

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI WISATA
PASAR KULINER TRADISIONAL DHOPLANG DUSUN
KEMBAR DESA PANDAAN KECAMATAN SLOGOHIMO
KABUPATEN WONOGIRI**

Skripsi

Program Sarjana S-1

Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)



Disusun Oleh:

Erlifa Arum Muzazanah

1901046039

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Lamp. : 5 (Lima) eksemplar
Hal : Peretujuan Naskah Skripsi

Kepada:
Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Erlifa Arum Muzazanah
NIM : 1901046039
Jurusan/Konsentrasi : Pengembangan Masyarakat Islam
Judul : Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Pasar Kuliner Tradisional
Dhoplang Dusun Kembar Desa Pandan Kecamatan Slogohimo Kabupaten
Wonogiri

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui dan mohon agar segera diujikan. Atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 11 September 2023

Pembimbing



Dr. Kasnuri, M. Ag

NIP. 196608221994031003

HALAMAN PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI WISATA PASAR KULINER
TRADISIONAL DHOPLANG DUSUN KEMBAR DESA PANDAAN KECAMATAN
SLOGOHIMO KABUPATEN WONOGIRI

Disusun Oleh:

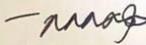
Erlifa Arum Muzazanah

1901046039

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 21 September 2023 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



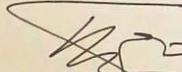
Dr. Agus Rivadi, S. Sos.I., M.S.I.
NIP: 198008162007101003

Sekretaris/Penguji II



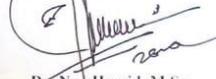
Dr. Sulistio, S. Ag., M. Si.
NIP: 197002021998031005

Penguji III



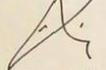
Dr. Hatta Abdul Malik, M.S.I.
NIP: 198003112007101001

Penguji IV



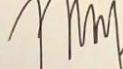
Dr. Nur Hamid, M.Sc.
NIP: 198910172019031010

Mengetahui
Pembimbing



Dr. Kasmuri, M. Ag.
NIP: 196608221994031003

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Rada tanggal.



Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP: 197204102001121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri” ini adalah hasil kerja saya sendiri dan bukan salinan dari skripsi atau tulisan yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di UIN Walisongo Semarang maupun di perguruan tinggi lainnya. Pengetahuan yang diberikan dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 11 September 2023

Erlifa Arum Muzazanah

1901046039

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan para pengikutnya, dengan harapan semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Skripsi berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri” ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan kerjasama dari pihak lain. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini. Segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag. Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Agus Riyadi, S.Sos.I. Selaku Ketua Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam.
4. Dr. Kasmuri, M. Ag. Selaku Dosen Wali sekaligus pembimbing yang banyak memberikan arahan, bimbingan dan dukungan serta yang telah banyak meluangkan waktu dan selalu memberimaskan dalam menyelesaikan kepenulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staf di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membantu yang tentu tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

6. Bapak dan Ibu tenaga kependidikan di Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Perpustakaan Pusat UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan izin layanan perpustakaan yang diperlukan peneliti dalam setiap penyusunan skripsi.
7. Seluruh pengurus dan anggota organisasi Pasar Dhoplang, Kepala Desa dan Jajaran pengurus pemerintahan Desa Pandaan yang sudah memberikan izin dan telah meluangkan waktu untuk kepentingan penelitian.
8. Kedua orang tua penulis Bapak Tugimin dan Ibu Pani Sumarni yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, doa dan dukungan secara materil serta moriil sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi strata 1 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semaarang.
9. Saudara kandung penulis, Kak Dewi Handayani, Kak Yuli setyowati dan Kak Thoyiban Adi Putra, terima kasih selalu percaya pada mimpi-mimpi penulis, terima kasih atas segala motivasi, doa dan dukungan materiiil tambahannya. Serta Alghazi, ponakan penulis yang menghibur saat sedang malas malasnya. Semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan.
10. Sahabat sekaligus teman makan, teman satu kost, teman tidur, teman kemana aja dan teman berjuang di tanah rantau Semarang, terima kasih telah menemani melewati ini semua, telah menjadi pendengar keluh kesah dan adu nasib. Terima kasih telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal sampai akhir. Salam semangat dan sukses bareng, katanya mau jadi artis Tiktok punya rumah elit di BSB terus kita tetangga.
11. Putri Namira Sagita, sahabat penulis juga teman berjuang melawan kemalasan mengerjakan skripasian di Semarang, terima kasih selalu mau diajak kemana saja tanpa pikir panjang, terima kasih atas tumpangan boleh nginep di kost nya.

12. Lutfia Rahma Herdianti, sahabat penulis yang rela bolak-balik Semarang Kendal untuk memperjuangkan skripsi dan mau diajak kemana saja keliling Semarang demi menetralkan pikiran ditengah gempuran banyak teman wisuda duluan. Terima kasih perjuanganmu dan kisah indah ini.
13. Silvia Anisfitriah, sahabat penulis dari SMA sampai sekarang, orang baik, murah ilmu, ringan tangan, penasehat ulung nomer satu soal skripsian. Terima kasih telah membantu, mendukung, memberi motivasi dalam penyusunan skripsi dari awal sampai akhir. Selalu murah ilmu terus yaa, *see you on top* kawan katanya kita mau bikin dan buka usaha bareng, semoga terwujud.
14. Isna oktavia, sahabat penulis dari SMA juga yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi supaya segera selesai dan lulus. Terima kasih kawanku.
15. Pramelia Arinda Putri, sahabat penulis yang telah kebersamai, mengajari, meluangkan waktu untuk menjawab keresahan penulis saat mengerjakan skripsi ini.
16. Seluruh teman Pemberdayaan Masyarakat Islam angkatan 2019.

Tidak ada yang bisa penulis berikan kepada mereka selain untaian rasa terima kasih dan iringan doa semoga Allah Swt. membalas semua amalan kebaikan mereka dengan sebaik-baiknya balasan Aamiin.

Pada akhirnya peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dalam artian yang sebenarnya. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca umumnya.

Semarang, 11 September 2023

Erlifa Arum Muzazanah
1901046039

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Tugimin dan Ibunda Pani Sumarni. Terima kasih sebesar-besarnya saya berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan, terima kasih untuk kesabaran dan kebesaran hati dalam menghadapi saya yang keras kepala, terima kasih atas kerja keras, banting tulang, panas maupun hujan untuk kelancaran finansial saya dalam menyelesaikan pendidikan ini.
2. Ketiga kakak kandungku, Dewi Handayani, Yuli Setyowati, dan Thoyiban Adi Putra, terima kasih atas semangat, doa, dukungan, motivasi dan cinta yang selalu diberikan kepada saya, juga terima kasih atas suntikan dananya.
3. Dan yang terakhir skripsi ini saya persembahkan untuk diri sendiri. Terima kasih kepada saya sendiri, hebat bisa tetap berdiri, berjalan walaupun prosesnya lambat tidak seperti teman-teman yang lain, mampu menghadapi segala lika-liku kehidupan perkuliahan walaupun kadang jenuh, menyesal dan berpikir untuk berhenti.

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan”

(Qs. Al-Maidah ayat 2)

ABSTRAK

Sektor pariwisata merupakan sektor potensial yang berpengaruh terhadap kesempatan kerja, pendapatan, serta taraf hidup. Keberlanjutan sektor pariwisata tentu melibatkan masyarakat didalamnya baik dalam proses pembangunan, pemberdayaan dan pengelolaannya. Salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat pada sektor pariwisata di bidang kuliner terjadi di Pasar Dhoplang, maksud di dirikannya wisata kuliner di Pasar Dhoplang ialah mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat setempat guna meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi serta mengidentifikasi hasil pemberdayaan masyarakat di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplng Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 5 program strategi pemberdayaan masyarakat yaitu pengembangan SDM, pengembangan kelembagaan kelompok, pengembangan modal masyarakat (swasta), pengembangan usaha produktif, penyediaan informasi tepat guna. Selain itu hasil dari pemberdayaan masyarakat diklasifikasikan pada beberapa aspek mulai dari aspek ekonomi, aspek sosial dan budaya, aspek pendidikan.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Wisata Kuliner, Strategi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Metodologi Penelitian	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	11
2. Definisi Konseptual	12
3. Sumber dan Jenis Data	12
4. Teknik Pengumpulan Data	13
5. Teknik Analisis Data	15
6. Teknik Validitas Data.....	16
G. Sistematika Penulisan Skripsi	17
BAB II KERANGKA TEORI.....	19
1. Pemberdayaan Masyarakat.....	19
a. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat.....	19
b. Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat.....	21
c. Tahap Pemberdayaan Masyarakat.....	21
d. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat	22

e. Metode Pemberdayaan Masyarakat.....	24
f. Strategi Pemberdayaan Masyarakat	25
2. Wisata Kuliner	30
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	33
A. Gambaran Umum Desa Pandan	33
1. Jumlah Penduduk	34
2. Kondisi Pendidikan	34
3. Kondisi Ekonomi.....	36
4. Kondisi Agama.....	37
B. Profil Pasar Dhoplang	37
C. Visi Misi Pasar Dhoplang	39
D. Struktur Organisasi Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang.....	40
E. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang	41
F. Hasil Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang	48
BAB IV ANALISIS DATA	52
A. Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang	52
B. Analisis Hasil Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang	56
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
C. Penutup.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Karakteristik Narasumber.....	13
Tabel 3.1	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.....	34
Tabel 3.2	Jumlah Data Penduduk Dari Segi Pendidikan.....	34
Tabel 3.3	Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan.....	36
Tabel 3.4	Jumlah Penduduk Menurut Agama.....	37
Tabel 3.5	Struktur Organisasi Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang.....	40
Tabel 3.6	Pendapatan Pedagang Pasar Dhoplang.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Peta Desa Pandan	33
Gambar 1	Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang	74
Gambar 2	Wawancara Dengan Perangkat Desa Pandan	75
Gambar 3	Wawancara Dengan Pengelola dan Pedagang Pasar Dhoplang	75
Gambar 4	Wawancara Dengan Pengunjung.....	77
Gambar 5	Pelatihan	78
Gambar 6	Instagram Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Untuk memperbesar pendapatan asli daerah maka pemerintah perlu mengembangkan dan memfasilitasi tempat pariwisata agar sektor pariwisata dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Perkembangan pariwisata berdampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat, salah satu diantaranya adalah dampak pariwisata terhadap pendapatan pemerintah. Peranan pariwisata dalam penerimaan devisa dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) mengindikasikan bahwa kegiatan kepariwisataan mampu menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan dan tetap bertahan, sehingga kebijaksanaan pembangunan dapat lebih diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan (Purwanti & Dewi, 2014).

Kegiatan pariwisata bisa berdampak dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor lain. Pariwisata menciptakan permintaan yang memiliki kontribusi terhadap produksi barang dan jasa melalui kegiatan wisatawan yang melakukan belanja selama berwisata (Murti, 2013). Potensialnya sektor pariwisata tentu diperlukan peran pemerintah dalam kebijakan ekonomi untuk mempromosikan potensi pariwisata dapat dijadikan sebagai strategi kunci dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian suatu daerah. Selain itu peran masyarakat daerah juga diperlukan untuk mengetahui potensi yang ada di dalam daerah sehingga akan lebih mudah untuk mencapai sasaran pembangunan (Widiyanti & Dewanti, 2017).

Kuliner adalah salah satu budaya sebagai pendukung pariwisata. Sektor kuliner memiliki andil yang sangat besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Dari total 16 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, terdapat 3 subsektor yang memberikan kontribusi dominan terhadap PDB, dimana kuliner menempati urutan yang pertama dengan persentase 41%, diikuti oleh subsektor fashion 17% dan subsektor kriya sebesar 14,9% diurutan kedua dan ketiga

(Kompas, 2020). Wisata kuliner merupakan bentuk perjalanan yang memanfaatkan masakan serta suasana lingkungannya sebagai objek tujuan wisata (Prayogi, 2017). Wisata Kuliner saat ini sangat berkembang pesat dengan didukung kemajuan teknologi melalui media sosial seperti instagram dan twitter, banyak sekali restoran, warung, angkringan yang menjual makanan unik dengan cara yang unik dan ditempat yang unik pula sehingga orang tertarik untuk berkunjung (Ramadhani, 2020). Makanan sekarang menjadi motivasi utama bagi wisatawan yang memilih tujuan mereka. Wisatawan menghabiskan lebih banyak waktu dan uang untuk pengalaman makanan dan minuman yang unik. Hasil survei dari *World Food Travel Association* pengunjung menghabiskan sekitar 25% dari anggaran perjalanan mereka untuk makanan dan minuman. Angka tersebut bisa mencapai 35% di destinasi mahal, dan serendah 15% di destinasi yang lebih terjangkau. Pecinta makanan yang dikonfirmasi juga menghabiskan sedikit lebih banyak dari rata-rata 25% yang dihabiskan oleh wisatawan pada umumnya (WFTA, 2019).

Makanan tradisional merupakan makanan yang terbuat dari bahan yang ada di daerah setempat lalu diolah dengan cara yang dikuasai masyarakat itu sendiri. Makanan tradisional memiliki ciri khas, cita rasa, dan aroma yang dikenal dan disukai bahkan dirindukan oleh masyarakat, makanan tradisional ini bisa menjadi identitas kelompok masyarakat setempat serta bisa digunakan untuk sarana mempersatukan bangsa dan menambah rasa kecintaan pada tanah air. Wisata kuliner makanan tradisional berfungsi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan dapat menyerap tenaga kerja maka diperlukan pelestarian dengan cara pemeliharaan, memanfaatkan, dan mengembangkannya (Triwidayati, 2020). Makanan tradisional di Indonesia sangat banyak jenisnya karena dipengaruhi oleh beragam etnik dan wilayah yang multikultural. Makanan tradisional Indonesia mengandung banyak rempah-rempah, memiliki beragam cara untuk mengolah dan berasal dari bahan baku lokal yang ada di setiap daerah. Makanan tradisional memiliki peluang besar untuk dipromosikan seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang peduli pada budaya dan warisan lokal, makanan tradisional dapat menjadi salah satu cara untuk mengenal tentang budaya dan warisan lokal (Sims, 2009). Melalui wisata kuliner tradisional ini juga mempunyai peran dalam

meningkatkan perekonomian kerakyatan. Kegiatan peningkatan ekonomi dilakukan dalam proses pemberdayaan kepada masyarakat.

Pemberdayaan dapat dipahami sebagai sebuah proses atau cara untuk menghasilkan sebuah kekuatan, baik dari aspek lahir maupun batin (luar atau dalam) (Kholis et al., 2021). Menurut Suyoto, Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses usaha memperkuat kemandirian. Dalam proses ini masyarakat didampingi untuk membuat analisis masalah yang dihadapi, dibantu untuk menemukan, serta diperlihatkan strategi dalam memanfaatkan berbagai sumber yang dimiliki dan dikuasai. Masyarakat dibantu bagaimana cara merancang sebuah kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, bagaimana mengimplementasikan rancangan tersebut, serta bagaimana membangun strategi memperoleh eksternal yang dibutuhkan, sehingga mendapatkan hasil yang optimal (Alfitri, 2011). Pemberdayaan masyarakat sangat penting karena masyarakat di setiap daerah itu tidak sepenuhnya memiliki taraf kesejahteraan hidup yang sama. Masyarakat yang kesejahteraannya tergolong tinggi memiliki kemandirian untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan kata lain mereka tidak tergantung pada pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Sebaliknya masyarakat yang kesejahteraannya menengah kebawah, biasanya memerlukan bantuan dari pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Bantuan dari pihak lain ini haruslah yang bersifat mendidik, mental mereka harus dibimbing untuk bisa bekerja lebih baik lagi agar dapat membantu masyarakat tersebut secara sementara sebelum mereka mampu mandiri sepenuhnya (Maryani & Nainggolan, 2019).

Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan masyarakat adalah dengan membuat usaha dalam bidang kuliner. Adanya wisata kuliner merupakan salah satu peluang besar untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat, selain itu memiliki nilai pemanfaatan sumber daya alam, juga pelestarian budaya bangsa (Harsana, 2013). Sumber daya alam melimpah yang dimiliki desa pada hakikatnya merupakan modal bagi pembangunan menuju masyarakat yang makmur dan sejahtera. Sehingga, potensi

dan budaya lokal desa menjadi patut diperhatikan sebagai upaya dalam mengatasi permasalahan yang terdapat di dalam masyarakat (Riyadi et al., 2021)

Adanya perubahan kebutuhan masyarakat ini sejalan dengan kegiatan pemberdayaan yang dilakukan. Pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga mempengaruhi sistem sosial masyarakat. Menanamkan nilai-nilai budaya modern, seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, dan kebertanggungjawaban adalah bagian pokok dari upaya pemberdayaan (Soetomo, 2013).

Dalam proses merubah nasib nya di masa depan ini manusia diminta untuk berusaha meningkatkan kompetensi dan bekerja keras, seperti yang sudah diterangkan dalam Al- Qur'an:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّن بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ

Artinya: “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (QS. Ar-Ra’ d [13]:11).

Dari ayat di atas kita tahu bahwa Allah tidak akan mengubah keadaan dan martabat suatu masyarakat, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri. Manusia diminta untuk berusaha meningkatkan kompetensi dan bekerja keras demi mengubah nasib mereka sendiri. Ayat ini juga mendorong kemandirian dalam jiwa masyarakat. Tujuan pemberdayaan adalah menjadikan masyarakat dan komunitas penerima program pemberdayaan mampu mengubah nasib mereka dan meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup mereka. Derajat keberdayaan yang pertama adalah kesadaran dan keinginan untuk berubah (Sany, 2019). Tanpa keinginan untuk memperbaiki diri, masyarakat akan sulit untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya.

