

DODOL KEDONDONG SEBAGAI SOUVENIR KECAMATAN RENGAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU RIAU

Salsa Ulfa Armis, Andri Sulistyani

salsaulfaarmis@gmail.com, andri.sulistyani@lecturer.unri.ac.id

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

ABSTRACT

This writing recommends to describe the process of making, packaging and carrying out the promotion of dodol kedondong which is a typical souvenir of Rengat District, Indragiri Hulu Regency. This research uses descriptive qualitative method, the research subjects are owners of the dodol kedondong KUBE Rendri industry, dodol kedondong traders and buyers of dodol kedondong. Data collection is done by observational studies, in-depth interviews and documentation. Analysis of the data used in this study, namely data reduction, data presentation and conclusions.

Kedondong Dodol as a typical souvenir Rengat District Indragiri Hulu Regency is the right thing. Visitors are very satisfied with the dodol kedondong because it has good taste, the right texture, arouse the appetizing aroma, attractive color and practical packaging. The appropriate price and location of sales makes it easy for visitors to buy dodol kedondong products. Promotion has also penetrated the internet media so that dodol kedondong is slowly known by the wider community.

Keywords: Dodol Kedondong, Souvenirs, KUBE Rendri

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan jenis industri baru yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memperbanyak lapangan kerja bagi masyarakat, menambahkan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Sebagai sebuah sektor yang saling berhubungan dengan sektor lain, pariwisata biasanya berbaur industri-industri yang klasik seperti industri kerajinan tangan dan cendera mata, penginapan dan transportasi. Wahab (2003, dalam Hanief, 2018:1). Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah negara (Utama, 2017: 6). Perkembangan pariwisata di Indonesia melaju dengan sangat pesat, mulai dari pengembangan sistem yang ada dan pengembangan fasilitas demi kenyamanan wisatawan yang akan berkunjung. Dengan adanya berbagai pengembangan pariwisata yang ada diharapkan dapat meningkatkan antusias masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata. Bukan hanya masyarakat Indonesia saja yang diharapkan melakukan kegiatan wisata tetapi juga dapat menarik wisata mancanegara untuk mengunjungi berbagai destinasi wisata di Indonesia.

Industri pariwisata adalah sekumpulan usaha pariwisata yang saling berkaitan untuk menghasilkan barang dan jasa yang akan memenuhi kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (Undang-Undang Pariwisata no 10 tahun 2009). Menurut R.S Darmajadi tentang industri pariwisata adalah

gabungan dari berbagai ragam bidang usaha, yang bersama-sama saling menghasilkan produk-produk maupun jasa-jasa atau layanan-layanan atau service, yang diharapkan kelak baik secara langsung ataupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perawatannya (Yoeti, 1996:153).

Perkembangan industri pariwisata telah mengalami perubahan yang dapat dilihat dari banyak munculnya destinasi wisata terbaru, transportasi dan kondisi jalan ke daerah tujuan wisata semakin lebih baik, fasilitas yang disediakan semakin bagus, toko oleh-oleh dan cendera mata disediakan untuk memudahkan wisatawan membeli kenang-kenangan yang ada di daerah destinasi wisata. Industri pariwisata dapat membuka berbagai peluang usaha yang tentunya membutuhkan banyak tenaga kerja sehingga pengangguran disuatu daerah dapat berkurang. Masyarakat dapat mendirikan suatu usaha yang berkaitan dengan penyediaan fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan seperti menyediakan penginapan atau hotel, restoran, agen perjalanan, penyedia jasa transportasi, pemandu wisata, penyedia *souvenir* dan kuliner khas suatu daerah, atraksi wisata dan lain sebagainya.

Kuliner berasal dari bahasa inggris yakni *culinary* yang berarti sebagai sesuatu yang terkait dengan masakan atau dapur. Ruang lingkup kuliner tidak hanya menyangkut seni memasak, tetapi juga bisnis yang memerlukan manajerial agar bisa bertahan dan berkembang dari waktu ke waktu. Perkembangan kuliner di Indonesia terbagi kedalam tiga fase yang dipengaruhi oleh budaya yang berkembang pada saat itu. Fase

pertama yaitu *original food* yang terbentuk pada zaman kerajaan besar di nusantara sebelum kedatangan penjajah. Jenis hidangannya mempunyai ciri khas makanan yang dikukus, dibungkus dengan daun pisang serta bahan baku utamanya adalah beras dan umbi-umbian. Fase kedua (*multicultural food*) dimana hidangan sudah dipengaruhi oleh seni memasak para pendatang utamanya adalah Belanda, China dan Arab. Contohnya seperti sosis solo, bergedel, siomay, bakwan, gulai dan lainnya. Fase ketiga adalah kuliner kontemporer yang banyak dipengaruhi oleh industri makanan yang mengarah pada masakan instan (*fast food*) contohnya seperti ayam goreng tepung. (Alamsyah, 2008:2).

