu yang dipadukan dengan sayuran segar, rempah-rempah khas daerah, atau bahkan bahan makanan unik yang hanya ditemukan di daerah tersebut. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga memberikan pengalaman kuliner yang lebih otentik bagi wisatawan.

Pengemasan yang Menarik Inovasi tidak hanya terjadi pada produk itu sendiri, tetapi juga pada pengemasannya. Wisatawan

sering kali mencari produk yang menarik secara visual dan mudah dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Oleh karena itu, inovasi pengemasan sangat penting. Produk olahan tahu bisa dikemas dalam bentuk yang menarik, menggunakan bahan ramah lingkungan, dan dengan desain kemasan yang menggambarkan ciri khas daerah atau budaya lokal. Pengemasan yang menarik juga bisa menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang ingin membawa pulang makanan sebagai kenang-kenangan dari perjalanan mereka. Menawarkan Paket Wisata Kuliner dengan Olahan Tahu Selain mengembangkan produk olahan tahu, usaha kuliner dapat meningkatkan inovasi dengan menawarkan pengalaman kuliner yang melibatkan tahu sebagai bahan utama. Misalnya, menciptakan paket wisata kuliner yang mengajak wisatawan untuk berpartisipasi dalam proses pembuatan olahan tahu, seperti membuat tahu crispy atau tahu isi bersama para pelaku usaha lokal. Ini tidak hanya menarik wisatawan yang ingin belajar tentang makanan lokal, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa pengalaman langsung yang menyenangkan. Dengan berbagai langkah inovatif ini, produk olahan tahu dapat menjadi pilihan menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman kuliner yang unik, praktis, dan sehat. Mengkombinasikan rasa, tekstur, dan pengalaman lokal akan meningkatkan daya tarik produk tahu, menjadikannya sebagai pilihan yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga menjadi bagian dari kenangan indah selama perjalanan mereka.

Bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk memaksimalkan promosi Kampung Tahu Dolok Manampang

Memanfaatkan teknologi digital untuk memaksimalkan promosi Kampung Tahu



Dolok Manampang merupakan langkah strategis untuk memperkenalkan potensi lokal secara lebih luas, menarik perhatian wisatawan, dan meningkatkan penjualan produk olahan tahu. Teknologi digital dapat digunakan dalam berbagai aspek promosi yang lebih efektif dan efisien. Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat dimanfaatkan untuk membagikan konten visual yang menarik, seperti foto dan video produk olahan tahu, proses pembuatan tahu, serta suasana di Kampung Tahu Dolok Manampang. Penggunaan hashtag yang relevan (#KampungTahuDolokManampang, #WisataKulinerTahu) akan membantu menjangkau audiens yang lebih luas, baik lokal maupun internasional. Kolaborasi dengan influencer atau food blogger juga dapat memperkenalkan kampung ini lebih jauh lagi kepada pengikut mereka.

Membangun situs web yang informatif mengenai Kampung Tahu Dolok Manampang bisa memberikan informasi lebih mendalam tentang sejarah, produk olahan tahu, serta kegiatan wisata yang dapat dilakukan di kampung tersebut. Selain itu, memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk olahan tahu secara online akan membuka peluang pasar yang lebih luas, memudahkan pengunjung untuk membeli produk tersebut, bahkan ketika mereka berada di luar daerah. Pemasaran melalui email dan newsletter juga efektif untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan wisatawan. Dengan mengirimkan informasi terkait promo, acara khusus, atau produk baru olahan tahu, Kampung Tahu Dolok Manampang dapat menjaga agar audiens tetap tertarik dan terus mengikuti perkembangan kampung. Menggunakan iklan digital melalui Google Ads atau iklan berbayar di media sosial dapat meningkatkan visibilitas Kampung Tahu Dolok Manampang di mesin pencari atau

platform digital. Selain itu, optimasi mesin pencari (SEO) pada website dan konten yang terkait dapat membantu menarik lebih banyak pengunjung yang mencari informasi tentang wisata kuliner atau produk tahu di internet.