Salah satu pemberdayaan masyarakat melalui wisata kuliner yaitu Wisata Kuliner Tradisional Dhoplang atau yang lebih dikenal dengan sebutan Pasar Dhoplang yang berada di Desa Pandaan, Kecamatan Slogohimo, Wonogiri, Jawa Tengah. Pasar Dhoplang menyajikan konsep pasar tempo dulu dengan menjual bermacam aneka kuliner tradisional khas Wonogiri, seperti nasi tiwul, sega berkat (nasi bancaan), cabuk, bakmi ondol, pecel puli, gatot, grontol, dan lainnya. Tidak kurang 193 jenis makanan dan minuman tersedia di pasar ini (Tumpi, 2019).

Pasar Dhoplang berdiri pada tanggal 11 September 2018 yang berlokasi di sebuah lahan persawahan dan pohon jati milik warga setempat. Kuliner Tradisional Pasar Dhoplang ini bermula dari keinginan masyarakat untuk mendapatkan penghasilan tambahan selain dari aktivitas mereka yaitu bertani. Kemudian muncullah ide dan dibuatlah Pasar yang mengusung tema Jawa dengan menjual jajanan serta makanan tradisional (Harianjogja.com, 2019). Bukan hanya itu saja, berbagai keunikan seperti diharuskan membayar menggunakan koin yang terbuat dari kayu dengan cara menukarkan uang ke bank Pasar. Mengharamkan bungkus plastik yang artinya di Pasar Dhoplang semua masakan akan disajikan dengan daun pisang, daun jati dan gerabah sebagai tempat untuk makanan dan jajanan tradisional untuk menerapkan pasar bebas plastik dan mendukung program *go green*. Tempat duduk yang disediakan juga terbuat dari kayu dan anyaman atau bisa juga lesehan, ditambah lagi dengan keindahan alamnya yang masih sejuk dan segar karena adanya pepohonan dan sawah serta penampilan musik tradisional yang diiringi dengan gamelan (Laksita, 2021).

Dalam wawancara dengan Bapak Wahid, selaku ketua organisasi Pasar kuliner Dhoplang mengatakan bahwa kondisi perekonomian warga Dusun Kembar Desa Pandaan ini tergolong rendah karena mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani tradisional bahkan ada beberapa orang berprofesi sebagai buruh tani saja. Hal ini mengakibatkan warga setempat mengalami kesulitan dalam meningkatkan kesejahteraan rumah tangganya. Berkembangnya wisata kuliner merupakan peluang bagi masyarakat pedesaan untuk mengembangkan makanan dan minuman khas tradisional agar bisa dikenal oleh masyarakat secara lebih luas,

sekaligus meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata kuliner (Rijal et al., 2020). Untuk menunjang keberhasilan wisata kuliner makanan tradisional ini memerlukan adanya pemberdayaan masyarakat guna memperbaiki kondisi sosial, ekonomi, maupun kondisi lingkungannya agar lebih baik lagi.

Keberlanjutan Pasar Dhopleng tentu membutuhkan peran masyarakat dan para pelaku usaha agar terciptanya citra yang baik dalam objek wisata tersebut. Para pelaku usaha dan masyarakat tidak hanya berperan untuk merangkai suatu gagasan terkait produk kuliner apa yang akan mereka produksi dan kembangkan. Namun juga erat kaitannya dengan bagaimana produk tersebut menjadi satu hal yang menarik bagi wisatawan dan menjadi satu kesan bagi wisatawan untuk mengunjungi dan menikmatinya kembali di lain waktu. Pelibatan masyarakat dalam pembangunan wisata kuliner ini mutlak dilakukan karena masyarakat yang mengerti kondisi, kebutuhan, dan sikap masyarakat setempat. Masyarakat lokal Desa Pandan tentu memiliki peluang untuk mengembangkan potensi-potensi sumber daya yang ada baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Selain itu, masyarakat lokal memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan, mempengaruhi, dan memberi manfaat bagi kehidupan dan lingkungannya. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhopleng Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemberdayaan masyarakat di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhopleng Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri?
2. Bagaimana hasil pemberdayaan masyarakat melalui Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhopleng Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemberdayaan masyarakat yang di Wisata Pasar Kuliner Tradional Dhoplang Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Sloghoimo Kabupaten Wonogiri.
2. Untuk mengetahui hasil pemberdayaan masyarakat Wisata Pasar Kuliner Tradional Dhoplang Dusun Kembar Desa Pandaan Kecamatan Sloghoimo Kabupaten Wonogiri.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian yang dilakukan di Pasar Tradisional Dhoplang Dusun Kembar, Desa Pandaan, Slogohimo, Wonogiri ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan terkait pemberdayaan masyarakat. Serta dapat memperkaya keilmuan untuk Perpustakaan UIN Walisongo. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas tema yang sama.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi masyarakat luas serta dapat mengedukasi tentang pemberdayaan melalui adanya pasar kuliner tradisional supaya dapat dikembangkan secara mandiri dan menghasilkan masyarakat yang sejahtera

- b. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mewujudkan masyarakat yang mandiri dan sejahtera melalui adanya pasar kuliner tradisional, sehingga diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi fasilitator dalam menerapkan strategi pemberdayaan

masyarakat untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hidup masyarakat.

c. Bagi warga sekitar Dusun Kembar Desa Pandaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu warga sekitar dalam memajukan pasar kuliner tradisional yang ada dan dapat dikenal banyak orang.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian dari Aisra Sarah (2019) yang berjudul “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Hono Kecamatan Seko Kabupaten Luwu Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pemberdayaan yang digunakan dalam pengembangan produktifitas Beras Tarore serta untuk mengetahui ada tidaknya perubahan ekonomi pada warga Desa Hono dengan adanya program pemerintah berbasis kearifan lokal ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat oleh pemerintah ini menunjukkan hasil yang baik, masyarakat memperoleh keuntungan dua kali lipat dalam setahun. Pendapatan masyarakat desa Hono juga mengalami peningkatan seperti apa yang diharapkan oleh pemerintah setempat. Persamaan dan perbedaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pemberdayaan masyarakat, bedanya penelitian oleh Aisra Sarah melakukan penelitian tentang potensi lokal terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis fokus pada wisata pasar kuliner tradisional (Sarah, 2019).
2. Jurnal yang ditulis oleh Mu'tassim, Sinta Rusmawati, dan Ahmad Rifai Utomo (2022) dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Destination Branding Kawasan Wisata Kuliner Lawu Kauman Kota Blitar” (Billah et al., 2022). Penelitian ini membahas tentang peran wisata kuliner dalam ekonomi kreatif serta membahas tentang strategi yang disusun untuk membranding wisata kuliner Lawu. Dalam penelitian ini

menggunakan metode kualitatif deskriptif, metode ini sama dan cocok dengan yang akan dibahas oleh penulis. Metode ini dilakukan secara observasi dan wawancara dengan ketua paguyuban., dengan menerapkan 5 tahap destination branding oleh teori Morgan dan Pritchard. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis membahas mengenai pemberdayaan masyarakat melalui Wisata Kuliner Tradisional Dhoplang yang bertempat di Slogohimo Kabupaten Wonorejo, menggunakan teori strategi oleh Ismawan.

3. Penelitian yang dilakukan Muh. Hafidz Syaifullah Ali (2022) Dengan judul *“Pemberdayaan Masyarakat Oleh Komunitas Rumah Belajar Ilalang Di Desa Kecapi Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara”*, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tahapan pemberdayaan masyarakat melalui Komunitas Rumah Belajar Ilalang di Desa Kecapi Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara serta untuk mengetahui hasil pemberdayaan masyarakat oleh Komunitas Rumah Belajar Ilalang di Desa Kecapi Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara. Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian menyimpulkan dua hal yaitu proses dan hasil pemberdayaannya. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif dan sama-sama membahas tentang pemberdayaan masyarakat. Adapun perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian yang dilakukan peneliti lebih fokus ke arah strategi pemberdayaan wisata kuliner pasar Dhoplang, sedangkan fokus penelitian oleh Muh. Hafidz S adalah pada proses pemberdayaan masyarakat pada komunitas rumah belajar (M Hafidz Syaifullah A, 2022).
4. Jurnal yang ditulis oleh Rizza Arge Winanta, Sholihul Hakim, Anisa Setya Arifina, Annisa Nurul (2022) yang berjudul *“Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat (Studi Desa Ngawen, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang)”* (AWinanta et al., 2022) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mengembangkan desa wisata yang ada di Desa Ngawen, Kecamatan

Muntilan, Kabupaten Magelang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan FGD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Ngawen memiliki berbagai potensi wisata dan pada hakikatnya desa wisata ini berbasis pada masyarakat sehingga sebagian besar masyarakatnya sudah diajak dan mau untuk terlibat dalam pengembangan desa wisata ini. Namun, meskipun demikian masih ada beberapa faktor yang dikhawatirkan akan menghambat proses pengembangan desa wisata Ngawen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah metode penelitian datanya, sedangkan perbedaannya adalah tujuan penelitian penulis yaitu untuk mengetahui strategi pemberdayaan melalui wisata kuliner pasar tradisional Dhopleng yang berada di Slohogimo, Wonogiri.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Aida Fitriana (2021) dengan judul *“Pemberdayaan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) (Studi Pada BUMDes Gerbang Lentera Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang)”*, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana program pemberdayaan masyarakat Desa Lerep, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang melalui BUMDes juga untuk mengetahui proses pelaksanaan BUMDes di Desa Lerep, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui BUMDes Gerbang Lentera berjalan dengan baik karena adanya empat konsep pemberdayaan yang melekat pada BUMDes Gerbang Lentera tersebut. Disamping itu proses pelaksanaan dan implementasi dari program BUMDes dapat membantu masyarakat meningkatkan perekonomian warga Desa Lerep melalui usaha-usaha desa (Aida, 2021). Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian, penelitian

penulis memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui strategi pemberdayaan Pasar Kuliner Dhopleng, sedangkan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui program pemberdayaan masyarakat Desa Lerep melalui BUMdes.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (1998) pendekatan kualitatif sebagai suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Murdiyanto, 2020). Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara atau proses yang sudah dipilih secara spesifik untuk menyelesaikan sebuah masalah yang di ajukan dalam sebuah riset dan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan sebuah cara dan prosedur yang melibatkan data dan informan yang diperoleh melalui responden sebagai subject yang bisa memberikan jawaban untuk mendapatkan gambaran umum yang holistic mengenai suatu hal yang akan diteliti dengan survei lapangan dan metode penelitian kepustakaan bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu, serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari (Pimay et al., 2022)

Dengan pendekatan study kasus untuk meneliti dan memahami mendalam tentang individu, satu kelompok, satu organisasi, satu program kegiatan yang terjadi yang bertujuan untuk memperoleh diskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas dengan metode wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan, memo dan dokumen resmi lainnya, Sehingga menjadi tujuan dari penelitian kualitatif mendapatkan sebuah solusi agar maslaah yang yang diungkap nantinya dapat terselesaikan (Murdiyanto, 2020).

2. Definisi Konseptual

a. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses membantu masyarakat untuk memimpin dalam memperbaiki kegiatan sosial, situasi, dan kondisi. Pemberdayaan masyarakat terjadi ketika masyarakat itu sendiri ikut berpartisipasi. Karena partisipasi masyarakat adalah salah satu faktor keberhasilan suatu pemberdayaan. Pada umumnya pemberdayaan masyarakat adalah siklus kegiatan yang membuat masyarakat lebih berdaya (Suprihatiningsih, 2017)

b. Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah wisata makanan dan restoran sebagai tujuan wisata. Wisata kuliner memberikan efek menyegarkan dan perasaan senang untuk turis. Kebanyakan dari itu restoran yang menjadi tujuan wisata Kuliner adalah restoran yang Menyajikan makanan dan makanan tradisional (Afriansyah et al., 2016).

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah subjek dimana data diperoleh, subjek penelitian ini diambil dari informan yang mengetahui masalah atau topik yang diteliti oleh peneliti. Peneliti mengambil informan dari ketua organisasi pasar Dhoplang, ketua harian, sekretaris, bendahara, seksi-seksi, pedagang, dan pengunjung. Objek penelitian ini adalah strategi dan manfaat strategi pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan wisata pasar dhoplang di Dusun Kembar.

Jenis data yang diperoleh antar lain:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang sebelumnya tidak atau belum pernah dikumpulkan dan dikumpulkan sekedar untuk tujuan penelitian yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti atau orang yang akan melakukan penelitian (Moellono & Djohani, 1996). Lazimnya saat melakukan tahapan wawancara seorang peneliti sudah menentukan

patokan orang-orang yang akan dijadikan informan. Sehingga maksud dan tujuan dilakukan wawancara dapat tercapai dan mendapat data yang cukup. Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari pengelola pasar Kuliner Dhopleng dan orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan pemberdayaan serta para pengunjung pasar kuliner.

Tabel 2.1 Karakteristik Narasumber

No	Nama	Kedudukan Kepengurusan
1.	Lilis Endang Hardiyanti	Penanggung Jawab
2.	Abdul Wahid Ahmadi	Ketua Umum
3.	Fajar Herdy Sulistyio	Pedagang
4.	Jalu Anggono	Sekretaris
5.	Bambang Setiawan	Pedagang
6.	Silviaanis F	Pengunjung
7.	Isna Oktafia	Pengunjung

Sumber: Data primer diolah

b. Data Sekunder

Diperoleh dari dokumen resmi, buku, artikel, jurnal, penelitian dan tesis atau sumber data yang tidak pribadi diberikan pada pengumpul data (Sugiyono, 2013). Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah buku, referensi, google book, jurnal penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data oleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara untuk mengumpulkan data yaitu melalui percakapan antara dua pihak, pewawancara yang bertanya dan orang yang diwawancarai yang menjawab pertanyaan ini (Murdiyanto, 2020). Wawancara dilakukan karena peneliti perlu

mendapatkan data yg bersumber langsung dari pendapat masyarakat sehingga memerlukan wawancara utk mendapatkan data yg akurat. Wawancara akan peneliti lakukan kepada pengelola Wisata Pasar Kuliner tradisional Dhoplang, pengunjung, dan pedagang.

b. Observasi

Cartwright dan Cartwright mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati serta mencatat tingkah laku secara sistematis untuk tujuan tertentu. Tujuan observasi adalah menggambarkan dan memahami perilaku objek atau mungkin hanya ingin menentukan frekuensi suatu kejadian. Berdasarkan pengertian tersebut, inti dari observasi adalah perilaku yang terlihat dan tujuan yang diinginkan dicapai. Perilaku yang dapat diamati dapat berupa perilaku yang dapat dilihat secara langsung terlihat, terdengar, terukur dan terukur (Murdiyanto, 2020).

Peneliti mampu melakukan pengamatan terhadap apa yang terjadi dan melibatkan diri secara langsung dalam pengumpulan data serta informasi yang dicari untuk menjawab pertanyaan yang menjadi permasalahan pada penelitian (Yusra et al., 2021). Teknik ini digunakan supaya memungkinkan penulis mengamati secara langsung, mencatat perilaku, kegiatan serta kejadian sebagaimana yang terjadi sebenarnya. Observasi ini dilakukan pada kegiatan tentang strategi pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan wisata pasar kuliner dhoplang dusun Kembar, Desa Pandaan Kecamatan Sloghoimo.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk penyelesaian penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto) dan karya monumental, yang semuanya memberikan informasi untuk proses penelitian (Murdiyanto, 2020).

Peneliti melakukan dokumentasi melalui foto, rekaman suara, serta video tentang strategi pemberdayaan masyarakat melalui adanya pasar kuliner dhoplang.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik yang harus dilakukan peneliti dalam penelitiannya, kemudian harus bisa menganalisis data-data yang diperoleh dari informan (Koenjaraningrat, 1991). Aktifitas dalam analisis data terdiri dari tiga hal yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi (Ahyar et al., 2020).

1. Reduksi Data

Reduksi data, ialah memilih data penting yang diperlukan dalam penelitian setelah pengumpulan data di dapatkan. Seluruh data yang sudah dikumpul kan oleh peneliti melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Tidak semua data yang diperoleh di lapangan digunakan untuk dianalisis (Suprihatiningsih & Ngulum, 2022).

2. Penyajian Data

Penyajian data kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan hubungan antar kategori. Maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi.

Pada penelitian ini peneliti menyajikan data-data yang dihasilkan dari wawancara, observasi ataupun dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti akan menyajikan data yang berkaitan dengan pengembangan masyarakat melalui pasar kuliner dhopleng.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menurut Milles dan Huberman penarikan kesimpulan adalah bagian dari kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari analisis data dengan mencari arti pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab dan akibat serta proposisi. Kesimpulan akar dari dalam sebuah penelitian bersandar pada besarnya kumpulan catatan lapangan, metode pencarian ulang serta kecakapan peneliti. Dan verifikasi dilakukan untuk mencari kebenaran. Pada bagian ini, peneliti mengambil kesimpulan dari data

yang sudah terkumpul, maka akan diperoleh hasil penelitian yang sesuai harapan peneliti.