Indonesia merupakan negeri yang memiliki beragam budaya, salah satu buktinya dengan terdapat beragam jenis makanan tradisional. Setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki makanan dengan ciri khas tersendiri. Meski demikian, ada juga terdapat kemiripan antara masakan daerah satu dengan yang lainnya. Makanan tradisional merupakan salah satu aset bangsa yang harus dilestarikan agar keberadaannya tetap terjaga atau tidak punah karena peradaban dan perkembangan teknologi yang setiap saat terus mengalami perubahan.

Wisata kuliner adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang meliputi kegiatan mengkonsumsi makanan lokal dari suatu daerah, dengan tujuan utamanya adalah menikmati makanan dan minuman dan atau mengunjungi suatu kegiatan kuliner, seperti mengunjungi pusat industri makanan dan minuman, dan juga mencari oleh-oleh khas dari suatu daerah yang akan dijadikan buah

tangan oleh wisatawan. Untuk memajukan wisata kuliner terutama kuliner khas suatu daerah maka perlu dilakukan pengelolaan secara profesional dengan adanya usaha pemasaran dan promosi.

Di Kabupaten Indragiri Hulu, khususnya di Rengat terdapat souvenir khas salah satunya dodol kedondong. Dodol kedondong tercipta karena melimpahnya hasil buah kedondong di Rengat. Agar buah kedondong tidak terbuang sia-sia maka diciptakanlah suatu inovasi makanan yang dapat bertahan lama dengan bahan dasar buah kedondong yaitu dodol kedondong. Dengan terciptanya dodol kedondong menambahkan daftar souvenir khas yang dapat dijadikan buah tangan bagi wisatawan yang datang ke kabupaten Indragiri Hulu, khususnya di Rengat.

Tabel 1.1
Beberapa Nama Tempat Produksi
Dodol Kedondong
Di Kabupaten Indragiri Hulu Riau

No	Nama UKM/ Merek	Alamat
1	KUBE Rendri	Jl. Datuk Hasyim, Kp. Besar Seberang Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
2	Raja Dodol Kedondong	Jl. Narasinga, Kp. Besar Kota, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
3	Dodol Kedondong Bagus	Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
4	Dodol Kedondong Rani	Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau

Sumber : *Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Indragiri 2019*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa terdapat empat tempat produksi dodol kedondong

sebagai pemasok utama dodol kedondong ke berbagai toko oleh-oleh yang ada di Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau. Dengan adanya industri dodol kedondong dapat menjadi ladang usaha bagi pemilik toko oleh-oleh yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu.

Tabel 1.2
Beberapa Nama Toko Tempat Menjual Dodol Kedondong Di Kabupaten Indragiri Hulu Riau

No	Nama Toko	Alamat
1	SW Mart	Jl. Veteran, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
2	Wilson Mart	Jl. MT Haryono, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
3	Wijaya Mart	Jl. Hasanudin, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
4	Toko Oleh-oleh Nyonya Ek Eng	Jl. Laksamana Laut Yos Sudarso, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
5	Toko Chungli	Jl. Veteran, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
6	Toko Kokiku	Jl. Yos Sudarso, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
7	Indragiri Mart	Jl. Sultan, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau
8	Toko Manisan	Jl. Sudirman, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau

Sumber : *Dinas Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu, 2019*

Berdasarkan tabel 1.2 terdapat beberapa toko di Indragiri Hulu yang menjual kuliner khas Rengat yaitu

dodol kedondong. Dengan adanya toko yang menjual oleh-oleh khas Indragiri Hulu diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Indragiri Hulu khususnya di Kota Rengat. Wisata kuliner membuka peluang yang begitu besar bagi pengusaha untuk mendirikan usaha dibidang kuliner terutama kuliner khas dari suatu daerah contohnya seperti dodol kedondong. Keunikan dari dodol kedondong menjadikannya menjadi kuliner yang begitu menarik bagi setiap orang yang melihatnya karena sangat jarang ditemui dodol kedondong, dodol biasanya banyak yang memiliki cita rasa buah yang familiar saja seperti durian. Jarang sekali dodol yang memiliki cita rasa kedondong.

Tabel 1.3
Beberapa Jenis Dodol Di Kabupaten Indragiri Hulu Riau

No	Jenis Dodol	Nama UKM/ Merek
1	Dodol Kedondong	KUBE Rendri Raja Dodol Kedondong Dodol Kedondong Bagus Dodol Kedondong Rani
2	Dodol Nanas	Dodol Nanas Sri
3	Dodol Tomat	KUBE Rendri
4	Dodol Nangka	KUBE Rendri

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat bahwa dodol sangat beragam jenisnya lain daerah tentu akan berbeda pula jenis dodol yang ada. Khusus di kabupaten Indragiri Hulu terdapat empat macam jenis dodol.