Bagaimana meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha bagi pelaku wisata di Kampung Tahu Dolok Manampang

Meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha bagi pelaku wisata di Kampung Tahu Dolok Manampang adalah langkah penting untuk meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta daya saing di sektor pariwisata. Untuk itu, beberapa pendekatan strategis dapat diambil. Pelaku usaha perlu dibekali dengan keterampilan dalam mengelola keuangan secara efektif. Pelatihan mengenai pencatatan keuangan, perencanaan anggaran, pengelolaan arus kas, dan analisis keuntungan sangat penting untuk memastikan usaha mereka berjalan secara efisien dan berkelanjutan. Pemahaman tentang keuangan juga akan membantu pelaku usaha mengelola modal dan mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan ekonomi. Peningkatan Keterampilan Pelayanan Pelanggan yang ramah dan responsif adalah kunci utama dalam sektor pariwisata. Pelatihan dalam hal komunikasi yang baik, pengelolaan keluhan pelanggan, serta pemberian pengalaman yang menyenangkan akan meningkatkan kepuasan wisatawan dan membuat mereka ingin kembali. Pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang harus memahami pentingnya sikap profesionalisme dalam setiap interaksi dengan wisatawan.

Pengelolaan Stok dan Sumber Daya Pelatihan tentang pengelolaan stok bahan baku dan barang dagangan, seperti produk olahan tahu, sangat penting agar usaha dapat berjalan lancar tanpa adanya kekurangan atau pemborosan stok. Selain itu, pelaku usaha



perlu diberi wawasan tentang pengelolaan sumber daya lainnya, seperti tenaga kerja, untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Pengembangan Pemasaran Digital Di era digital, pemasaran secara online menjadi sangat penting. Pelatihan tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, dan strategi pemasaran digital akan membantu pelaku usaha menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, mereka juga perlu dilatih untuk memanfaatkan platform e-commerce guna menjual produk olahan tahu secara online dan memperluas jangkauan pasar. Pengelolaan Wisata Berkelanjutan Pelatihan mengenai konsep pariwisata berkelanjutan juga penting agar pelaku usaha dapat menjalankan usaha mereka dengan menjaga kelestarian lingkungan dan budaya setempat. Ini termasuk cara mengelola sampah, mengurangi penggunaan plastik, serta mengembangkan produk dan layanan yang ramah lingkungan dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal.

Kolaborasi dan Networking Meningkatkan kapasitas pelaku usaha juga bisa dilakukan melalui kolaborasi dengan pelaku usaha lain di sektor wisata atau lembaga terkait. Pelatihan dalam membangun jaringan, berkolaborasi untuk promosi bersama, dan mengikuti forum atau asosiasi pariwisata dapat memperluas wawasan dan membuka peluang baru bagi usaha mereka. Dengan meningkatkan kapasitas di berbagai aspek ini, pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang akan lebih siap dalam mengelola usaha mereka, memberikan layanan yang lebih baik, serta menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan daya tarik wisata dan perkembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kesimpulan dari upaya meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha bagi pelaku wisata di Kampung Tahu Dolok Manampang adalah bahwa melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan di berbagai bidang, pelaku usaha akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Peningkatan dalam manajemen keuangan, pelayanan pelanggan, pengelolaan stok, pemasaran digital, serta pengelolaan wisata yang berkelanjutan akan berkontribusi pada efisiensi operasional, kualitas layanan, dan daya saing usaha. Selain itu, kolaborasi dan networking dengan pihak lain juga penting untuk memperluas jangkauan pasar dan membuka kesempatan baru. Dengan demikian, pelaku usaha di Kampung Tahu Dolok Manampang dapat meningkatkan kualitas usaha mereka, memberikan pengalaman yang lebih baik kepada wisatawan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Pariwisata Indonesia 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dewi, F. (2020). *Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Produk Lokal: Studi Kasus di Kampung Tahu Dolok Manampang*. Jurnal Ekonomi dan Pariwisata, 12(3), 45-58.
- Suryani, N., & Sumarno, A. (2019). *Manajemen Keuangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



Hadi, R. (2021). *Pemasaran Digital untuk Usaha Kecil dan Menengah: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Taufik, M., & Putri, A. (2020). *Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam Industri Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumanto, A. (2021). *Pentingnya Kolaborasi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pariwisata*. *Jurnal Pengelolaan Sumber Daya Alam*, 15(2), 22-37.