6. Teknik Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat dikatakan kredibel ketika terdapat kesamaan antara apa yang dilaporkan peneliti dengan kejadian sebenarnya dari objek yang diteliti (Mekarisce, 2020). Validitas data dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara yaitu:

a. Dalam penelitian kualitatif, instrumennya adalah peneliti sendiri dan keterlibatan peneliti penting, tidak hanya untuk waktu yang singkat, tetapi juga untuk mengumpulkan informasi yang memerlukan waktu penelitian panjang. Dalam hal ini untuk menguji kredibilitas data penelitian, lebih baik jika difokuskan pada pengujian data yang diterima setelah pemeriksaan apakah data tersebut benar atau tidak, telah berubah atau tidak. Kemudian kembali ke lapangan untuk meninjau kembali informasinya apakah sesuai atau tidak sesuai (Brier & Jayanti, 2016).

b. Ketekunan atau Keajegan Pengamatan

Ketekunan atau keajegan pengamatan adalah melakukan penelitian secara cermat dan berkesinambungan. Dengan cara seperti itu maka sebuah pengamatan dapat menemukan kepastian data serta urutan suatu peristiwa bisa didapatkan secara sistematis. Sebagai bekal seorang peneliti kedepannya dan untuk meningkatkan ketekunan baiknya diimbangi dengan membaca berbagai referensi buku ataupun hasil serta dokumentasi yang terkait dengan penelitian (Sugiyono, 2013).

c. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai kegiatan pengecekan data melalui sumber, waktu, dan teknik.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber

(Sugiyono, 2017). Dalam pemberdayaan masyarakat melalui wisata pasar kuliner Dhoplang di Desa Pandaan Kecamatan Sloghoimo untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat serta perekonomian keluarga maka pengumpulan data serta pengujian data didapat dari masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wisata kuliner pasar Dhoplang.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi ini menghasilkan data yang berbeda-beda satu sama lainnya, peneliti dapat melakukan diskusi lebih lanjut terhadap sumber data yang terkait hingga didapatkan kepastian dan kebenaran datanya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data yaitu melalui wawancara dengan informan, observasi langsung, dan juga dokumentasi (Sugiyono, 2017).

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu adalah melakukan pengecekan kembali terhadap data kepada sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama, namun dengan waktu atau situasi yang berbeda (Sugiyono, 2017).

d. Kecukupan referensi

Bahan referensi merupakan bagian dari pendukung untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti secara autentik (Sugiyono, 2017)

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dalam penulisan ini terdiri dari lima bab yang mana masing-masing bab nya terdiri dari rangkaian pembahasan yang saling berkaitan sehingga membentuk penjelasan yang runtut, benar dan sistematis, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian.

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang berkaitan erat dengan topik pembahasan tentang strategi pemberdayaan masyarakat dan Wisata Pasar Kuliner Dhoplang yaitu pengertian pemberdayaan, prinsip pemberdayaan, tahap pemberdayaan, tujuan pemberdayaan, metode pemberdayaan, strategi pemberdayaan, indikator pemberdayaan mengenai wisata pasar kuliner dhoplang.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Dalam bab ini akan dipaparkan data hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum mengenai pemberdayaan masyarakat melalui adanya Wisata Pasar kuliner Dhoplang, data strategi pemberdayaan masyarakat melalui wisata pasar kuliner Dhoplang.

BAB II

KERANGKA TEORI

1. Pemberdayaan Masyarakat

a. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Secara etimologi pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang artinya kemampuan atau kekuatan, dari pengertian tersebut maka pemberdayaan dapat didefinisikan sebagai proses untuk menuju berdaya, atau proses untuk mendapatkan daya/kekuatan, kemampuan dan atau proses pemberian dari pihak yang memiliki kemampuan kepada pihak yang kurang atau belum berdaya (Edi Suharto, 2014: 59).

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses membantu masyarakat untuk memimpin dalam memperbaiki kegiatan sosial, situasi, dan kondisi. Pemberdayaan masyarakat terjadi ketika masyarakat itu sendiri ikut berpartisipasi. Karena partisipasi masyarakat adalah salah satu faktor keberhasilan suatu pemberdayaan. Pada umumnya pemberdayaan masyarakat adalah siklus kegiatan yang membuat masyarakat lebih berdaya (Suprihatiningsih, 2017: 9).

Pemberdayaan menunjuk pada kekuatan manusia itu sendiri. Maksudnya lebih terfokuskan pada orang-orang dalam kategori lemah atau rentan sehingga orang-orang tersebut mampu memiliki kekuatan dalam hal yaitu: 1) dapat memiliki kebebasan dengan cara memenuhi kebutuhannya, paling tidak kebutuhan dasar mereka. Dengan kata lain tidak hanya kebebasan bersuara namun juga kebebasan dari lapar, bodoh, dan bebas dari sakit; 2) mampu meningkatkan pendapatan dan bisa memenuhi barang-barang serta jasa yang mereka butuhkan; 3) mengetahui dan berpartisipasi dalam program-program serta pembentukan aturan yang berpengaruh dalam kehidupan mereka (Edi Suharto, 2014: 40).

Mardikanto dan Soebianto (Hamid, 2018). mendefinisikan pemberdayaan sebagai usaha untuk meningkatkan kemampuan individu

atau masyarakat yang lemah supaya terhindar dari masalah kemiskinan, kebodohan atau masalah sosial lainnya.

Untuk mengentaskan masalah kemiskinan dan keterbelakangan dapat dilakukan dengan menaikkan harkat dan martabat masyarakat yang akan berdampak langsung terhadap kemampuan serta peningkatan kemandirian perekonomian masyarakat. Partisipasi aktif dan kreatif diperlukan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat (Hudiono, 2018) Maka kemandirian ini harus tertanam pada diri masyarakat dalam proses pemberdayaan. hal tersebut diupayakan agar dapat mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap pemerintah serta pelaku pemberdaya. Masyarakat harus mampu menyeimbangkan antara apa yang di butuhkan dan potensi apa saja yang dimiliki. Dan untuk mempermudah tujuan tersebut masyarakat diharapkan bisa membentuk organisasi secara mandiri agar alur dari pemberdayaan jelas dan terkontrol. Karena nilai kontrol sosial dipegang penuh oleh pihak luar, maka akan terjadi ketergantungan dan akan timbul penanaman dalam proses pemberdayaan.

Menurut Suyoto, Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses usaha memperkuat kemandirian. Dalam proses ini masyarakat didampingi untuk membuat analisis masalah yang dihadapi, dibantu untuk menemukan, serta diperlihatkan strategi dalam memanfaatkan berbagai sumber yang dimiliki dan dikuasai. Masyarakat dibantu bagaimana cara merancang sebuah kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, bagaimana mengimplementasikan rancangan tersebut, serta bagaimana membangun strategi memperoleh eksternal yang dibutuhkan, sehingga mendapatkan hasil yang optimal (Alfitri, 2011: 23).

Dari beberapa pendapat menurut para ahli, dapat diambil kesimpulannya bahwa pemberdayaan adalah salah satu cara untuk memberikan kekuatan kepada individu atau kelompok yang lemah atau rentan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup.

b. Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Ada empat prinsip pemberdayaan yang sering digunakan untuk mewujudkan program pemberdayaan yaitu:

1. Prinsip Kesetaraan

Prinsip ini adalah prinsip utama proses pemberdayaan masyarakat. Kesetaraan diartikan adanya kesamaan atau kesejajaran kedudukan masyarakat dengan lembaga yang melakukan program-program pemberdayaan masyarakat, juga kesamaan antara laki-laki dan perempuan. Membangun hubungan kesetaraan adalah dengan mengembangkan mekanisme berbagai pengetahuan, pengalaman, keahlian, serta masing-masing dapat mengakui kelebihan dan kekurangan maka akan terjadi proses saling belajar.

2. Prinsip Partisipasi

Program pemberdayaan yang dapat mendorong kemandirian masyarakat ialah program yang partisipatif, terencana, dijalankan, diawasi, dan dievaluasi oleh masyarakat. Tetapi untuk mencapai tahap ini dibutuhkan pendampingan yang melibatkan fasilitator yang memiliki komitmen tinggi terhadap masyarakat.

3. Prinsip Keswadayaan atau Kemandirian

Prinsip ini mengajarkan bagaimana menghargai kemampuan masyarakat dan menempatkan kemampuan diatas bantuan orang lain.

4. Prinsip Berkelanjutan

Suatu pemberdayaan masyarakat harus dapat dibuat secara berkelanjutan, walaupun peran fasilitator lebih bersifat dominan daripada masyarakat itu sendiri, lama-kelamaan peran fasilitator akan berkurang bahkan akan hilang bersamaan dengan bertambahnya kemampuan dari masyarakat (Najiyat et al., 2014)

c. Tahap Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan lebih efektif bila dilakukan secara bertahap agar masyarakat berkesempatan untuk mempersiapkan diri untuk

menjalankan dan menerima adanya kegiatan pemberdayaan dikarenakan pemberdayaan memerlukan proses dan tidak instan. Dengan begitu Wirahatnolo dan Dwidjowijoto menyebut bahwa pemberdayaan memiliki tiga tahap yaitu (Syamsul Bahri, 2019):

1. Tahap Penysadaran

Pada tahap penysadaran, masyarakat diberi bimbingan dan sosialisasi bahwa pada dasarnya manusia itu memiliki potensi yang bisa digunakan untuk meningkatkan taraf hidupnya. Dorongan dan motivasi juga perlu diberikan supaya masyarakat percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki.

2. Tahap Pengkapasitasan/Memampukan

Tahap ini sangat membutuhkan usaha untuk mencapai kondisi yang memungkinkan masyarakat mengembangkan potensinya. Tahap pemberdayaan dilakukan dengan memberikan kemampuan dan kekuatan kepada individu atau kelompok yang masih rentan, seperti melalui pelatihan, seminar, workshop dan lain-lain.

3. Tahap Pendayaan

Masyarakat diberi peluang untuk mengembangkan kemampuan yang dimiliki. Tahapan ini merupakan siklus perubahan yang berusaha untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik. Dibutuhkan berbagai langkah untuk mengembangkan potensi masyarakat salah satunya adalah dengan membuka akses bagi para stekholder dalam menunjang kebutuhan masyarakat.

d. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Agus Syafi'i, (Sugiarso et al., 2018) tujuan pemberdayaan masyarakat yaitu mendirikan masyarakat atau membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara seimbang. Karena pemberdayaan masyarakat adalah upaya memperluas horizon pilihan bagi masyarakat. Ini berarti masyarakat diberdayakan untuk melihat dan memilih sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dalam.

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Wrihatnolo dalam bukunya, tujuan pemberdayaan masyarakat adalah mewujudkan masyarakat yang maju, mandiri, dan sejahtera (Wrihatnolo et al., 2007).

Menurut Mardikanto & Poerwoko (Hamid, 2018) tujuan pemberdayaan masyarakat adalah usaha untuk menuju taraf hidup yang lebih baik, diantaranya:

1. Perbaiki Pendidikan

Pemberdayaan dibuat sebagai sebuah pendidikan yang lebih baik. Perbaiki pendidikan yang dilakukan tidak hanya pada pendidikan formal akan tetapi berfokus juga pada pendidikan non formal agar dapat menumbuhkan kepercayaan pada diri masyarakat bahwasannya belajar itu tidak ada batasan waktu dan ukuran, maka diharapkan muncul semangat dan keinginan untuk terus belajar pada masyarakat.

2. Perbaiki Aksesibilitas

Meningkatkan semangat belajar masyarakat, supaya memudahkan akses terhadap berbagai sumber daya yang dapat menunjang kehidupan masyarakat seperti halnya informasi, modal, peralatan, dan lain-lain.

3. Perbaiki Tindakan

Diharapkan masyarakat dapat menciptakan tindakan pola pikir, dan pengambilan keputusan yang lebih baik untuk menjawab masalah yang ada pada kehidupannya.

4. Perbaiki Kelembagaan

Dimana berbagai tindakan yang dilakukan sudah semakin membaik, maka selanjutnya dapat memperbaiki kelembagaan yang ada di masyarakat terutama dalam hal memperluas relasi bisnis.

5. Perbaiki Usaha

Semua perbaikan yang sudah dilakukan dalam proses pemberdayaan adalah bekal dalam menjalankan aktifitas bisnis, sehingga dapat meningkatkan skala usaha.

6. Perbaikan Pendapatan

Dengan adanya perbaikan dalam usaha/bisnis yang sedang dijalankan, diharapkan mampu memberikan pendapatan atau income masyarakat.

7. Perbaikan lingkungan

Artinya apabila pendapatan masyarakat sudah meningkat secara tidak langsung dapat memperbaiki lingkungan (fisik dan sosial) karena seringnya masalah lingkungan terjadi disebabkan oleh kemiskinan/ rendahnya pendapatan masyarakat.

8. Perbaikan Kehidupan

Meningkatnya pendapatan masyarakat yang dibarengi dengan lingkungan yang mendukung diharapkan mampu memperbaiki kondisi kehidupan masyarakat,

9. Perbaikan Masyarakat

Semua perbaikan yang dilakukan melalui pemberdayaan akan berujung pada masyarakat yang dimana diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menjadikan kehidupan masyarakat yang lebih baik.

e. Metode Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Mardikanto (2017: 198) ada enam ragam metode pemberdayaan masyarakat “partisipatif” yaitu:

1. RRA (*Rapid Rural Appraisal*)

Metode penilaian keadaan desa secara cepat, dalam hal ini lebih banyak dilakukan oleh orang luar dengan sedikit atau tanpa melibatkan masyarakat setempat.

2. PRA (*Participatory Rapid Appraisal*)

PRA dilakukan dengan lebih banyak melibatkan orang dalam yang terdiri dari stakeholder (pemangku kepentingan kegiatan) dengan difasilitasi orang luar yang berfungsi sebagai fasilitator dibanding sebagai insfraktur/guru yang menggurui.

3. FGD (*Focus Grup Discussion*)

Diskusi kelompok terarah merupakan suatu metode pengumpulan data, FGD merupakan hubungan individu yang seolah berperan sebagai pemandu (moderator) diarahkan untuk mendiskusikan pengalaman dan pemahamannya tentang program atau kegiatan tertentu yang diikutinya.

4. PLA (*Participatory Learning and Action*)

Proses belajar dan praktik secara partisipatif adalah bentuk baru karena dahulu dikenal sebagai metode pemberdayaan masyarakat “*Learning by doing*”.

5. SL atau Sekolah Lapangan

Kegiatan pertemuan secara berkala yang dilakukan sekelompok masyarakat pada tempat tertentu, diawali dengan membahas masalah yang dihadapi, diikuti dengan mencurahkan pendapat, berbagi pengalaman tentang pemilihan cara menyelesaikan masalah yang paling efektif serta efisien sesuai dengan sumber daya yang dimiliki.

6. Pelatihan Partisipatif

Implementasi metode pendidikan orang dewasa dengan ciri utamanya yaitu hubungan fasilitator dengan peserta tidak bersifat vertikal tetapi bersifat horisontal. Lebih mengutamakan proses dibandingkan hasil artinya keberhasilan pelatihan tidak diukur dari banyaknya pengalihan pengetahuan tetapi seberapa jauh terjadi interaksi/ diskusi dan berbagai pengalaman antara sesama peserta maupun antara fasilitator dan pesertanya (Mardikanto & Soebiato, 2017).

f. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen

puncak organisasi. Strategi merupakan penempatan misi, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai (Antonio, 1997).

Strategi pemberdayaan masyarakat adalah upaya yang dilakukan masyarakat guna mencapai tujuan yang tepat dan menggunakan pemanfaatan sumber daya yang efektif. Strategi dapat mempengaruhi pemberdayaan ekonomi masyarakat di tingkat yang lebih besar, sehingga strategi pemberdayaan masyarakat harus bisa memenuhi kebutuhan pasar, maka dapat menguntungkan diantara kedua belah pihak baik itu penjual maupun pembeli. Pada bagian ini ada beberapa strategi pemberdayaan masyarakat menurut Musa Asy'arie (Asy'arie, 1997), yaitu:

1. Pelatihan

Pelatihan adalah suatu metode pembelajaran. Melatih individu atau kelompok orang, dibutuhkan terlebih dahulu pengetahuan mengenai cara orang belajar. Belajar dan berlatih adalah proses tanpa akhir. Adanya pelatihan dan pendidikan ini diharapkan mampu menambah ketrampilan dan keahliannya seseorang. Pelatihan memiliki sifat spesifik serta manfaatnya bisa langsung dipraktikkan. Tujuan pelatihan adalah meningkatkan kemampuan seseorang secara afektif, kognitif, dan psikomotoriknya. Pelatihan diberikan guna memberikan pemahaman kepada individu atau kelompok mengenai konsep-konsep kewirausahaan dengan semua macam permasalahan yang ada. Tujuan pelatihan ini untuk memberikan pengetahuan, ataupun wawasan yang lebih aktual, sehingga menumbuhkan minat untuk berwirausaha para peserta pelatihan (Siregar, 2018).

2. Jaringan

Jaringan dapat dibentuk melalui pembinaan yang konsisten, sistematis dan berkelanjutan, maka diharapkan bisa menciptakan jiwa

kewirausahaan sejati. Selanjutnya adalah membentuk jaringan atau relasi yang saling memperkuat, melengkapi serta memperluas pasar (Soegoto, 2014).

3. Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu strategi yang dibuat untuk mempromosikan barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran juga sering disebut sebagai *marketing strategy*. Strategi pemasaran merupakan sebuah keseluruhan usaha dari suatu bisnis. Tujuannya adalah untuk menjangkau target konsumen yang dianggap prospektif. Setelah itu, strategi pemasaran akan mengubah mereka untuk menjadi seorang konsumen tetap (Shaid, 2022). Pemasaran ini bisa dilakukan melalui media sosial berupa Facebook, WhatsApp dan Youtube. Peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dan lingkungannya dalam mencari pemecahan atas dua pokok masalah yaitu: Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa yang akan datang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi dan distribusi untuk melayani pasar sasaran (Asyarie, 1997).

Menurut Suharto (Mardikanto & Soebiato, 2017) strategi pemberdayaan masyarakat ada 5 faktor pokok yang bisa digunakan untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, khususnya melalui pelatihan serta advokasi kepada masyarakat miskin, yaitu:

a. Motivasi

Setiap rumah tangga mesti didorong untuk membuat kelompok supaya tercipta mekanisme kelembagaan penting untuk mengorganisir dan merealisasikan kegiatan pengembangan masyarakat di desa atau kelurahannya. Kelompok ini lalu diberi motivasi supaya terlibat pada

kegiatan peningkatan pendapatan melalui sumber-sumber dan kemampuan kelompok itu sendiri.

b. Peningkatan kesadaran dan pelatihan kemampuan

Hal ini bisa diperoleh dari pendidikan dasar, perbaikan kesehatan, dan sanitasi. Sedangkan keterampilan vokasi dapat dibentuk dengan cara-cara partisipatif. Adanya pelatihan semacam ini mendukung masyarakat kurang mampu untuk menciptakan mata pencaharian sendiri atau membantu meningkatkan keahlian mereka dalam mencari pekerjaan

c. Manajemen diri

Setiap kelompok masyarakat harus bisa memilih pemimpin dan bisa mengatur kegiatan mereka sendiri, seperti melangsungkan pertemuan, membuat pencatatan dan pelaporan, serta manajemen kepemilikan masyarakat. Pendampingan tahap awal dapat membantu kelompok masyarakat dalam mengembangkan suatu sistem. Kemudian kelompok masyarakat diberi wewenang sepenuhnya untuk merealisasikan dan mengatur sistem tersebut.

d. Mobilisasi sumber daya

Dalam mobilisasi sumber daya masyarakat dibutuhkan pengembangan metode untuk menghimpun sumber-sumber individual dari tabungan reguler dan sumbangan sukarela dengan maksud untuk menciptakan modal sosial. Dalam pengembangan sistem penghimpunan, pengorganisasian dan penggunaan sumber perlu dilakukan secara teliti dan cermat agar semua anggota memiliki kesempatan yang sama

e. Pembangunan dan pengembangan jejaring

Pengorganisasian kelompok swadaya masyarakat patut dibarengi dengan peningkatan kemampuan anggotanya dalam membangun dan mempertahankan jaringan melalui berbagai sistem sosial di sekitarnya. Adanya jaringan ini penting dalam

menyediakan dan mengembangkan akses-akses terhadap sumber dan kesempatan bagi peningkatan keberdayaan masyarakat miskin.

Menurut Mardikanto dan Poerwoko, strategi adalah proses juga produk yang “penting” berkaitan dengan pelaksanaan dan pengendalian suatu kegiatan yang dilakukan untuk meraih kemenangan persaingan, demi tercapainya tujuan. Strategi pemberdayaan masyarakat pada dasarnya mempunyai tiga arah, yaitu:

- a. Pemihakan dan pemberdayaan masyarakat.
- b. Pemantapan otonomi dan pendelegasian wewenang dalam pengelolaan pembangunan yang mengembangkan peran serta masyarakat.
- c. Modernisasi melalui penajam arah perubahan struktur sosial ekonomi (termasuk kesehatan), budaya dan politik yang bersumber pada partisipasi masyarakat (Hamid, 2018).

Ismawan (Nardin, 2019) menetapkan adanya 5 (lima) program strategi pemberdayaan yang terdiri dari:

- a. Pengembangan sumberdaya manusia
Membangun pengetahuan dan kapasitas masyarakat untuk memecahkan masalah masalah dan memenuhi kebutuhannya, maka pemberdayaan harus mampu menumbuhkan ketrampilan dan kepercayaan diri masyarakat miskin untuk mendukung kemandirian mereka.
- b. Pengembangan kelembagaan kelompok
Upaya membangun kekuatan sosial khususnya golongan masyarakat lemah yang tidak mampu, saran dan dukungan kepada orang miskin supaya mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Pengembangan kelembagaan kelompok ini antara lain meliputi

bantuan menyusun mekanisme organisasi, kepengurusan, administrasi, dan peraturan rumah tangga

c. Pemupukan modal masyarakat (swasta)

Peningkatan akses kedalam aset produksi bagi masyarakat yang masih dominan dalam ekonomi rakyat secara mendasar dan sesuai dengan tujuan membangun kemandirian masyarakat pedesaan, adalah membangun lembaga pendanaan pedesaan yang dimiliki, dikelola, dan hasilnya dinikmati oleh rakyat sendiri. Pemupukan modal merupakan landasan dalam perubahan struktural yang tumbuh dan berkembang. Dalam hal ini bisa diartikan pemupukan modal masyarakat adalah menghubungkan kelompok dengan lembaga-lembaga keuangan setempat untuk mendapatkan manfaat bagi pemupukan modal lebih lanjut.

d. Pengembangan usaha produktif

Pengembangan usaha produktif dapat membantu masyarakat miskin untuk menciptakan mata pencaharian sendiri atau membantu meningkatkan keahlian mereka untuk mencari pekerjaan, demikian dalam pengembangan usaha produktif masyarakat dituntut untuk diperdayakan berdasarkan keterampilan yang dimiliki, mengembangkan usaha masyarakat menjadi lebih produktif, sehingga meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat desa.

e. Penyediaan informasi tepat-guna

Penyediaan informasi tepat guna dapat memanfaatkan media sosial, situs web dalam proses marketing. Serta penyediaan informasi tepat guna seperti memanfaatkan media sosial sebagai propoganda marketing untuk mempublikasikan potensi desa yang dikelola.

2. Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah wisata makanan dan restoran sebagai tujuan wisata. Wisata kuliner memberikan efek menyegarkan dan perasaan senang untuk turis. Kebanyakan dari itu restoran yang menjadi tujuan wisata

Kuliner adalah restoran yang Menyajikan makanan dan makanan tradisional (Afriansyah et al., 2016).

Produk kuliner merupakan hasil olahan berupa menu masakan makanan sehari-hari, makanan ringan dan minuman. Seni kuliner tidak bisa dipisahkan dari memasak erat kaitannya dengan makanan sehari-hari atau bisa juga makanan khas di berbagai kota dan provinsi. kuliner merupakan bagian dari serapan bahasa Inggris, yaitu *culinary*, artinya berkaitan dengan masakan. Banyak orang yang bepergian ke tempat-tempat yang tidak lepas dari wisata kuliner. Banyak orang menyebut wisata kuliner yang enak, lezat, wisata kuliner yang luar biasa, dll. Pemahaman tentang wisata kuliner diartikan sebagai pergi ke suatu tempat di mana dapat menikmati makanan khas dari lokasi wisata. Karena arti harfiah dari wisata adalah melakukan perjalanan bersama memperluas pengetahuan, pemahaman dll (Sari, 2018).

Banyak manfaat yang bisa diperoleh dari adanya wisata kuliner baik bagi penduduk setempat ataupun pengunjung wisata kuliner. bagi penduduk setempat adanya wisata kuliner ini merupakan kesempatan untuk belajar mengenai budaya serta sejarah melalui makanan, kesempatan untuk warga setempat untuk mempelajari masakan baru dari budaya lain dengan cara yang lebih mudah. Bagi pengunjung, adanya wisata kuliner ini menawarkan kesempatan untuk merasakan cita rasa makanan yang baru, dapat bertemu penduduk lokal dengan kesamaan minat, dan bisa belajar lebih banyak lagi tentang sejarah tempat maupun sejarah makanan di daerah setempat (Dani, 2022).

Suatu kawasan dikatakan sebagai wisata kuliner haruslah memenuhi syarat-syarat berikut (Sasongko et al., n.d.):

a. Perjalanan

Pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya

dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam, maka perjalanan sebagai kegiatan pariwisata meliputi ada unsur gerak dari suatu tempat ke tempat lainnya, tinggal sementara waktu di tempat tujuan, ada unsur rekreasi di dalamnya, pelakunya bertindak sebagai konsumen.

b. Kegiatan makan dan minum unik

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam kegiatan makan minum unik dalam kunjungan yang dilakukan adalah dari beberapa faktor seperti bentuk makanan, rasa makanan, makanan khas, inovasi, dan suasana.

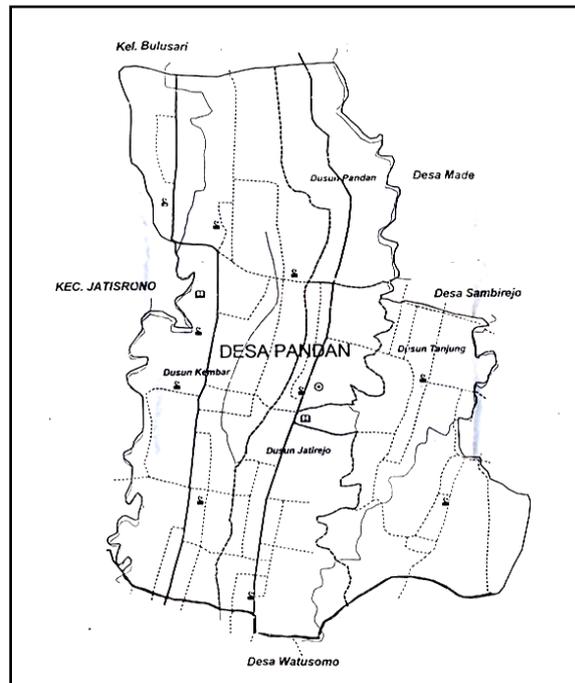
c. Memberikan pengalaman baru

Pengalaman adalah kejadian yang pernah dialami (djalani, dirasai, ditanggung dsb) baik yang sudah lama atau baru saja terjadi. Maka dari itu Unsur pengalaman baru disini adalah bagaimana pengunjung menemukan hal-hal dari berbagai segi dalam kuliner yang tidak mereka temukan di tempat lain.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Pandan

Desa Pandan adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri. Mempunyai luas wilayah 436, 10 Ha, berada di ketinggian 400 mdpl yang terdiri dari persawahan dan ladang. Desa Pandan terdiri dari empat dusun yaitu, Dusun Kembar di bagian barat, Dusun Pandan di bagian utara, Dusun Jatirejo di bagian selatan, dan Dusun Tanjung di sebelah timur. Rata-rata penduduk di Desa Pandan berprofesi sebagai petani dan wiraswasta/pedagang.



Gambar 3. 1 Peta Desa Pandan

Berdasarkan gambar diatas, Desa Pandan memiliki batas wilayah yaitu:

- | | |
|------------------|---------------------------|
| Sebelah utara: | Kel. Bulusari/ Desa Waru |
| Sebelah selatan: | Desa Watusomo |
| Sebelah timur: | Desa Made/ Desa Sambirejo |
| Sebelah barat: | Desa Pule |

1. Jumlah Penduduk

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	1.659 Orang
Perempuan	1.632 Orang
Jumlah Total	3291 Orang
Jumlah Kepala Keluarga	1.141 KK

Sumber: Data Prodeskel Desa Pandan, 2022

Dari table data diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk menurut jenis kelamin di Desa Pandan adalah: warga yang kelamin laki-laki berjumlah 1.659 orang, dan warga yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 1.632 orang, sedangkan jumlah Kepala Keluarga ada 1.141 Kk.

2. Kondisi Pendidikan

Pendidikan merupakan indikator yang utama untuk meningkatkan SDA. Berikut jumlah data penduduk Desa Pandan menurut tingkat Pendidikan:

Tabel 3. 2 Jumlah Data Penduduk Dari Segi Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Laki-Laki	Perempuan
1	Usia 3-6 tahun yang belum masuk TK	17 Orang	14 Orang
2	Usia 3-6 tahun yang sedang TK / PG	11 Orang	13 Orang
3	Usia 7-18 tahun yang tidak pernah sekolah	-	-
4	Usia 7-18 tahun yang sedang sekolah	111 Orang	112 Orang

No.	Tingkat Pendidikan	Laki- Laki	Perempuan
5	Usia 18-56 tahun yang tidak pernah sekolah	15 Orang	13 Orang
6	Usia 18-56 tahun yang SD tapi tidak tamat	15 Orang	16 Orang
7	Tamat SD / Sederajat	317 Orang	463 Orang
8	Usia 12-56 tahun tidak tamat SLTP	394 Orang	351 Orang
9	Usia 18-56 tahun yang tidak tamat SLTA	287 Orang	224 Orang
10	Tamat SMP / Sederajat	269 Orang	229 Orang
11	Tamat SMA/ Sederajat	172 Orang	148 Orang
12	Tamat D-1 / Sederajat	9 Orang	6 Orang
13	Tamat D-2 / Sederajat	2 Orang	1 Orang
14	Tamat S-1 / Sederajat	37 Orang	41 Orang
15	Tamat S-2/ Sederajat	3 Orang	1 Orang
Jumlah Total Penduduk		3.291 Orang	

Sumber: Data Prodeskel Desa Pandan, 2022

Dilihat dari tabel di atas menyatakan bahwa masyarakat Desa Pandaan memiliki tingkat kesadaran pendidikan yang tergolong tidak rendah lagi, banyaknya warga yang tidak melanjutkan ke jenjang berikutnya karena kondisi ekonomi yang menuntut untuk tidak melanjutkan pendidikan dan memilih bekerja. Akan tetapi juga ada sebagian warga yang sadar akan pentingnya pendidikan sehingga melanjutkan sampai ke jenjang perguruan

tinggi, namun biasanya yang melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi adalah orang dengan ekonomi menengah ke atas.

3. Kondisi Ekonomi

Desa Pandan merupakan desa yang memiliki tanah yang luas dan subur. Sebagian besar masyarakat Desa Pandan bermata pencaharian sebagai petani dikarenakan banyaknya tanah sawah dan ladang, selain sebagai petani mereka juga ada juga yang bermata pencaharian sebagai pedagang, karyawan, dan lain-lain sebagainya. Berikut tabel data jumlah penduduk menurut pekerjaan di Desa Pandan:

Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Laki-Laki	Perempuan
1	Petani	560 Orang	440 Orang
2	Buruh Tani	1 Orang	-
3	Pegawai Negeri Sipil	13 Orang	11 Orang
4	Pedagang Barang Kelontong	3 Orang	24 Orang
5	Peternak	7 Orang	-
6	Nelayan	1 Orang	-
7	Montir	9 Orang	-
8	Perawat Swasta	-	1 Orang
9	Tukang Kayu	8 Orang	-
10	Tukang Batu	11 Orang	-
11	Pembantu Rumah Tangga	-	1 Orang
12	Karyawan Perusahaan Swasta	213 Orang	123 Orang
13	Karyawan Perusahaan Pemerintah	2 Orang	-
14	Wiraswasta	206 Orang	86 Orang
15	Tidak Mempunyai Pekerjaan Tetap	148 Orang	195 Orang
16	Belum Bekerja	383 Orang	367 Orang

No.	Jenis Pekerjaan	Laki-Laki	Perempuan
17	Ibu Rumah Tangga	-	367 Orang
18	Purnawirawan/Pensiunan	8 Orang	4 Orang
19	Perangkat Desa	10 Orang	1 Orang
20	Buruh Harian Lepas	53 Orang	8 Orang
21	Buruh Jasa Perdagangan Hasil Bumi	1 Orang	-
22	Sopir	24 Orang	-
23	Jasa Penyewaan Peralatan Pesta	1 Orang	-
24	Tukang Jahit	1 Orang	-
Jumlah Total Penduduk		3.291	

Sumber: Data Prodeskel Desa Pandan, 2022

4. Kondisi Agama

Tabel 3. 4 Jumlah Penduduk Menurut Agama

No	Agama	Laki-Laki	Perempuan
1	Islam	1.652 Orang	1628 Orang
2	Kristen	7 Orang	3 Orang
3	Katholik	-	1 Orang
Jumlah		1.659 Orang	1.632 Orang

Sumber: Data Prodeskel Desa Pandan, 2022

Setiap manusia berhak memeluk agama sesuai kepercayaan masing-masing, kepercayaan di Desa Pandan ini ada beberapa Agama, memiliki jumlah penduduk 3.291 Orang, dimana agama yang mendominasi adalah Islam. Meskipun ada beberapa agama, tetapi masyarakat Desa Pandan tetap bersatu.

B. Profil Pasar Dhopleng

Pasar Dhopleng adalah pasar kuliner tradisional yang terletak di Desa Pandan, Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri, tepatnya di Dusun Kembar. Pasar Dhopleng berdiri pada 11 September 2018 yang

dibentuk oleh Dasa Wisma, dikelola dan diketuai oleh Ibu Lilis Endang Hardiyanti. Adanya Pasar Dhoplang ini bermula dari keinginan masyarakat sekitar untuk mendapatkan penghasilan tambahan selain dari bertani. Awalnya hanya 11 pedagang yang berjualan di depan halaman rumah Ibu Lilis Endang Hardiyanti, namun seiring berjalannya waktu dan meningkatnya animo masyarakat untuk berkunjung, lokasi kemudian dipindah ke sebuah lahan pohon jati milik salah satu warga yang dipinjamkan untuk dikelola, pedagang yang awalnya hanya 11 pun ikut bertambah. Sekarang jumlah pedagangnya mencapai 65 orang.