Tabel 1.4
Penjualan Dodol Kedondong
KUBE Rendri pada Tahun 2014-
2019

No	Tahun	Penjualan
1	2014	240 kotak/Bulan
2	2015	255 kotak/Bulan
3	2016	270 kotak/Bulan
4	2017	285 kotak/Bulan
5	2018	300 kotak/Bulan
6	2019	325 kotak/Bulan

Sumber : *Kelompok Usaha Bersama Rengat Indragiri (KUBE Rendri)*

Berdasarkan tabel 1.4, rata-rata penjualan dodol kedondong Kelompok Usaha Bersama Rengat Indragiri (KUBE Rendri) dari tahun ketahun semakin meningkat. Untuk harga perkotaknya dodol kedondong adalah Rp. 20.000.

Sebagai pembandingan data penjualan dodol kedondong KUBE Rendri, dibawah ini penulis menyajikan data penjualan oleh tempat produksi dodol kedondong yang lain sebagai berikut:

Peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang bertujuan mengembangkan kuliner khas Rengat Indragiri Hulu Riau dapat menarik wisatawan yang lebih banyak lagi mengunjungi kota Rengat. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung maka semakin besar kemungkinan wisatawan membeli oleh-oleh khas dari kota Rengat yang tentu saja menguntungkan bagi rumah produksi dodol kedondong khususnya KUBE Rendri agar dapat bersaing dengan merek usaha dodol kedondong yang lainnya dan toko oleh-oleh. Dari sekian banyaknya jenis dodol peneliti memilih dodol kedondong dikarenakan dodol kedondong hanya terdapat di kabupaten Indragiri Hulu Riau, tidak seperti dodol yang

lainnya selalu ada disetiap daerah lain di Indonesia. Sehingga penulis menginginkan dodol kedondong dapat dikenal oleh semua orang tidak hanya di kenal di kabupaten Indragiri Hulu saja. Penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti sendiri dan para pembaca dari penelitian ini, sehingga tercapai semua yang diharapkan. Oleh sebab itulah penulis membuat judul **“Dodol Kedondong sebagai Souvenir Khas Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Riau”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, dapat disimpulkan apa yang menjadi pokok penelitian, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana proses pembuatan dodol kedondong?
2. Bagaimana proses pengemasan dodol kedondong?
3. Bagaimana pelaksanaan promosi souvenir khas Rengat dodol kedondong Kelompok Usaha Bersama Rengat Indragiri (KUBE Rendri) Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Riau

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk menjabarkan proses pembuatan dari dodol kedondong.
2. Untuk mengetahui proses pengemasan dari dodol kedondong sebelum dipasarkan kepada konsumen.
3. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan promosi kuliner khas Rengat dodol kedondong KUBE Rendri kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Riau

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan media informasi pembelajaran dan penerapannya secara lebih lanjut. Selain itu juga menjadi panduan yang lebih akurat dari penelitian sebelumnya, agar pengetahuan semakin berkembang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat kepada semua orang maupun bagi penulis melalui analisis yang telah dipaparkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Souvenir

Souvenir merupakan salah satu ungkapan terima kasih untuk tamu di hari istimewa, misalnya acara pernikahan, ulang tahun, tujuh bulanan, tasyakuran umroh atau haji dan sebagainya. (Untasnia, 2010:7)

Souvenir adalah benda yang identik dengan suatu daerah atau suatu event tertentu. Bentuknya bisa mungil, ringkas, dan memiliki nilai artistik. (Nurnitasari, 2009:144)

2.2 Kuliner Tradisional

Kuliner tradisional Indonesia adalah segala jenis makanan olahan asli Indonesia, khas daerah setempat, mulai dari makanan lengkap, selingan dan minuman, yang cukup kandungan gizi, serta biasa dikonsumsi oleh masyarakat daerah tersebut.

Kuliner tradisional memiliki beberapa keunggulan yaitu:

- a. Memiliki rasa yang gurih, rasa gurih bisa berasal dari kandungan lemak, protein atau garam yang terdapat pada

makanan tersebut. Makanan yang di goreng lebih mudah diterima oleh lidah masyarakat Indonesia dibandingkan dengan makanan yang dikukus atau direbus.