Pasar yang mengusung tema jajanan dan makanan tradisional ini buka hanya di hari minggu pagi dari jam 06.00 – 10.00 WIB saja. Menu-menu makanan yang disediakan di Pasar Dhoplang seperti sego berkat, sego bancaan, pecel puli, gendar, es cendol, soto, sego jagung, sego tiwul, besengekgrontol, gatot, klepon, getuk, cenil, gorengan, pepes, lapis, apem, dan lain-lain. Dikarenakan pasar ini hanya khusus menjual makanan dan jajanan tradisional, maka untuk menambah kesan unik pihak pengelola mendesai sedemikian rupa agar menarik konsumen seperti seluruh pengelola memakai pakaian adat jawa, yaitu surjan lurik, mulai dari juru parkir sampai para pedagang jajanan. *Live* musik dengan lagu-lagu tembang jawa selalu mengiringi para pengunjung untuk menambah suasana adat jawa, dalam prosesi jual belinya penjual dan pengunjung diwajibkan memakai bahasa jawa. Untuk pengunjung yang tiak fasih berbahasa jawa, pihak pengelola Pasar Dhoplang sudah menyediakan *guide* secara gratis untuk membantu berkomunikasi dengan para penjual.

Pasar Kuliner Dhoplang ini juga menerapkan konsep *Back to Nature* dengan tidak menggunakan plastik di dalamnya. Untuk memasaknya juga diharuskan memakai kayu bakar dan tungku tidak memakai kompor gas. Karena menerapkan konsep *Back to Nature* dengan tidak memakai plastik, setiap pembelian makanan para pedagang menggunakan daun jati dan daun pisang sebagai metode penyajiannya. Sedangkan untuk makanan berkuah seperti soto, dan minuman memakai mangkuk dan gelas yang terbuat dari

tanah liat. Apabila pengunjung ingin membawa pulang makanan atau jajanannya, bisa membawa *Goodie Bag* sendiri atau bisa membeli di Pasar Dhoplang.

Lokasi Pasar Dhoplang dapat diakses oleh kendaraan bermotor maupun mobil. Dari arah alun-alun Wonogiri menuju Pasar Dhoplang sendiri berjarak sekitar 36 km dengan estimasi waktu sekitar 1 jam. Jika dari arah Kecamatan Purwanto berjarak sekitar 14 km dengan estimasi waktu sekitar 20 menit, atau bisa diakses melalui *Google Map*.

C. Visi Misi Pasar Dhoplang

Visi:

Terwujudnya Pasar Dhoplang sebagai Wisata Kuliner Tradisional yang bebas lastik, mandiri, berbudaya dan berkepribadian.

Misi:

2. Membangun semangat warga masyarakat dalam berwirausaha makanan dan minuman tradisional dengan prinsip kebersamaan dan kemitraan.
3. Menggunakan tungku, arang atau kayu sebagai alat dan bahan bakar dalam memasak.
4. Meninggalkan segala macam sarana dan prasarana yang berbahan plastik sebagai tempat makanan dan minuman.
5. Menggunakan gerabah untuk menyajikan makanan dan minuman dan menggunakan daun jati atau daun pisang untuk mengemas makanan.
6. Bagi pengunjung dilarang membawa tempat jajan (makanan dan minuman) yang berbahan plastik.
7. Memberikan kemudahan dalam melayani kebutuhan makanan dan minuman tradisional bagi semua segmen dengan ramah dan berakhlakul karimah.
8. Menggunakan bahasa jawa sebagai alat komunikasi dan bertransaksi selama berada di dalam pasar Dhoplang.

9. Membangun kemandirian kuliner tradisional dengan menjunjung tinggi kearifan lokal serta komitmen untuk mempertahankan dan mengembangkan budaya tradisional Jawa.

D. Struktur Organisasi Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

Pengelola Pasar doplang dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang ini terbentuk dalam susunan kepengurusan. Tujuannya agar dalam pelaksanaan kegiatannya lebih terorganisir dan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Berikut adalah struktur Organisasi Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang:

Tabel 3. 5 Struktur Organisasi Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

Struktur Organisasi	Nama
Penasehat	Kepala Desa Pandan
	Kepala Dusun Kembar
	Ketua RW 01
	Ketua RT se-RW 01
Penanggung Jawab	Lilis Endang Hardiyanti
Ketua	Abdul Wahid Ahmadi
Wakil Ketua	Tri Ratno
	Sunarmo
Koordinator Lapangan	Fajar Herdy Sulistyio
Sekretaris	Jalu Anggono
Bendahara	Hj. Parni
Humas	Warto
	Narto Suto
Penukaran Koin	Sutoto
	Susi Nurjannah
Pembantu Umum	Suratno
	Giman
Kebersihan Pasar	Gino

Struktur Organisasi	Nama
	Semua Bakul
Juru Parkir	Ratman
	Fauzi

Sumber: Data struktur Organisasi Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

E. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

Pasar Dhoplang merupakan pasar kuliner tradisional yang berdiri dengan tujuan meningkatkan kemandirian warga yang nantinya akan berdampak terhadap kondisi perekonomiannya. Kemampuan memasak yang dimiliki beberapa warga merupakan titik awal keberhasilan berdirinya pasar tersebut, kemudian Ibu Lilis menjadi promotor bagi warga sekitar untuk berani melangkah lebih maju mendirikan Pasar Dhoplang. Pasar tersebut mengangkat tema jajanan tradisional yang dipilih dengan alasan rendahnya minat masyarakat zaman sekarang terhadap kuliner tradisional sehingga perlu dijaga kelestariannya. Pasar Dhoplang memberikan inovasi dalam hal penyajian juga proses transaksinya sehingga menjadikan pasar tersebut selalu dinantikan bagi para pengunjungnya.

Dalam rangka mengembangkan serta meningkatkan kesejahteraan warga Desa Pandan, Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri terutama warga Dusun Kembar, akhirnya masyarakat Dusun Kembar bersama Ibu Lilis dan Pak Wahid selaku pelopor berdirinya Pasar Dhoplang melakukan perubahan dengan memanfaatkan potensi yang ada. Kemampuan warga merupakan potensi utama berdirinya pasar tersebut sehingga perlu adanya inovasi yang dapat membantu masyarakat untuk berkembang. Salah satu hal yang dilakukan yaitu dengan memberikan pelatihan sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat yang diharapkan akan berdampak positif terhadap produktivitas mereka juga penghasilannya.

Keberhasilan pemberdayaan masyarakat yang ada di Pasar Dhoplang diwujudkan melalui lima program strategi pemberdayaan, hal tersebut

didasarkan oleh teori yang terdapat pada bab landasan teori. Kelima program tersebut terdiri dari:

a. Pengembangan sumberdaya manusia

Membangun pengetahuan dan kapasitas masyarakat untuk memecahkan masalah masalah dan memenuhi kebutuhannya, maka pemberdayaan harus mampu menumbuhkan ketrampilan dan kepercayaan diri masyarakat miskin untuk mendukung kemandirian mereka.

b. Pengembangan kelembagaan kelompok

Upaya membangun kekuatan sosial khususnya golongan masyarakat lemah yang tidak mampu, saran dan dukungan kepada orang miskin supaya mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Pengembangan kelembagaan kelompok ini antara lain meliputi bantuan menyusun mekanisme organisasi, kepengurusan, administrasi, dan peraturan rumah tangga

c. Pemupukan modal masyarakat (swasta)

Peningkatan akses kedalam aset produksi bagi masyarakat yang masih dominan dalam ekonomi rakyat secara mendasar dan sesuai dengan tujuan membangun kemandirian masyarakat pedesaan, adalah membangun lembaga pendanaan pedesaan yang dimiliki, dikelola, dan hasilnya dinikmati oleh rakyat sendiri. Pemupukan modal merupakan landasan dalam perubahan struktural yang tumbuh dan berkembang. Dalam hal ini bisa diartikan pemupukan modal masyarakat adalah menghubungkan kelompok dengan lembaga-lembaga keuangan setempat untuk mendapatkan manfaat bagi pemupukan modal lebih lanjut.

d. Pengembangan usaha produktif

Pengembangan usaha produktif dapat membantu masyarakat miskin untuk menciptakan mata pencaharian sendiri atau membantu meningkatkan keahlian mereka untuk mencari pekerjaan, demikian dalam pengembangan usaha produktif masyarakat dituntut untuk

diperdayakan berdasarkan keterampilan yang dimiliki, mengembangkan usaha masyarakat menjadi lebih produktif, sehingga meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat desa.

e. **Penyediaan informasi tepat-guna**

Penyediaan informasi tepat guna dapat memanfaatkan media sosial, situs web dalam proses marketing. Serta penyediaan informasi tepat guna seperti memanfaatkan media sosial sebagai propoganda marketing untuk mempublikasikan potensi desa yang dikelola.

Berikut ini merupakan hasil observasi serta wawancara yang dilakukan peneliti yang telah disesuaikan dengan lima program strategi pemberdayaan masyarakat yaitu meliputi:

a. Pengembangan Sumber Daya Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan sumber daya manusia dilakukan guna meningkatkan keterampilan dengan melalui pelatihan-pelatihan kepada para pedagang dan para pengelola Pasar Dhoplang. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Abdul Wahid Ahmadi selaku ketua organisasi Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang bahwa:

“Untuk pengembangan SDM di sini supaya para pedagang maupun pengelola karena para pedagang sebagian juga masuk ke keanggotaan atau pengelola mbak, jadi diberikanlah beberapa pelatihan contohnya kemarin itu pelatihan Inovasi dan Higienis Penyajian Kuliner selama empat hari, itu dilaksanagak di Hotel Cendrawasih Wonogiri oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata mbak, juga pernah pelatihan dengan kita mengundang trainer yang kompeten di bidang kuliner juga bekerja sama dengan LSM, pedagang kita hadirkan selama empat hari juga tempatnya di ruang pertemuan kolam renang Duwet Bulusari Slogohimo. Kita sering melakukan pelatihan-pelatihan mbak kadang kita yang diundang kadang kita yang mengundang, seperti tahun kemarin kita ada pelatihan untuk para bakul di balai desa mbak, trainernya kita hadirkan dari dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan. Pernah juga pelatihan di Gedung PGRI Wonogiri, trainer dan narasumber dari Dinas KUKM Wonogiri mbak.” (Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid, 2 Juli 2023)

Hal serupa juga diungkapkan oleh salah satu pedagang Pasar Dhoplang yaitu Ibu: Lisma Anggraini yang sebelumnya merupakan ibu rumah tangga bahwa:

“iya mbak, kita diberi pelatihan, sudah banyak mbak pelatihan yang pernah saya ikuti semenjak berdiri ini pasarnya, jadi awal awal berdiri beberapa bulan kemudian kita diberi pelatihan-pelatihan bahkan sampai sekarang ini juga masih kok mbak, kita pelatihnnya ya pelarihan memasak biar rasa nya semakin enak, ada pelatihan cara penyajian makanan yang benar di piring supaya lebih menarik, untuk pelatihnnya itu kita datang ke hotel atau gedung gitu mbak, jadi pelatihnnya itu orang dari luar semua yang sudah profesional di bidang kuliner mbak dan itu gak hanya pelatihan mbak kadang juga seperti seminar gitu.” (Wawancara dengan Ibu Lisma Anggraini, 2 Juli 2023)

b. Pengembangan Kelembagaan Kelompok

Proses pengembangan kelembagaan kelompok di Pasar Dhoplang tidak ada intervensi dari pemerintah desa ataupun BUMDes. Hal ini dikarenakan pemerintah desa ataupun BUMDes sudah memberikan kepercayaan secara penuh kepada pengelola Pasar Dhoplang, sehingga pengelola memiliki wewenang untuk membentuk keanggotannya guna menjalankan pasar tersebut secara mandiri. Meskipun instansi tersebut tidak turun tangan dalam hal pengelolaannya, namun Pasar Dhoplang tetap dianggap berada dibawah naungan BUMDes. Hal ini sejalan dengan apa yang dipaparkan oleh Bapak Abdul Wahid Ahmadi selaku ketua organisasi pada saat wawancara bahwa:

“Pembentukan dan penyusunan keanggotaan itu seingat saya dilakukan pada tanggal 2 tahun nya 2018 bulannya saya lupa mbak, sekitar pukul 20.00 WIB di rumahnya Ibu Lilis selaku koordinator Dasa Wisma bersama-sama dengan Ketua Karangtaruna kebetulan saya sendiri dan segenap pengurus karangtaruna untuk merumuskan pendirian Pasar Dhoplang. Dan saat pendirian itu tidak melibatkan pemerintah desa maupun BUMDes, kita ke pemerintah desa hanya meminta izin dan menyampaikan gagasan kita terus dari BUMDes nya juga bilang kalau kita dibawah naungannya tetapi silahkan mandiri berjalan sendiri, intinya seperti lepas tangan gitu tetapi kalau ingin meminta bantuan mereka selalu siap mbak. Dalam rapat itu kita sekalian membentuk struktur organisasi Pasar Dhoplang

sehingga terbentuklah seperti sekarang ini mbak.” (Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid, 2 Juli 2023)

c. Pemupukan Modal Masyarakat

Permodalan para pedagang yang berada di Pasar Dhoplang berasal dari dana pribadi masing-masing. Pihak pengelola tidak menganjurkan para pedagang untuk melakukan pinjaman baik kepada bank, koperasi, dinas ataupun pihak lainnya, hal ini bertujuan agar para pedagang tidak memiliki beban jangka panjang yang memberatkan sehingga produktivitas mereka akan tetap jalan tanpa ada gangguan manapun. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan bapak Wahid, berikut penjelasannya:

“Kita ini sengaja tidak menggandeng pihak terkait dengan permodalan seperti Bank, BMT, bahkan kita juga tidak meminta modal dari misal dana desa gitu mbak, tidak juga bekerjasama dengan BUMdes yang simpan pinjam dikarenakan itu juga atas kemauan para pedagang sendiri karena mayoritas mereka tidak ingin justru akan menjadi beban, dan kalau dari pihak pengelola hal itu nanti ditakutkan berdampak dan mempengaruhi pada entitas bakul di Dhoplang ini. Para pedagang itu kalau mau jualan yaa disesuaikan dengan kemampuan modal mereka masing-masing apalagi waktu awal-awal berdiri itu benar benar uang pribadi mbak, tapi sekarang alhamdulillahnya udah semakin maju dan udah berdiri lama juga jadi para pedagang itu menghitung keuntungannya berapa nanti dibuat untuk modal minggu depannya lagi berapa gitu mbak,” (Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid, 2 Juli 2023)

Menurut Ibu Sarni yang merupakan salah satu pedagang di Pasar Dhoplang juga menuturkan bahwa:

“Modal awal itu saya hanya seadanya mbak, jualan makanan tradisional kan bahannya kebanyakan juga sudah ada di ladang mbak jadi modal nya lumayan enteng gak perlu pinjam bank sana sini. Kalau pinjam bank juga nantinya malah bingung mbak, dagangan gak seberapa tagihan bank nya banyak. Saya dagang se adanya aja mbak yang penting untung nya nanti bisa buat modal lagi di hari berikutnya gitu.” (Wawancara dengan Ibu Sarni, 2 Juli 2023)

d. Pengembangan Usaha Produktif

Pengembangan usaha produktif dilakukan dengan memberikan bantuan kepada para pedagang, hal ini bertujuan agar usaha mereka tetap produktif sehingga berpengaruh terhadap penghasilan dalam jangka panjang juga berkelanjutan, dalam hal ini juga disampaikan oleh Pak Wahid cara agar Pasar Dhopleng tetap produktif dan tetap berjalan sampai saat ini adalah sebagai berikut:

“supaya Pasar dhopleng ini tetap berkembang dan produktif kita sebagai pengelola selain memberikan bantuan berupa mengadakan pelatihan, pedagang berkomitmen untuk mempertahankan kualitas cita rasa, berinovasi tentang jenis masakannya, selalu menjaga keramahan dalam melayani pembeli, menjaga higienitas dalam menyajikan masakan, itu yang pertama, yang kedua ini kita memikirkan konsep sebelum benar-benar berdiri supaya bisa menarik konsumen yang tidak hanya dikalangan tertentu saja, melainkan semua kalangan bisa menikmatinya. Kuliner tradisional inilah yang kita pilih karena semua kalangan bisa menikmatinya dari yang sepuh, muda, sampai anak-anak pun bisa makan disini. Yang ke tiga pemilihan lokasi, kalau lokasi yang kita pilih strategis kan para pengunjung juga betah dan mau kesini lagi mbak, seperti tempat parkir yang luas jalan yang bisa diakses kendaraan bermotor maupun mobil. Ke empat ini pemilihan waktunya, kita memilih waktu buka di hari minggu pagi saja bukan tanpa alasan, dipilih karena hari minggu itu banyak orang yang aktifitasnya libur dan pagi hari dipilih karena biar para pengunjung itu cari sarapan disini mbak. Disamping itu pengelola selalu berinteraksi dengan pengunjung untuk meminta masukan, kritikan atau saran baik yang berkaitan dengan masakan olahan, performa bakul, petugas parkir, bagian hiburan di panggung, maupun sarana prasarana lainnya mbak” (Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid, 2 Juli 2023)

e. Penyediaan Informasi Tepat Guna

Penyediaan informasi tepat guna diterapkan untuk memperkenalkan dan mempromosikan Pasar Dhopleng yang dilakukan dengan beberapa cara baik melalui media cetak maupun media sosial. Salah satunya dengan memanfaatkan media sosial *instagram* guna memublikasikan Pasar Dhopleng kepada khalayak umum. Selain itu diketahui bahwa

informasi yang disebarkan terkait Pasar Dhopleng juga diperoleh melalui mulut ke mulut dari para pengunjung, pedagang ataupun pihak lainnya yang terlibat secara langsung. Pak Wahid juga menyampaikan pada saat wawancara bahwa:

“Untuk mengenalkan dan mempopulerkan Pasar Dhopleng ini melalui koran cetak atau berita yang dimuat di internet. Tapi pada kenyataannya pasar dhopleng viral dan banyak dikenal oleh masyarakat luas itu melalui pengunjung yang merupakan seorang *youtuber*. Dan sekarang kan juga zamannya sosial media mbak, sepertinya para pengunjung pun kalau kesini pasti buat *story* postingannya tentang Pasar Dhopleng.” (Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid, 2 Juli 2023).

Pasar Dhopleng juga memanfaatkan media *instagram* untuk memperkenalkan ke masyarakat luas dan meningkatkan pengunjung karena media sosial satu ini mempunyai peran promosi yang sangat penting mengingat zaman sekarang ini semua bisa dimuat di media sosial. Seperti hasil wawancara berikut:

“Sekarang ini zamannya sudah maju mbak, banyak orang dari yang tua, muda bahkan anak-anak sekalipun sekarang udah main *Instagram* jadi kita juga membuat akun *Instagram* yang dikelola oleh pemuda yang kompeten dibidang ini, bisa ngedit supaya bagus pas dimasukkan di *Instagram* nya mbak, selain itu kita juga promosi dengan meng-*upload* kalau kata orang-orang mbak, meng-*upload* bintang tamu atau hiburan yang akan hadir di Pasar Dhopleng serta memberkan informasi terkait kegiatan Pasar Dhopleng” (Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid, 2 Juli 2023)

Pengunjung Pasar Dhopleng juga menyampaikan pendapatnya pada saat wawancara, terdapat beberapa pengunjung yang terlibat dalam wawancara bersama peneliti yaitu sebagai berikut:

Pengunjung atas nama Mbak Silviaanis yang berasal dari Kecamatan Jatipurno, menyampaikan:

“Saya mengetahui adanya Pasar Dhopleng ini sudah sejak saya masih duduk di bangku SMA mbak sekitar tahun 2018-2019-an, tahu dari salah satu teman yang kebetulan rumahnya dekat dengan pasar ini” (Wawancara dengan Mbak Silviaanis, 2 Juli 2023)

Wawancara dengan Mas Dion yang berasal dari daerah Kecamatan Jatisrono, juga berpendapat bahwa:

“Kalau saya itu mengetahui dari teman terus saya cek di sosial media ternyata ramai juga dan terlihat menarik jadi saya kesini, malah saya sering kesini tidak hanya sekali duakali mbak” (Wawancara dengan Mas Dion, 2 Juli 2023)

Wawancara dengan Mbak Isna asli warga dari daerah Kecamatan Purwantoro, menuturkan bahwa:

“Saya kesini dengan keluarga mbak, tahu ada Pasar dengan konsep jadul gini dari instagram terus saya tanya-tanya ke temen saya ternyata benar adanya dan setelah viral pun masih ramai karena saya kesini pertama kali itu tahun 2020 an mbak dan saat ini di tahun 2023 pun masih ramai pengunjung” (Wawancara dengan Mbak Isna, 2 Juli 2023)

F. Hasil Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

Pemberdayaan masyarakat yang telah diwujudkan melalui Pasar Dhoplang memberikan pengaruh bagi para warga yang terlibat terkhusus warga Dusun Kembar. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek baik dalam segi peningkatan ekonomi, lapangan pekerjaan, pola pikir dan kualitas sumber daya manusia.

1. Meningkatkan perekonomian keluarga

Kondisi ekonomi keluarga para pedagang sebelum adanya pemberdayaan masyarakat melalui Pasar Dhoplang masih tergolong rendah. Penghasilan utama yang diperoleh awalnya mengandalkan dari hasil kerja suami yang pas-pas an untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, hal ini dikarenakan mayoritas warga Dusun Kembar ini bermata pencaharian sebagai petani juga buruh tani. Sehingga dengan adanya pemberdayaan melalui Pasar Dhoplang ini masyarakat merasa terbantu karena memiliki penghasilan tambahan melalui produk yang mereka jual.

Tabel 3.6 Pendapatan Pedagang Pasar Dhoplang

No	Pendapatan Pedagang	Jumlah Pedagang
1	Rp.100.000 - Rp.300.000	8
2	Rp.300.000 - Rp.500.000	11
3	Rp.500.000 – Rp.700.000	35
4	Rp.700.000 – Rp.1000.000	11
Jumlah		65

Sumber: Data Hasil Wawancara Dengan Pedagang

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa pemberdayaan masyarakat melalui Pasar Dhoplang dampak positif bagi warga Dusun Kembar yang terlibat karena mampu meningkatkan perekonomian keluarga. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sariyah salah satu warga yang berjualan di Pasar Dhoplang:

“awalnya saya hanya ibu rumah tangga, keluarga saya ya hanya mengandalkan penghasilan kerja suami sedangkan suamiku pekerjaannya petani kadang juga buruh mbak itupun hasilnya juga alhamdulillah hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari, sekarang kan apa-apa mahal mbak. Terus di tahun 2018-an itu dibuat pasar ini, kebetulan saya merasa masakan saya enak, akhirnya saya ikut daftar jadi pedagang di sini, dan hasilnya bisa memenuhi kebutuhan di rumah buat tambah-tambah mbak, alhamdulillahnya saya bertahan sampai saat ini mbak” (Wawancara dengan Ibu Sariyah, 2 Juli 2023)

Meningkatnya pendapatan ekonomi masyarakat semenjak adanya pemberdayaan masyarakat melalui Pasar Dhoplang ini juga dirasakan oleh Mbah Kadi salah satu penjual di Pasar Dhoplang:

“saya ini petani utun mbak, sehari-hari ya ke sawah, buruh mencangkul gitu sebelum ikut dagang disini. Hasil dari buruh itu juga hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari kadang kurang malahan. Terus saya ikut daftar, ikut dagang untuk menambah penghasilan kan harinya juga hanya sekali dihari Minggu saja, hari lainnya saya bisa ikut buruh lagi” (Wawancara dengan Mbah Kadi, 2 Juli 2023)

2. Terciptanya lapangan pekerjaan guna mengurangi pengangguran

Pasar Dhoplang memiliki pengaruh yang cukup signifikan bagi warga Dusun Kembar, dengan adanya pemberdayaan tersebut mampu mengurangi pengangguran di desa tersebut. Muncul beberapa pekerjaan baru yang dapat dilakukan oleh warga sekitar selain melakukan kegiatan jual beli, mulai dari tukang parkir, penjaga pertukaran koin, dan ada juga yang diajak untuk membantu membuat bahan jajanan untuk dijual saat hari minggunya atau untuk membantu membuat pesanan dari konsumen karena para pedagang di Pasar Dhoplang ini sekarang sudah membuka jasa pesananan untuk acara-acara tidak hanya untuk dijual di hari minggu saja. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ratman yang merupakan salah satu tukang parkir di Pasar Dhoplang

“kalau sehari-hari saya biasanya nyari buruhan mbak, kadang yo macul, ngerek pas panen kadang juga buruh bangunan. Nah kalau minggu saya disini mba jadi tukang parkir, nambah kegiatan ya nambah penghasilan. Jadi pasar ini sangat membantu sekali mbak buat para warga sing ora duwe pekerjaan tetap” (Wawancara dengan Bapak Ratman, 2 Juli 2023)

Salah satu ibu rumah tangga yaitu Ibu Sariyah juga menuturkan hal yang sama bahwa:

“saya kan biasanya hanya dirumah mba, ngurus rumah tok sehari-hari ndak ada kegiatan yang lain. Nah ndelalah ada Pasar Dhoplang to yowes saya coba-coba ikut bergabung dan yaa begini dagang kalau di hari minggu. Jadi lumayan mbak nambah penghasilan dan yaa punya pekerjaan lain” (Wawancara dengan Ibu Sariyah, 2 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut sudah menunjukkan bahwa dengan adanya Pasar Dhoplang ini sangat membantu masyarakat karena muncul berbagai jenis pekerjaan baru sehingga masyarakat juga sangat antusias untuk menjaga kelestariannya.

3. Kemajuan pola pikir masyarakat dan kualitas sumber daya manusia

Pemberdayaan yang diwujudkan melalui Pasar Dhoplang ini secara tidak langsung membentuk pola pikir masyarakat akan keinginan untuk hidup lebih maju dan lebih baik lagi. Hal ini dibuktikan dengan antusiasme warga Dusun Kembar dalam pembentukan dan pengelolaan

Pasar Dhoplang juga keikutsertaannya dalam pelatihan-pelatihan yang diadakan, seminar-seminar, festival yang ada serta selalau hadir pada saat evaluasi. Bentuk kemandirian yang telah diterapkan sejak awal berdirinya pasar ini juga menjadi bukti bahwa komitmen masyarakat untuk terus terlibat menjadi pondasi tetap berkembang dan berjalannya Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Lilis Endang Hardiyanti pada saat wawancara bahwa:

“dengan terbentuknya pasar ini, secara tidak langsung menjadikan warga lebih produktif mbak, kan kegiatannya juga banyak yaa, ada pelatihan, seminar, *workshop*, ikut festival serta mengikuti adanya evaluasi juga. Jadi masyarakat yang sudah terlibat secara bersamaan pola pikirnya berubah lebih maju karena kondisi dari masing-masing warga juga mempengaruhi tingkat kesadaran mereka untuk memiliki kehidupan yang lebih layak. Para pedagang disini itu kompak-kompak mbak jadi mudah untuk diajak koordinasi.” (Wawancara Dengan Ibu Lilis, 2 Juli 2023)

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Sularni Menil selaku pedagang di Pasar Dhoplang bahwa:

“saya senang mbak, karena kan Pasar Dhoplang ndak mbendino to mbak, cuman hari minggu jadi saya punya kegiatan lain, ndak cuman ke sawah tok retine. Banyak kegiatan juga kan mbak ada pelatihan-pelatihan yang itu kan nanti juga membantu kelancaran penjualan para pedagang disini, sehingga kan para pedagang antusiasnya sangat tinggi karena banyaknya kegiatan itu jadi nggak Cuma nambah ilmu tapi nambah penghasilan juga mbak.” (Wawancara dengan Sularni Menil, 2 Juli 2023)

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

Pemberdayaan adalah suatu proses dan usaha yang dilakukan dengan memberikan dukungan material kepada individu atau kelompok masyarakat yang dianggap lemah sehingga mampu mengenali, menganalisis, menentukan kebutuhan dan potensi juga permasalahan yang dihadapi serta memilih cara untuk mengatasi masalahnya dengan memaksimalkan sumber daya juga kemampuan yang dimiliki secara mandiri (Sumpeno et al., 2016).

Tujuan pemberdayaan adalah mengubah perilaku masyarakat yang terbelakang menuju ke masyarakat yang produktif dan berkemampuan untuk meningkatkan kualitas serta kesejahteraan hidupnya. Latar belakang ekonomi yang cenderung rendah pada masyarakat di Dusun Kembar menjadi salah satu alasan mereka untuk memperbaiki kondisi kehidupannya, dengan kemampuan memasak yang dimiliki oleh para warga menjadi langkah awal terjadinya perubahan yang diwujudkan melalui pemberdayaan masyarakat dengan mendirikan Pasar Dhoplang. Pemberdayaan masyarakat sendiri terjadi apabila masyarakat ikut berpartisipasi aktif karena partisipasi masyarakat merupakan faktor keberhasilan suatu pemberdayaan (Suprihatiningsih, 2017).

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang tidak hanya sebatas berjualan aneka makanan tradisional, akan tetapi juga ditunjang dengan adanya berbagai kegiatan diantaranya terdapat beberapa pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja dan Dinas Pemuda Olahraga dan Parwisata serta diadakan seminar yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan para pedagang sehingga tingkat kesejahteraan hidupnya akan meningkat secara perlahan dan bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini sejalan dengan Albetrus dan Sihaya (2015) yang menjelaskan kesejahteraan hidup

tidak bisa terwujud jika seseorang tidak memiliki ketrampilan kecuali orang tersebut diberi pelatihan terlebih dahulu (Lalaun & Siahaya, 2015). Keuletan dan komitmen yang dimiliki para pengelola serta anggota yang terlibat di Pasar Dhoplang merupakan salah satu bentuk keinginan untuk memiliki kehidupan yang lebih layak, sehingga perlu adanya strategi yang dilakukan agar kelestarian Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang dapat dijaga. Menurut Ismawan (Nardin, 2019) terdapat lima program strategi yang dapat dilakukan supaya pemberdayaan masyarakat dapat berjalan dengan optimal yaitu sebagai berikut:

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia di Pasar Dhoplang ini dilakukan secara optimal. Pengembangan SDM sangat penting karena berkaitan langsung dengan kesempatan belajar dan mengembangkan kemampuan individu para pedagang dalam suatu organisasi, hal ini bertujuan untuk mengubah masyarakat yang kurang mampu atau belum berdaya menuju ke masyarakat yang berdaya dengan berbagai ketrampilan yang dapat dilakukan

Dalam pengembangan SDM ini masyarakat Dusun Kembar sudah mengetahui permasalahannya yaitu ekonomi dan ketidak mandirian jadi mereka belum bisa menemukan solusi dari permasalahannya. Kemudian dengan berdirinya Pasar Dhoplang yang dipelopori dan digagas oleh Ibu Lilis sebagai pemberdayaan masyarakat ini bisa menjawab permasalahan warga dan menjadi salah satu jalan keluarnya.

Sesuai dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan penulis, pengembangan SDM di dalam Pasar Dhoplang yang dilakukan oleh pengelola adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan juga seminar untuk para pedagang atau anggota. Hal ini digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, kemampuan, pengetahuan serta keterampilan para anggota atau pedagang di Pasar Dhoplang. Kegiatan tersebut sesuai dengan salah satu tujuan pemberdayaan masyarakat yaitu pemberian bantuan stimulan untuk menunjang masyarakat yang kurang

mampu, supaya pendapatan ekonomi masyarakat meningkat dan mengurangi angka kemiskinan dengan memberikan pelatihan dibidang sosial maupun ketrampilan kepada masyarakat (Sarinah et al., 2019).

2. Pengembangan Kelembagaan Kelompok

Dalam konteks ini masyarakat dibantu menyusun keorganisasian dari menyusun anggota, kepengurusan, administrasi dan juga peraturan-peraturan. Di dalam Pasar Dhoplang kelembagaan dilakukan secara mandiri, artinya pembentukan kepengurusannya disusun sendiri melalui musyawarah dengan anggota Pasar Dhoplang tidak ada campur tangan pemerintah desa. Strategi pengembangan kelembagaan kelompok ini dilakukan oleh pengelola supaya setiap individu menjalankan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Hal ini bertujuan supaya masyarakat dapat membentuk organisasi secara mandiri agar alur dari pemberdayaan jelas dan terkontrol, ini dimaksud supaya dapat mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap pemerintah atau pelaku pemberdaya (Hudiono, 2018).

3. Pemupukan Modal masyarakat

Dalam hal ini modal sangat diperlukan untuk pemberdayaan masyarakat apalagi untuk masyarakat yang kurang mampu. Dalam pemupukan modal ini biasanya suatu kelompok akan bekerjasama dengan lembaga keuangan setempat sebagai landasan untuk tumbuh dan berkembang.

Hasil penelitian dan wawancara menyatakan bahwa Pasar Dhoplang tidak bekerjasama dengan lembaga keuangan dari manapun, untuk permodal awal, maka bagi para pedagang menggunakan modal pribadi untuk pertama berjualan. Strategi pemupukan modal masyarakat dengan memilih modalnya dari pribadi masing-masing pedagang dipilih karena kalau bekerjasama dengan lembaga keuangan bisa memberatkan para pedagang dan juga dapat mempengaruhi entitas Pasar Dhoplang. Warga yang berdagang pun tidak merasa keberatan walaupun berdagang

dengan modal pribadi karena toh nanti hasil berdagangnya juga untuk pribadi.

4. Pengembangan Usaha Produktif

Pengembangan usaha produktif adalah pemberdayaan dengan memberikan bantuan agar usaha tetap produktif dan tetap mendapatkan penghasilan dalam jangka panjang serta berkelanjutan. Dalam kondisi ini sesuai dengan hasil wawancara, strategi yang dilakukan oleh pengelola Pasar Dhoplang adalah dengan memberikan pelatihan dan trobosan-trobosan terbaru dalam konteks kuliner. Para pedagang juga dituntut untuk mempertahankan kualitas, higienitas, cita rasa masakannya, selalu ramah kepada para pengunjung agar pengunjung merasa aman dan nyaman untuk datang kembali, pengelola memilih konsep kuliner tradisional karena makanan tradisional bisa dikonsumsi oleh semua usia jadi pasar ini bisa dikunjungi oleh semua orang dari yang muda, tua, dan anak-anak sekalipun. Hari minggu pagi dipilih pengelola Pasar Dhoplang sebagai waktu untuk buka dikarenakan hari minggu banyak aktivitas masyarakat libur maka bisa digunakan untuk menikmati liburan di Pasar Dhoplang sembari kulineran.