- b. Berbumbu (*spicy*), jenis masakan di Indonesia sangat kaya dengan bumbu rempah-rempahnya. Perpaduan rasa yang dihasilkan antara bahan baku dan bumbu menciptakan rasa yang sangat disukai oleh semua orang. Contohnya pada masakan padang, hampir semua orang menyukai masakan padang yang kaya akan bumbu dan sangat cocok dimakan bersamaan dengan nasi.
- c. Rasa sensasional, rata-rata masyarakat menyukai makanan yang memiliki rasa sensasional seperti pedas, asin, manis dan asam. Hampir disetiap masakan tradisional Indonesia mengandung cabe didalamnya karena orang Indonesia sangat menyukai masakan yang pedas.
- d. Tanpa aturan baku (*fleksibel*), dalam makanan tradisional Indonesia tidak mengenal adanya makanan pembuka dan makanan penutup. Tidak ada aturan yang berlaku bagi masakan tradisional Indonesia.
- e. Unik, artinya masakan tradisional mempresentasikan keunggulan daerah asal atau mewakili symbol daerah. Di tiap daerah meski terkadang ada kesamaan selalu memiliki perbedaan. (Alamsyah, 2008: 21-23)

2.3 Makanan Khas

Indonesia merupakan negara yang memiliki ragam suku dan bangsa yang memiliki keanekaragaman olahan masakan

yang menjadi ciri khas daerah tersebut atau sering disebut masakan khas daerah. Makanan khas daerah adalah makanan yang biasa di konsumsi di suatu daerah yang mencerminkan karakter dari masyarakat daerah tersebut. (Sakti, 2010: 1)

2.4 Kemasan Kuliner Tradisional

Kemasan secara garis besar dapat dibagi berdasarkan bentuk dan bahan bakunya atau materialnya ke dalam beberapa kategori, yaitu kemasan natural/alam (bamboo, daun, dan kayu), kemasan kertas dan karton (termasuk karton gelombang), Kemasan plastic (rigid dan semi – rigid), kemasan fleksibel, kemasan gelas, serta kemasan logam (aluminium dan baja) (Julianti, 2014: 37).

2.5 Wisata Kuliner

Menurut Harsana (2008: 2), wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara suka rela serta bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman.

Wisata kuliner sangat membuka peluang yang begitu besar bagi industri pariwisata. Apalagi jika disuatu objek wisata terdapat berbagai macam oleh-oleh khas yang akan dijadikan buah tangan oleh pengunjung yang datang ke daerah wisata sebagai kenang-kenangan kepada keluarga atau kerabat yang tidak ikut melakukan suatu perjalanan wisata atau hanya sekedar mencicipi untuk pribadi wisatawan itu sendiri.

2.6 Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan komunikasi di mana organisasi penyelenggara pariwisata berusaha memengaruhi khalayak dari mana penjualan produknya bergantung.

Berbagai metode promosi dapat ditempuh oleh pemasar produk pariwisata, sehingga menjadi sangat penting untuk menetapkan tujuan promosi yang hendak dicapai terlebih dahulu. Tahapan promosi dimulai dari (1) penetapan tujuan promosi perusahaan; (2) menetapkan beberapa statemen alternatif berkaitan dengan perbedaan strategi bauran promosi yang memungkinkan untuk mencapai tujuan. Tahap ini harus mempertimbangkan beberapa hal, di antaranya seluruh kemungkinan metode promosi yang tersedia, biaya yang tersedia, posisi kompetitif perusahaan dan produk saat sekarang, evaluasi dari program promosi sebelumnya, sikap dan perilaku wisatawan terhadap produk, serta asumsi mengenai promosi apa yang paling efektif; (3) membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan promosi yang terukur dengan memperhitungkan target *audiens* yang spesifik, hal pokok yang akan dikomunikasikan, tugas dan tanggung jawab, dan periode waktu yang dipergunakan, dan; (4) penilaian dari rencana promosi agar sesuai dengan anggaran yang tersedia, sumber daya manusia yang ada, dan waktu yang diperlukan. Jika perlu, tujuan promosi dan alternatif pencapaiannya bisa ditinjau kembali. (Pitana, 2009: 177)

2.7 Bauran Promosi

Bauran promosi atau bauran komunikasi adalah komponen promosi yang digunakan dalam komunikasi pemasaran yang terdiri dari:

- a. Penjualan personal (*personal selling*)
- b. Periklanan (*advertising*)
- c. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- d. Publisitas (*publicity*)

e. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

2.8 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (1966 dalam Pitana, 2009: 153) bahwasanya "*Marketing as a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others*". Maksud dari pengertian tersebut adalah Pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain.