Pengelola Pasar Dhoplang juga mempunyai strategi khusus yaitu dengan cara ikut berbaur dan berinteraksi dengan para pengunjung untuk meminta kritik, saran dan masukan baik untuk masakan olahannya, pedagangnya, juru parkir nya, tempat nya, bagian hiburannya, maupun sarana dan prasarana lain supaya pasar ini semakin baik dan berkelanjutan. Pengembangan usaha produktif yang dilakukan Pasar Dhoplang ini dengan cara memilih target yang ingin dicapai, menentukan produk yang akan dipasarkan, memilih lokasi yang strategis, memilih waktu yang tepat.

5. Penyediaan Informasi Tepat Guna

Penyediaan informasi tepat guna ini sebagai strategi marketing untuk mempublikasikan potensi yang ada melalui situs web maupun media sosial lainnya supaya lebih dikenal oleh masyarakat secara luas.

Straegi yang digunakan oleh Pasar Dhopleng dalam mempromosikan pasar ini adalah dengan menggunakan media cetak seperti koran, melalui berita-berita di Tv maupun situs web. Bahkan juga melalui konten-konten *youtube* yaitu dengan para *yutuber* yang datang ke Pasar Dhopleng untuk menikmati kulinernya sekaligus membuat konten sekaligus mempromosikan kepada para penontonnya. Selain itu Pasar Dhopleng sendiri juga sudah mempunyai *Instagram* yang digunakan untuk mengunggah informasi dan kegiatan-kegiatan disana. kemajuan teknologi yang sudah sangat canggih ini menjadikan semua hal dapat tersebar dengan cepat dan diketahui oleh masyarakat luas, adanya berbagai jenis media sosial menjadi alat yang efektif untuk melakukan promosi supaya menarik para wisatawan (AWinanta et al., 2022).

B. Analisis Hasil Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Tradisional Dhopleng

Ketidakberdayaan masyarakat secara sosial maupun ekonomi menjadi salah satu ganjalan bagi masyarakat untuk berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah dengan sesama saudaranya yang telah berhasil. Sumodiningrat (2000) menjelaskan bahwa berdayanya suatu masyarakat ditandai adanya kemandirian yang bisa dicapai melalui proses pemberdayaan masyarakat. Keberdayaan masyarakat dapat diwujudkan melalui partisipasi aktif masyarakat yang didukung dengan adanya aktor pemberdayaan. Melalui Pasar Dhopleng ini masyarakat banyak yang terbantu dalam meningkatkan kualitas hidupnya. Sejalan dengan pendapat Sukidjo (2012) menjelaskan bahwa pengembangan produktivitas masyarakat maupun usaha tidak terlepas dari adanya suatu tujuan dan manfaat, adapun manfaat dan tujuan kewirausahaan adalah menciptakan lapangan pekerjaan baru dan membantu orang lain (Sukidjo, 2012).

Pemberdayaan Masyarakat dimaksud untuk memperbaiki stabilitas sosial, membuka lapangan kerja, memperbaiki tatanan pemerintah daerah

dan menciptakan aset untuk masyarakat miskin (Lalaun & Siahaya, 2015). Selain hal tersebut, pemberdayaan dilakukan untuk membentuk individu atau kelompok masyarakat menjadi mandiri, meliputi mandiri berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan. Kemandirian ini ditandai dengan kemampuan untuk memikirkan, memutuskan, serta melakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah (Sarinah et al., 2019). Ada beberapa aspek untuk melihat keberhasilan pemberdayaan masyarakat dengan adanya Pasar Dhoplang ini yaitu:

1. Aspek Ekonomi

- a. Peningkatan Pendapatan

Keadaan ekonomi warga sekitar Desa Pandan sebelum adanya Pasar Dhoplang ini masih tergolong statis. Namun dengan adanya Pasar Dhoplang sekarang ini keadaan ekonomi keluargacenderung meningkat.

- b. Terciptanya Lapangan Pekerjaan

Adanya pemberdayaan Masyarakat melalui Pasar Dhoplang ini memunculkan lapangan pekerjaan baru untuk warga Desa Pandan dimana dulu hanya mengharapkan dari hasil pertanian dan hasil kerja kepala keluarganya. Pemberdayaan tersebut telah menciptakan lapangan pekerjaan baru terutama bagi para ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan.

2. Aspek Sosial dan Budaya

Pemberdayaan masyarakat tidak hanya berkaitan untuk menumbuhkembangkan nilai tambah ekonomi tetapi juga dari segi sosial budaya yang ada dalam masyarakat (Wulandari et al., 2022). Dalam aspek sosial masyarakat Desa Pandan antusias untuk melakukan pertemuan-pertemuan, pelatihan, evaluasi tentang jalannya pasar kedepannya. Secara budaya pengelola sangat menghargai kebudayaan jawa dengan melestarikannya melalui Pasar Dhoplang ini

3. Aspek Pendidikan

Dari adanya pemberdayaan melalui Pasar Dhoplang ini menjadikan masyarakat bertambah pengetahuannya terutama tentang kuliner dan jual beli, pola pikir yang semakin maju. Selain menambah pengetahuan juga menambah *skill* masyarakat dalam mengembangkan kuliner tradisional. Warga yang terlibat dalam Pasar Dhoplang sudah mampu mengembangkan potensi masing-masing dan mampu berdialog dua arah dengan orang baru.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa adanya Pasar Dhoplang ini memberikan dampak pada munculnya sumber pendapatan baru. Sebelum adanya Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang Di Dusun Kembar, informan mengungkapkan sumber pendapatannya beragam seperti dari penghasilan suami, bertani atau buruh tani.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang di Dusun Kembar Desa Pandan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemberdayaan yang dilakukan pengelola Pasar Dhoplang diantaranya adalah melalui lima program strategi yaitu: pertama, pengembangan kelembagaan kelompok, ini dilakukan dengan menyusun keorganisasian diantaranya menyusun anggota, kepengurusan, administrasi, dan juga peraturan-peraturan didalamnya. Kedua, pemupukan modal masyarakat ini biasanya dilakukan dengan bekerjasama dengan suatu lembaga keuangan guna menunjang keberhasilan. Ketiga pengembangan usaha produktif ini dilakukan dengan memperikan sosialisasi, pelatihan, seminar atau dengan ikut festival. Keempat, pengembangan SDM berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan seorang individu dalam suatu organisasi. Kelima penyediaan informasi tepat guna yang dilakukan sebagai strategi marketing mempromosikan potensi yang ada di situs web maupun media sosial.

Hasil dari pemberdayaan melalui Pasar Dhoplang antara lain peningkatan pendapatan, warga terbantu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya terutama ibu rumah tangga sehingga tidak hanya mengandalkan dari hasil primer. Terciptanya lapangan pekerjaan baru, berdirinya Pasar Dhoplang ini mengurangi pengangguran terutama di Dusun Kembar, adanya lapangan pekerjaan baru ini membuat ibu rumah tangga tidak menggantungkan pada penghasilan primer keluarganya. Aspek sosial dan budaya adalah salah satu cara untuk tetap melestarikan budaya warisan leluhur supaya tidak luntur dikikis zaman. Aspek pendidikan yaitu menambah pengetahuan, merubah pola pikir masyarakat, dan menambah ketrampilan untuk warga sekitar.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil temuan pemberdayaan masyarakat melalui Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang untuk kemandirian ekonomi masyarakat di Dusun kembar agar lebih banyak diadakan pelatihan SDM dengan bekerjasama dengan pihak yang berkaitan dengan kuliner tradisional.
2. Bagi para pedagang untuk selalu konsisten dalam berdagang, konsisten dalam jenis makanan yang dijual sesuai dengan namanya yaitu kuliner tradisional,
3. Bagi pengurus Pasar Dhoplang supaya lebih aktif dan kreatif lagi dalam pengembangan kegiatan di Pasar dhoplang agar kedepannya dapat menggali potensi-potensi baru yang ada di sana.
4. Bagi pemerintah setempat untuk lebih memperhatikan potensi-potensi yang ada guna dikembangkan dan menggandeng lembaga-lembaga yang berkaitan supaya lebih maju lagi.

C. Penutup

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi nikmat, rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir perkuliahan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan, oleh karena itu peneliti sangat membutuhkan kritik, saran, dan arahan yang membangun untuk memperbaiki skripsi ini. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, semoga Allah senantiasa memberi rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amiin

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, R., Bahrudin, M., & Yurisma, D. Y. (2016). "Penciptaan Buku Referensi Wisata Kuliner Dengan Teknik Fotografi Mengenalkan Potensi Wisata Kota Mojokerto." *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). "*Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif*" (Issue March).
- Aida, F. (2021). "Pemberdayaan masyarakat melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) (studi pada BUMDes Gerbang Lentera Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang)." In *Sosiologi*.
- Alfitri. (2011). Community Development Teori Dan Aplikasi. In *pustaka Pelajar* (pp. 24–25).
- Antonio, M. S. (1997). "Bank Syariah : dari teori ke praktik." In *Gema Insani Press*.
- Asyarie, M. (1997). "Islam, Etos Kerja & Pemberdayaan Ekonomi Umat." In *Lesfi*.
- A Winanta, R., Hakim, S., Arifina, A. S., & Nurul, A. (2022). "Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat (Studi Desa Ngawn, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang)." *Journal of Public Administration and Local Governance*, 6(1), 17–24.
<https://doi.org/10.31002/jpalg.v6i1.5651>
- Billah, M., Rusmawat, S., & Utomo, A. R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Destination Branding Kawasan Wisata Kuliner Lawu Kauman Kota Blitar. *Veteran Society Journal*, 3(2).
- Brier, J., & Jayanti, lia dwi. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Vol. 21, Issue 1). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Dani, W. (2022). "*Manfaat Wisata Kuliner Bagi Penduduk Lokal Dan Pengunjung*." MalangNetwork.Com.
<https://malang.jatimnetwork.com/kuliner/pr-3793195275/manfaat-wisata-kuliner-bagi-penduduk-lokal-dan-pengunjung>
- Edi Suharto. (2014). "Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat." In *Refika Aditama* (p. 15). <https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=104363>
- Hamid, H. (2018). "Manajemen Pemberdayaan Masyarakat." In *De La Macca* (Vol. 1, Issue 1).
- Harianjogja.com. (2019). *Di Pasar Ini, Beli Pakai Duit dari Kayu dan Haram Memakai Plastik*. Harianjogja.Com.

<https://news.harianjogja.com/read/2019/04/07/500/983510/di-pasar-ini-beli-pakai-duit-dari-kayu-dan-haram-memakai-plastik>

- Harsana, M. (2013). Peluang Usaha Kuliner untuk Pemberdayaan Masyarakat. *Seminar Nasional 2013 “Kesiapan SMK Dalam Implementasi Kurikulum 2013” Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, 418–427.
- Hudiono, A. (2018). “Efektivitas Program BUMDesa Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa (Studi Kasus Bumdesa Arto Doyo Desa Samudra Kulon, Kecamatan Gumelar, Banyumas).” IAIN Purwokerto.
- Kholis, N., Mudhofi, M., Hamid, N., & Aroyandin, E. N. (2021). “Dakwah Bil-Hal Kiai sebagai Upaya Pemberdayaan Santri (Action Da’wah by the Kiai as an Effort to Empower Students).” *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(1), 112. <https://doi.org/10.24014/jdr.v32i1.12866>
- Koenjaraningrat. (1991). “Metode Penelitian Masyarakat.” In *PT. Gramedia, Jakarta* (p. 269).
- Kompas. (2020). “Ini 3 Subsektor Ekonomi Kreatif yang Jadi Penyumbang Terbesar PDB Indonesia.” Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/08/30/151100526/ini-3-subsektor-ekonomi-kreatif-yang-jadi-penyumbang-terbesar-pdb-indonesia>
- Laksita, B. I. (2021). “Strategi Komunikasi Pemasaran Pasar Dhopleng Sebagai Sentra Kuliner Tradisional Di Desa Pandaan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri.” Univeristas Muhamadiyah Surakarta.
- Lalaun, A., & Siahaya, A. (2015). Dampak Program Pemberdayaan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Yaru Kabupaten Maluku Tenggara Barat. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 5(2), 73. <https://doi.org/10.26858/jiap.v5i2.1759>
- M Hafidz Syaifullah A. (2022). “Pemberdayaan Masyarakat Oleh Komunitas Rumah Belajar Ilalang Di Desa Kecapi Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara.”
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2017). “Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik.” In *Alfabeta Bandung*.
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. E. (2019). “Pemberdayaan Masyarakat.” Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Pemberdayaan_Masyarakat/67nHDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Mekarisce, A. A. (2020). “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat.” *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 147–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Moellono, I., & Djohani, R. (1996). “Kebijakan Dan Strategi Menerapkan PRA

Dalam Pengembangan Program.” Driya Media.

- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif : Metode Penelitian Kualitatif. In *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press*. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Murti, H. (2013). “Analisis Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Jumlah Wisatawan, Tingkat Hunian Hotel dan Pendapatan Perkapita Terhadap Pendapatan Retribusi Obyek Pariwisata di Jawa Tengah.” Universitas Dian Nuswantoro.
- Najiyat, Asmana, & Suryadiputra. (2014). “Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambuy.” www.wetlands.or.id www.wetlands.org
- Nardin, Y. (2019). “Kebijakan Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Program Bumdes.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(3), 140–145. www.publikasi.unitri.ac.id
- Pimay, A., Riyadi, A., & Hamid, N. (2022). “Pendampingan Masyarakat Sub Urban Melalui Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia di Kelurahan Pesantren Kecamatan Mijen Kota Semarang.” *Jurnal Empower : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(1), 84–100.
- Prayogi, D. (2017). “Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal.” *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1260>
- Purwanti, N. D., & Dewi, R. M. (2014). “Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013.” *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*, 2(3), 1–12.
- Ramadhani, D. S. (2020). “Wisata Kuliner di Surabaya.”
- Rijal, S., Fitry, L. D., Akbar, F., Politeknik, Z., & Makassar, P. (2020). Budaya Gastronomi dalam Pengembangan Desa Wisata di Sulawesi Selatan. *Journal of Indonesian History*, 9(1), 17–27. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jih/article/view/40040>
- Riyadi, A., Malik, H. A., & Sugiarto. (2021). Pengembangan Ekonomi Masyarakat di Kampung Olahhan Singkong, Wonosari, Ngaliyan, Semarang. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 6(2), 179. <https://doi.org/10.24235/empower.v6i2.8767>
- Sany, U. P. (2019). Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al Qur ’ an. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 39(1), 32–44.
- Sarah, A. (2019). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Hono Kecamatan Seko Kabupaten Luwu Utara*”.
- Sari, N. (2018). “Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi.” *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281>

- Sarinah, I., Sihabudin, A. A., & Suwarlan, E. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Oleh Pemerintah Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Moderat, Universitas Galuh Pangandaran*, 5(4), 267–277.
- Sasongko, I., Setiawan, A., & Purnama, Y. S. (n.d.). *SEPANJANG KORIDOR JALAN SOEKARNO HATTA , KOTA MALANG DEVELOPMENT STRATEGY OF CULINARY TOURISM AREA IN THE*.
- Shaid, N. J. (2022). *Pengertian Strategi Pemasaran dan Contoh-contohnya*. Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2022/08/05/223655626/pengertian-strategi-pemasaran-dan-contoh-contohnya?page=all>
- Sims, R. (2009). “Food, Place And Authenticity: Local Food And The Sustainable Tourism Experience.” *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.
<https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Siregar, E. (2018). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan (Diklat) Dalam Upaya Pengembangan Sumber Daya Manusia (Sdm).” *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 11(2), 153.
<https://doi.org/10.33541/jdp.v11i2.812>
- Soegoto, E. S. (2014). “Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung.” In *PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, Jakarta* (pp. 214–217).
- Soetomo. (2013). “Pemberdayaan masyarakat.” In *Pustaka Pelajar Yogyakarta* (p. 53).
- Sugiarso, S., Riyadi, A., & Rusmadi, R. (2018). “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Tanah Pekarangan (PTP) untuk Konservasi dan Wirausaha Agribisnis di Kelurahan Kedung Pane Kota Semarang.” *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 17(2), 343.
<https://doi.org/10.21580/dms.2017.172.2433>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In : *Alfabeta*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Alfabeta.
- Sukidjo. (2012). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin Di Indonesia. *Jurnal Economia*, 8(1), 33–41.
- Sumpeno, W., Setiabudhi, A., Kessa, W., Kholis, N., Murtodo, A., I., Zainuri, Sodik, M., Muflikhun, Kurniawan, B., Sutardjo, Kurniawan, Nurudin, & Dwindi, D. W. H. (2016). Modul Pelatihan Petugas tenaga Ahli Pemberdayaan Masyarakat|. In *Kementrian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal Dan Transmigrasi Republik Indonesia* (Vol. 1).
<https://kemendesa.go.id/berita/view/detil/3559/gus-menteri-dan-bank-dunia-perkuat-kerjasama-pembangunan->

desa%0Ahttp://kemendes.go.id/view/detil/1663/bumdes-akan-topang-lumbang-ekonomi-desa