2.9 Pemasaran Pariwisata

Pemasaran pariwisata adalah proses adalah proses manjerial yang mengantisipasi dan memuaskan keinginan pengunjung yang ada dan calon pengunjung secara lebih efektif dari pemasok atau destinasi pesaing Lumsdon (1977, dalam Vellas, 2008: 12). Pemasaran pariwisata adalah mengkomunikasikan dan menggaris bawahi nilai dari produknya. Produk pariwisata secara keseluruhan terdiri atas alam maupun fasilitas seperti angkutan dan akses, infrastuktur, restoran dan kuliner khas daerah wisata.

2.10 Bauran Pemasaran

Menurut Buchari Alma (2012: 205), Bauran pemasaran merupakan strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan.

Menurut McCarthy (1978 dalam Pitana 2009: 172) *Marketing mix* (bauran pemasarn) merupakan keputusan yang dibuat dala hubungannya dengan 4P yaitu

product, price, promotion, dan place(distribution).

2.11 Kelompok Usaha Bersama Rendri

KUBE bertujuan untuk Kelompok Usaha Bersama Rengat Indragiri (KUBE Rendri) adalah salah satu program dari pemerintahan Indragiri Hulu untuk memberdayakan kelompok usaha menengah yang berada di kabupaten Indragiri Hulu khususnya kota Rengat. KUBE Rendri difokuskan kepada oleh-oleh khas Rengat yaitu dodol kedondong, dodol nanas, dodol tomat, dan dodol nangka.

2.12 Kuliner Dodol Kedondong Khas Rengat

Kota Rengat merupakan kota yang banyak memiliki pohon kedondong, sehingga buah kedondong banyak sekali di Kota Rengat. Kota Rengat dijuluki sebagai Kota kedondong karena sering dijumpai pohon buah kedondong. Dengan adanya buah kedondong yang sangat berlimpah maka terbentuklah suatu makanan dari buah kedondong yaitu dodol kedondong yang sekarang juga menjadi oleh – oleh khas di Indragiri Hulu, khususnya di Rengat.

2.13 Penelitian Terdahulu

2.14 Kerangka Berfikir Penelitian

2.15 Konsep Operasional

1. Souvenir
2. Kuliner
3. Pelaksanaan
4. Promosi
5. Dodol Kedondong
6. Kelompok Usaha Bersama

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara pengumpulan data dan analisis. Dari analisis data tersebut kemudian peneliti akan hasil apakah itu berupa

penegasan atas teori yang pernah ada (*confirmation*) atau suatu penemuan baru (*discovery*). Rudy C. Tarumingkeng (2010 dalam Raco, 2010:1)

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penggambaran secara kualitatif fakta, data atau objek material yang bukan berupa rangkaian angka, melainkan berupa ungkapan bahasa atau wacana (apapun itu bentuknya) melalui interpretasi yang tepat dan sistematis (Wibowo, 2011:43)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di KUBE Rendri Jl. Datuk Hasyim, Kelurahan Kampung Besar Seberang, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau.

2. Waktu Penelitian

Penulis melakukan Penelitian selama 4 bulan yaitu pada bulan Maret 2020 hingga Juni 2020.

3.3 Informan Kunci

Yang menjadi informan kunci penelitian yang akan dilakukan penulis adalah pemilik industri dodol kedondong KUBE Rendri yang berjumlah 1 orang dan pembeli dari dodol kedondong yang berjumlah 3 orang.

3.4 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data primer diperoleh langsung sumbernya (Istijanto, 2005:32).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data dan informasi ataupun keterangan dari instansi yang berhubungan dengan penelitian

mengenai Program Pemberdayaan Masyarakat.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah seluruh kegiatan pengamatan terhadap suatu objek atau orang lain. Seperti, ciri-ciri, motivasi, perasaan-perasaan dan iktikad orang lain yang merupakan bentuk observasi perilaku manusia (Freddy Rangkuti, 2017:42). Data-data yang diperoleh dalam observasi itu dicatat dalam suatu catatan observasi. Kegiatan dalam hal ini adalah bagian daripada kegiatan pengamatan.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur dan individual, ketika seseorang responden ditanyai pewawancara guna mengungkapkan perasaan, motivasi, sikap atau keyakinannya terhadap suatu topik SDM. Malhotra (2004 dalam Istijanto, 2005:72). Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pengelola industri dodol kedondong, dan pedagang.

3. Dokumentasi

Menurut Vigih Hery Kristanto (2018:64) dokumentasi adalah salah satu cara mengumpulkan data penelitian. Teknis pelaksanaan pengumpulan data dengan metode ini adalah peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang telah ada, kemudian data diperoleh berdasarkan dokumen tersebut. Dokumen biasanya terdapat pada arsip-arsip suatu instansi. Dengan kecanggihan teknologi dokumen terbagi menjadi dua yaitu *hardcopy* dan *softcopy*.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif

yang digunakan peneliti sebagaimana yang dikemukakan Miles dan Hubberman (Sugiyono, 2007: 204) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Langkah-langkah tersebut sebagai berikut.

1. Reduksi data

Reduksi data adalah penyerderhanaan yang dilakukan melalui pemfokusan, seleksi dan keabsahan data mentah yang menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.

2. Penyajian data

Penyajian data pada data kualitatif yang sering digunakan adalah bentuk naratif. Penyajian-penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan untuk melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada rumusan masalah dan tujuan yang hendak dicapai.

3.7 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Pengumpulan data
Dodol Kedondong sebagai Souvenir Khas Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Riau	Produk	a. Bentuk makanan yang disajikan b. Tekstur makanan c. Aroma makanan d. Warna makanan e. Cita rasa	a. Wawancara b. Observasi c. dokumentasi
	Harga	Harga Dodol Kedondong	
	Promosi	Social Media dan media cetak.	
	Lokasi	Lokasi	

		stategis	
--	--	----------	--

Sumber: *Hariadi Noprison, 2019*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1. Geografis Kabupaten Indragiri Hulu

4.1.2. Kelompok Usaha Bersama Rengat Indragiri (KUBE Rendri)

Kelompok Usaha Bersama Rengat Indragiri (KUBE Rendri) awalnya terbentuk dari perkumpulan Ibu-Ibu PKK di Rengat yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan pengetahuan mengenai usaha yang dapat menguntungkan dari anggota PKK lainnya tepatnya pada tanggal 15 April 2010 sampai sekarang tepatnya sudah 10 tahun KUBE Rendri menjalankan bisnis kulinernya.

4.1.3 Dodol Kedondong

Kota Rengat merupakan kota yang banyak memiliki pohon kedondong, sehingga buah kedondong banyak sekali di Kota Rengat. Kota Rengat dijuluki sebagai Kota kedondong karena sering dijumpai pohon buah kedondong. Dengan adanya buah kedondong yang sangat berlimpah maka terbentuklah suatu makanan dari buah kedondong yaitu dodol kedondong yang sekarang juga menjadi oleh – oleh khas di Indragiri Hulu, khususnya di Rengat.

4.1.4 Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu

Kabupaten Indragiri Hulu memiliki 38 usaha penyediaan akomodasi berupa hotel/ penginapan melati. Belum tersedianya hotel berbintang di wilayah ini, namun demikian ada beberapa penginapan

yang memiliki fasilitas yang cukup memadai. Pada tahun 2018 tercatat ada sebanyak 45 objek wisata yang menyebar hampir di semua Kecamatan Kabupaten Indragiri Hulu. Objek wisata alam merupakan jenis objek wisata yang dominan di wilayah tersebut, dan sebagian besar terdapat di Kecamatan Batang Gansal.

4.2 Dodol Kedondong sebagai Souvenir Khas Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Riau

4.2.1 Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk melakukan tindakan berdasarkan fungsi-fungsinya, meliputi daya tahan suatu produk, cita rasa, warna makanan, aroma makanan, tekstur makanan dan kemasan dari makanan yang disajikan harus menggunakan bahan baku yang baik agar kualitas suatu produk siap untuk dipasarkan.

Untuk menghasilkan suatu produk harus sesuai dengan tahap-tahap untuk mendapatkan kualitas produk yang baik. Penggunaan bahan yang tepat dan proses pembuatan yang sangat teliti mampu menjaga ketahanan dari dodol kedondong tersebut. Bahan-bahan untuk membuat suatu produk makanan harus dari sumber yang dipercaya kualitas dan rasanya. Bahan haruslah segar, tidak berketu, tidak basi, dan memiliki kualitas bahan yang terbaik. Bahan yang berkualitas sebaiknya diperoleh dari petani atau tempat usaha tempat bahan tersebut dibuat agar dapat mengetahui secara langsung proses pembuatan bahan yang sehat dan baik. Jika menggunakan bahan yang tidak baik akan membuat produk dodol kedondong berubah cita rasanya dan

bisa saja menyebabkan dodol cepat kadaluarsa.

4.2.1.1 Cita Rasa Makanan

Rasa merupakan suatu nilai yang terkandung dalam produk yang langsung dapat dinikmati oleh konsumen. Rasa pada setiap makanan berbeda-beda sesuai dengan ciri khas dari suatu produk tersebut. Dodol kedondong memiliki ciri khas rasa manis dan sedikit asam.

4.2.1.2 Warna Makanan

Selanjutnya warna makanan juga merupakan komponen penting dari kualitas suatu produk. Warna makanan biasanya diperoleh dari pencampuran bahan baku makanan atau menambahkan pewarna baik yang alami maupun buatan (kimia) khusus untuk makanan.