- Suprihatiningsih. (2017). "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengolahan Limbah Industri Tekstil Di Desa Brumbung Mranggen Demak." *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Walisongo*.
- Suprihatiningsih, & Ngulum, R. (2022). "Program Tabung Sampah Bersih (TASBIH): Prospek dan Aspek Pemberdayaan Lansia Di Yayasan Pitutur Luhur Banyu Biru Kabupaten Semarang." *Jurnal Empower : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(2), 199–217.
- Syamsul Bahri, E. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan*. FAM Publishing.
- Triwidayati, M. H. M. (2020). "Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta." *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15, 1–24.
- Tumpi. (2019). "Pasar Dhopleng, Wisata Kuliner Tempo Doeloe di Wonogiri." Tumpi.
- WFTA. (2019). "State of the Food Travel Industry Report." *World Food Travel Association*.
- Widiyanti, N., & Dewanti, D. S. (2017). "Analisis Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, PDRB, Jumlah Hotel, Jumlah Restoran dan Rumah Makan, Terhadap Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2010-2015." *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 1(2), 101–109.
- Wrihatnolo, R. R., Dwidjowijoto, & Nugroho, R. (2007). "Manajemen Pemberdayaan: sebuah pengantar dan panduan untuk pemberdayaan masyarakat." In *Elex Media Komputindo*.
- Wulandari, S., Oktaviani, S., Adam, M. R., Barat, J., Author, C., Wulandari, S., & Pemerintahan, F. P. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Skill Development Centre (Sdc) Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Di Kabupaten Bandung Barat. *Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 14(2), 310–333.
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pendmik Covid-19." *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>

LAMPIRAN

Lampiran Wawancara

a. Wawancara Dengan Pengurus Organisasi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

1. Bagaimana kedudukan anda di struktur organisasi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
2. Bagaimana sejarah berdirinya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
3. Bagaimana latar belakang terbentuknya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang? (latar belakang pendirian organisasi, visi misi organisasi, modal target atau sasaran organisasi, tantangan dan hambatan pembentukan organisasi?)
4. Bagaimana struktur organisasi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang? (tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing divisi, ketua divisi program dan kegiatan organisasi kerjasama dengan pihak lain contoh: dengan Dinas Pariwisata, Kelompok Sadar Wisata lain, LSM dan Pemerintah?)
5. Bagaimana pengelolaan dana yang dilakukan oleh anggota Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang? (uang yang masuk dan keluar, pengelolaan sumber daya seperti pembagian kerja dan pembagian kelompok?)
6. Apa faktor penghambat dan Bagaimana Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang dalam menghadapi factor penghambat tersebut?
7. Apa faktor keberhasilan terhadap jalannya kegiatan di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
8. Program Pemberdayaan ekonomi masyarakat yang seperti apa saja yang telah dilakukan di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
9. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat dalam mengembangkan Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
10. Manfaat Perekonomian masyarakat apa saja yang didapat dengan Adanya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?

Tentang pelatihan

11. Pelatihan apa saja yang dilakukan oleh pengelola Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang untuk mengasah kreativitas peserta pelatihan?
12. Pelatihan yang telah dilakukan tentang apa saja?
13. Siapa saja yang terlibat dalam pelatihan tersebut?
14. Kapan kegiatan pelatihan tersebut dilaksanakan?
15. Mengapa kegiatan tersebut tersebut dilaksanakan? Jelaskan alasan yang spesifik?

16. Bagaimana pelaksanaan pelatihan tersebut dilaksanakan?

17. Dimana kegiatan pelatihan tersebut dilaksanakan?

b. Wawancara dengan Kepala Desa Pandan

1. Sudah berapa lama menjadi Kepala Desa?
2. Adakah pekerjaan sampingan selain menjadi Kepala Desa?
3. Desa Pandan berbatasan dengan desa apa saja?
4. Adakah peta atau gambaran wilayah Desa Pandan?
5. Berapa jumlah RT dan RW di Desa Pandan?
6. Berapa jumlah KK yang ada di Desa Pandan?
7. Berapa jumlah warga yang ada di Desa Pandan, laki-laki berapa, perempuan berapa? Berdasarkan jumlah pendidikan, jumlah mata pencaharian, jumlah keyakinan, jumlah usia, dan jumlah pernikahan?
8. Bagaimana kondisi pendidikan masyarakat Desa Pandan?
9. Bagaimana kondisi ekonomi masyarakat Desa Pandan, apa saja sumber mata pencaharian utama?
10. Bagaimana kondisi sosial keagamaan masyarakat Desa Pandan?
11. Apa kegiatan rutin masyarakat Desa Pandan?
12. Bagaimana kondisi kebudayaan yang ada di Desa Pandan?
13. Menurut Bapak, Bagaimana strategi yang dilakukan oleh kelompok organisasi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat dalam mengembangkan Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
14. Menurut Bapak, Apa saja manfaat perekonomian masyarakat yang dirasakan oleh masyarakat dengan adanya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?

c. Wawancara dengan Pedagang Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

1. Bagaimana pekerjaan sebelum menjadi pedagang kuliner tradisional di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
2. Adakah pekerjaan sampingan selain menjual menu kuliner tradisional di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
3. Menu apa saja yang dijual di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
4. Bagaimana ide menjual menu tersebut?
5. Sudah berapa lama Ibu berjualan di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
6. Berapa rata-rata penghasilan Ibu dalam sehari?
7. Bagaimana sistem penyewaan lapak di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
8. Bagaimana hubungan sosial semenjak berdirinya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?

9. Bagaimana harapan Ibu untuk Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang kedepannya?
10. Manfaat apa saja yang telah dirasakan oleh Ibu dengan berjualan di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?

d. Wawancara dengan Seksi Publikasi

1. Bagaimana promosi atau publikasi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang yang dilakukan?
2. Siapa saja yang mempublikasikan Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang selain Anda?
3. Setiap hari apa saja yang dipublikasikan tentang Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang di media sosial?
4. Melalui media sosial apa saja yang digunakan untuk Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang ke khalayak luas? Dan dimana publikasi itu dilakukan?
5. Mengapa mempublikasikan Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang ini ke khalayak luas?

e. Wawancara dengan Pengunjung Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang

1. Dari mana anda mengetahui adanya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang ini? Dan sejak kapan anda mengetahui adanya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
2. Bersama siapa saja anda mengunjungi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
3. Bagaimana anda mengetahui adanya Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
4. Bagaimana kesan anda setelah mengetahui mengunjungi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
5. Sudah berapa kali anda mengunjungi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
6. Makanan kuliner tradisional apa saja yang anda pilih ketika berkunjung di Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?
7. Mengapa anda tertarik mengunjungi Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang ini?
8. Bagaimana saran dan kritik anda untuk perbaikan Wisata Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang?

Lampiran Pendapatan Pedagang Pasar Dhoplang

No	Nama	Pekerjaan utama	Pekerjaan sampingan	Produk yang dijual	Penghasilan utama	Penghasilan sampingan
1	Budi K	Kaur Desa	Pedagang	Soto, Pecel	2 jt/ bln	Rp.625.000
2	Parmini/Beni	Petani	Pedagang	Baju Lurik	2,5 jt/ 3 bln	Rp.275.000
3	Shinta Dewi	IRT	Pedagang	Masakan Jawa	-	Rp.600.00
4	Parmi/Miyut	petani	Pedagang	Tiwul, Gatot	1,5 jt/ 3bln	Rp.475.000
5	Tutik Hatmini	IRT	Pedagang	Sego Jagung, Pecel	-	Rp. 550.000
6	Nur C	IRT	Pedagang	kerajinan	-	Rp. 200.000
7	Fatimah T	IRT	Pedagang	Sego Berkat	-	Rp.575.000
8	Karni	IRT	Pedagang	Tiwul, Soto	-	Rp. 600.000
9	Sri Hastuti	Buruh Tani	Pedagang	Olahan Singkong	900rb/1bln	Rp.630.000
10	Maya N	IRT	Pedagang	Sego Bancaan, Aneka sunduan	-	Rp.770.000
11	Jumiyati	Buruh Tani	Pedagang	Garang Asem, pecel	700rb/1bln	Rp.580.000
12	Santi	Buruh Tani	Pedagang	Gethuk Lindri, Tiwul	850rb/1bln	Rp.600.000
13	Marni	IRT	Pedagang	Sambel Cabuk Wijen	-	Rp.520.000
14	Sularni Menil	Petani	Pedagang	Jangan Lombok Ijo	3jt/3 bln	Rp.475.000
15	Sarwi	Petani	Pedagang	Besengek, Tiwul	2jt/3 bln	Rp.665.000
16	Sarti	IRT	Pedagang	Kerajinan	-	Rp.220.00

No	Nama	Pekerjaan utama	Pekerjaan sampingan	Produk yang dijual	Penghasilan utama	Penghasilan sampingan
17	Mulyati Ganil	Petani	Pedagang	Pecel, Gendar, Gorengan	1,8 jt/ 3 bln	Rp.750.000
18	Ika Wulandar	IRT	Pedagang	Pecel Mie Pentil	-	Rp.730.000
19	Ratna K H	IRT	Pedagang	Aneka Bubur	-	Rp.540.000
20	Lisma A	Guru Paud	Pedagang	Tempe Benguk Goreng, Gorengan	300rb/bln	Rp.400.000
21	Rahmawati	IRT	Pedagang	Soto, Pecel	-	Rp.675.000
22	Sarwini	Petani	Pedagang	Wedang uwuh, Gorengan	1,5jt/ 3bln	Rp. 450.000
23	Marem	Buruh Tani	Pedagang	Jangan Lombok, Besengek	2,5jt/3 bln	Rp.685.000
24	Darmiatun	Petani	Pedagang	Gerabah	2,3 jt/3 bln	Rp.250.000
25	Sarah	IRT	Pedagang	Kerajinan	-	Rp. 180.000
26	Marmi	IRT	Pedagang	Jangan Lombok Tempe Mlanding	-	Rp.655.000
27	Nurgiyanti	IRT	Pedagang	Sego jagung, Pecel	-	Rp.450.000
28	Suti/Jaikem	petani	Pedagang	Bakmi, Pecel, puli		Rp.700.000

No	Nama	Pekerjaan utama	Pekerjaan sampingan	Produk yang dijual	Penghasilan utama	Penghasilan sampingan
29	Karmi	Petani	Pedagang	Sego Pindang, Pecel	1,7/ 3 bln	Rp.690.000
30	Novitasari	IRT	Pedagang	Soto Pecel	-	Rp.735.000
31	Ary K	IRT	Pedagang	Botok, Garang Asem	-	Rp.600.000
32	Sri Rahayu	IRT	Pedagang	Bongko, Pecel, Puli	-	Rp.645.000
33	Bimo P	Buruh	Pedagang	Aneka Sunduan dan Wedangan	1 jt/bln	Rp. 545.000
34	Karni	Buruh tani	Pedagang	Masakan Jawa	700rb/3bln	Rp. 600.000
35	Karem	Buruh Tani	Pedagang	Soto, Gorengan	900rb/ bln	Rp.770.000
36	Dhian S	IRT	Pedagang	Gendar, Pecel	-	Rp650.000
37	Fajar Herdi S.	Buruh	Pedagang	Jajanan Pasar	1,2/bln	Rp. 785.000
38	Mulyani A	IRT	Pedagang	Pepes, Botok	-	Rp.450.000
39	Sarwini	petani	Pedagang	Bongko, Pecel	2,6/3bln	Rp.535.000
40	Abdela Apri	IRT	Pedagang	Gerabah	-	Rp.150.000
41	Tarmini	IRT	Pedagang	Baju Lurik	-	Rp.135.000
42	Marmi	IRT	Pedagang	Kerajinan	-	Rp.180.000
43	Aditya	Buruh	Pedagang	Rempah Jambu Mete	1,5jt/bln	Rp. 600.000

No	Nama	Pekerjaan utama	Pekerjaan sampingan	Produk yang dijual	Penghasilan utama	Penghasilan sampingan
44	Fina Saputri	IRT	Pedagang	Masakan Jawa	-	Rp.725.000
45	Titik Suryani	IRT	Pedagang	Aneka Wedangan	-	Rp.550.000
46	Nur Widadi S	IRT	Pedagang	Kue Basah	-	Rp.785.000
47	Waryuni	Buruh Tani	Pedagang	Pecel, Bongko, Puli	500/bln	Rp.670.000
48	Lestari	Petani	Pedagang	Gethuk, Sego jagung, Soto	3jt/3bln	Rp.660.000
49	Reutno Tiara	IRT	Pedagang	Soto, Kue Basah	-	Rp.700.000
50	Serli Marlina	IRT	Pedagang	Pecel, Bakmi, Puli	-	Rp.600.000
51	Suparni	Petani	Pedagang	Gatot, Puli, Pecel	2jt/ 3bln	Rp.590.000
52	Suiyah	Petani	Pedagang	Sego Pindang	2,5jt/3bln	Rp.500.000
53	Sarni	IRT	Pedagang	Sego Bancaan	-	Rp520.000
54	Supriyanti	IRT	Pedagang	Grontol, Tiwul, Puli	-	Rp.635.000
55	Darmini	IRT	Pedagang	Sego Berkat, soto	-	Rp.720.000
56	Sariyah	IRT	Pedagang	Soto, besengek	-	Rp.585.000
57	Titik M	IRT	Pedagang	Masakan jawa	-	Rp.740.000
58	Sunarti	IRT	Pedagang	Gatot. Tiwul	-	Rp.570.000

No	Nama	Pekerjaan utama	Pekerjaan sampingan	Produk yang dijual	Penghasilan utama	Penghasilan sampingan
59	Ayun Fatimah	IRT	Pedagang	Aneka tape, gorengan, unjukan	-	Rp.500.000
60	Sarni/Kadi	Petani	Pedagang	Jadah, Puli goreng	2,3jt/3bln	Rp.500.000
61	Kiyem	IRT	Pedagang	Tiwul, Urap, Besengek	-	Rp.600.000
62	Tarmini Tardi	Buruh Tani	Pedagang	Puli Pecel Gendar	900/bln	Rp.500.000
63	Jalu Anggono	Buruh	Pedagang	Aneka Getuk dan Kue Basah	1,2jt/bln	Rp.750.000
64	Tri Siti W	IRT	Pedagang	Soto, Gorengan	-	Rp.540.000
65	Nurhayati	IRT	Pedagang	Pecel, Gorengan	-	Rp.500.000

Lampiran Dokumentasi

Gambar 1 Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang



Gambar 2 Wawancara Dengan Perangkat Desa Pandan



Gambar 3 Wawancara Dengan Pengelola dan Pedagang Pasar Dhoplang





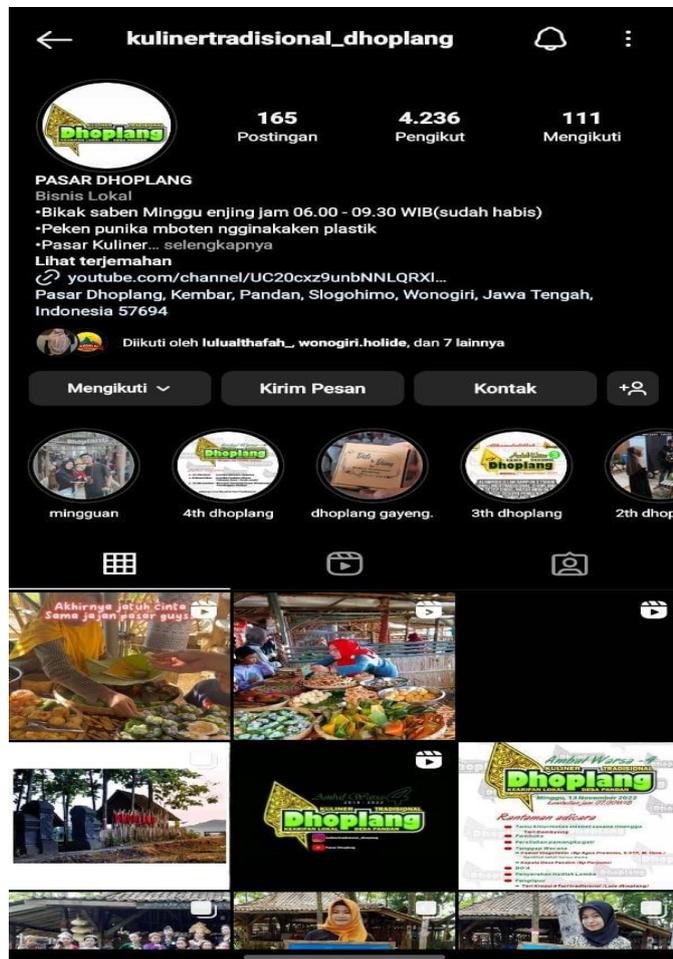
Gambar 4 Wawancara Dengan Pengunjung



Gambar 5 Pelatihan



Gambar 6 Instagram Pasar Kuliner Tradisional Dhoplang



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Erlifa Arum Muzazanah
Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 29 April 2023
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Banar Lor Rt 01 Rw 04, Desa Jeporo, Kecamatan
Jatipurno, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah
No Hp : 082220163570
E-mail : erlifaamz@gmail.com

Pendidikan Formal

SD N 1 Jeporo : Lulus Tahun 2013
SMP N 2 Jatipurno : Lulus Tahun 2016
SMA N Jatisrono : Lulus Tahun 2019

Pendidikan NonFormal

Sekolah Pemberdayaan Tahap Awal
Sekolah pemberdayaan Tahap Akhir
Uji Sertifikasi di LPTP Karanganyar