4.2.1.3 Aroma Makanan

Aroma makanan biasanya tercipta karena bahan-bahan yang terkandung dalam makanan tersebut dan ditambah dengan aroma yang dihasilkan pada proses memasak suatu makanan.

Aroma makanan juga menjadi penentu seseorang untuk mencicipi suatu produk makanan. Aroma makanan yang terkandung dalam dodol kedondong begitu segar dikarenakan faktor asam dan manis dari buah kedondong itu sendiri. Aroma makanan yang sesuai dapat menumbuhkan selera makan pada konsumen itu sendiri.

4.2.1.4 Tekstur Makanan

Tekstur makanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam penentuan kualitas produk yang baik.

Tekstur makanan yang baik harus dihasilkan dari produk makanan sehat yang dibuat dari bahan-bahan alami dan tidak membahayakan kesehatan konsumen. Tekstur makanan yang baik akan meningkatkan nilai kepuasan konsumen pada saat mengkonsumsi produk tersebut.

Tekstur makan pada suatu produk sangat berperan penting dalam penentuan kualitas produk yang baik. Produk yang baik adalah produk yang mengandung nilai gizi dan tidak menggunakan bahan-bahan yang merugikan konsumen.

4.2.1.5 Bentuk Makanan yang Disajikan

Bentuk makanan yang disajikan sangat penting untuk menunjukkan bahwa suatu produk makanan itu berkualitas baik. Bentuk suatu makanan harus menarik agar konsumen tertarik untuk mengkonsumsi produk makanan tersebut. Di zaman yang modern ini banyak sekali inovasi-inovasi bentuk makanan yang menggugah selera setiap orang yang melihat makanan tersebut.

4.2.1.6 Kemasan

Kemasan berfungsi sebagai pembungkus yang memiliki nilai estetis yang dapat mengingatkan konsumen terhadap suatu produk makanan tersebut. Kemasan suatu produk harus memiliki ciri khas yang membedakan dengan produk yang lainnya.

Kemasan yang baik harus tetap mengutamakan produk agar produk tidak cepat rusak dan tetap terjaga rasa dan kualitasnya.

Kemasan dodol kedondong seiring berjalannya waktu sudah banyak mengalami perkembangan dikarenakan zaman yang sudah semakin canggih, biasanya kemasan suatu produk makanan hanya menggunakan bahan-bahan alami saja tetapi pada saat ini produsen telah banyak menggunakan kemasan berbahan plastic dan kertas seperti yang digunakan produsen dodol kedondong yang ada di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Ini. Kemasan berbahan kertas dibuat membentuk sebuah kotak yang diluarnya diberi gambar dan desain yang menarik menjelaskan tentang deskripsi produk yang dijual ditambah dengan lapisan plastic diluarnya memberikan kesan aman kepada suatu produk karena terhindar dari paparan debu dan sebagainya.

4.2.2 Harga

Pengertian harga adalah salah satu elemen penting dalam manajemen dalam pengelolaan bisnis makan dan minuman. Sesuai dengan tipe atau jenis restoran terdapat harga yang tinggi, sedang dan rendah. Setiap merek suatu produk memiliki harga yang beraneka ragam tergantung dengan penjual suatu produk makanan tersebut.

Harga dodol kedondong disesuaikan dengan para pengunjung dan pembeli dari dodol kedondong tersebut. Harga yang ditawarkan bervariasi mulai dari harga yang terendah sampai harga yang tinggi. Konsumen dapat memilih harga yang sesuai dengan yang diinginkannya.

4.2.3 Promosi

Promosi yang dilakukan oleh pedagang adalah makan di tempat atau membawa pulang makanan

tersebut, untuk membujuk atau mempengaruhi calon pembeli dan pelanggan, untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari pasar tersebut.

Maksud dari pengaruh promosi adalah konsumen satu mempengaruhi konsumen yang lain agar berkunjung ke Kabupaten Indragiri Hulu. Misalnya konsumen yang telah mengunjungi Kabupaten Indragiri Hulu kepada konsumen yang lain sehingga konsumen yang lain tertarik berbelanja dodol kedondong di Kabupaten Indragiri Hulu tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi dikenal dengan yang disebut acuan atau bauran pemasaran, promosi penjualan, publisitas.

4.2.4 Tempat

Lokasi adalah salah satu penentu tempat yang bisa dikunjungi oleh pelanggan. Toko oleh-oleh yang menjual dodol kedondong KUBE Rendri terletak di tengah kota Rengat. Toko oleh-oleh satu sama lain berjarak sangat dekat di suatu lokasi yang sering dikunjungi oleh pengunjung sehingga pengunjung sangat mudah untuk menjumpai toko oleh-oleh. Fasilitas yang disediakan oleh masing-masing toko oleh-oleh adalah area parkir yang luas dan tersedia tempat untuk makan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1. Lokasi yang berada di tengah kota Rengat sangat menguntungkan bagi pedagang dodol kedondong dan juga sangat mudah untuk di akses oleh wisatawan atau pengunjung yang berkunjung ke Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Ditambah dengan harga yang terjangkau mampu menjadi daya tarik konsumen untuk membeli dodol kedondong tanpa berpikir panjang untuk membelinya.
- 5.1.2. Kualitas produk memberikan dampak yang bagus bagi kepuasan konsumen atau wisatawan, kualitas ini mencakup dari cita rasa, tekstur, dan kemasan yang unik.
- 5.1.3. Pemasaran yang dilakukan oleh pengelola yaitu dengan bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Dinas-Dinas yang terkait serta melakukan promosi melalui sosial media.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran untuk pelaksanaan pemasaran kedepannya guna lebih berkembangnya kuliner khas Melayu Riau :

- 5.2.1. Lebih ditingkatkan lagi cita rasa dan kekhasan dari dodol kedondong, jangan sampai rasa dari kedondong itu berkurang karena dapat

- mengubah rasa dari dodol kedondong tersebut.
- 5.2.2. Diperlukan inovasi terbaru dalam pembuatan dodol kedondong tanpa mengurangi ciri khas dari dodol kedondong tersebut.
- 5.2.3. Lebih ditingkatkan lagi pelaksanaan pemasarannya melalui sosial media

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. 2008. *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: Gramedia
- Anwar, Dessy. 2003. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia
- Auzan dan Edriana. 2017. "Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru". Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Bramawijaya Malang
- Hanief, Shofwan dan Dian Pramana. 2018. *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi
- Harsana, Minta. 2008. "Wisata Kuliner Di Yogyakarta". Universitas Gadjah Mada
- Istijanto. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia
- Julianti, Sri. 2014. *The Art of Packaging*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Klimchuck dan Krasovec. 2007. *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran edisi ke Sembilan jilid I*. Alih Bahasa oleh Benjamin Molan. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan Hendra Teguh, SE, AI dan Romy A, Rusly, SE, AK. Edisi Kesembilan jilid 1, Jakarta: Prehallindo
- Kristanto, Vigih Hery. 2018. *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: Budi Utama
- Kristiani, Dian. 2016. *Ensiklopedia Negeriku Makanan Tradisional*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer
- Kristina, Yustisia dkk. 2018. "Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang". Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan
- Noprison, Hariadi. 2019. "Pelaksanaan Pemasaran Kuliner Khas Melayu Riau Galamai Di Toko Oleh-Oleh Bu Asti Kabupaten Kuantan Singingi Kecamatan Kuantan Tengah". Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
- Nurnitasari, Putri dkk. 2009. *Menjadi Pengusaha Setelah di-PHK*. Yogyakarta: IndonesiaTera

- Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Rai Utama, I Gusti Bagus. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Raco, J R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo
- Ramli, Samsul dan Fahrurrazi. 2014. *Bacaan Wajib Swakelola Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Jakarta: Visimedia
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellence*. Jakarta: Gramedia
- Satuhu, Suyanti dan Sunarmani. 2002. *Membuat Aneka Dodol Buah*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Subroto, Budiarto. 2011. *Pemasaran Industri*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Untasnia, Putri dkk. 2010. *Inspirasi Souvenir*. Surabaya: Tiara Aksa
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Vellas, Francois dan Lionel Becherel. 2008. *Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Wibowo, Wahyu. 2011. *Cara Cerdas Menulis Artikel Ilmiah*. Jakarta: Kompas Media Nusantara
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Website:
- Anonim. 2012. *Pengertian (Arti) Makanan Khas*. <https://serbaserbimakanankhas.wordpress.com/2012/10/10/pengertian-arti-makanan-khas/>. Diakses pada 20 Mei 2019
- Anonim. 2015. *Definisi Wisata Kuliner*. <https://omguguh.wordpress.com/2015/02/04/definisi-wisata-kuliner/>. Diakses pada 12 Mei 2019
- Anonim. 2018. *Teknik Analisis Data Kualitatif: Contoh & Prosesnya*. <http://sosiologis.com/teknik-analisis-data-kualitatif>. Diakses pada 22 Mei 2019
- Anonim. 2019. *Kuliner Tradisional Indonesia*. https://id.wikipedia.org/wiki/Kuliner_tradisional_indonesia. Diakses pada 19 Mei 2019
- Sakti, Zein. 2010. *Pengertian Makanan Khas Daerah dan Karakteristiknya*. <https://www.awalilmu.com/2017/10/pengertian-makanan-khas-daerah-dan-karakteristiknya.html>. Diakses pada 18 Mei 2019