

Pembinaan Pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda

Suryati Nurdin¹, Fajar Apriani², Dini Zulfiani³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pembinaan pedagang dan untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pembinaan pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Fokus dalam penelitian ini adalah pembinaan produksi dan pengolahan, pemasaran, sumberdaya manusia, teknologi dan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pembinaan pedagang. Sumber data primer menggunakan teknik sampling bertujuan (purposive Sampling). Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Analisis data menggunakan analisis data kualitatif Model Interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman dan Saldana yang terdiri dari tahap kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa Dinas Pariwisata Kota Samarinda telah menjalankan perannya terkait Pembinaan Pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning, namun materi dalam pembinaan masih kurang yaitu tidak ada pembinaan teknologi dan juga masih terdapat pedagang yang berpendapat bahwa pembinaan tersebut kurang bermanfaat karena memakan waktu yang sangat lama serta materi bahan-bahan nasi kuning yang di sampaikan tidak lengkap, sehingga hal ini masih menjadi “pekerjaan rumah” yang harus dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam menyusun program-program pembinaan yang lebih efektif dengan materi pembinaan yang lebih dilengkapi serta pemberian edukasi yang rutin kepada para pedagang agar dapat lebih mudah mengupgrade SDM para pedagang.

Kata Kunci : Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda, Pembinaan Pedagang

¹ Mahasiswa Program S1 Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

² Dosen Pembimbing I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

³ Dosen Pembimbing II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Email: suryatinarudin@yahoo.com

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jalan Lambung Mangkurat ditetapkan sebagai kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning dan merupakan salah satu destinasi wisata kuliner yang diresmikan oleh Pemerintah Kota Samarinda pada tahun 2013. Keunikan yang terdapat pada Kampoeng Nasi Kuning ini terletak pada nasi kuningnya, yaitu penggunaan lauk dari nasi kuning di Kota Samarinda, terutama mayoritas menggunakan lauk ikan haruan atau ikan gabus yang sangat terkenal di Samarinda. Para pedagang menjual nasi kuning di kawasan wisata kuliner Kampoeng Nasi Kuning, mulai dari jam 06.00 sampai dengan jam 11.00 WITA, kemudian dilanjutkan lagi menjelang malam hari yaitu jam 18.00 – 23.59 WITA, namun ada juga yang berjualan selama 24 jam.

Sebagai tujuan wisata kuliner malam di Kota Samarinda, pembangunan kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning ditunjang infrastruktur dan sarana yang memadai mulai dari pemasangan lampu untuk penerangan jalan, pembangunan jalan raya beton untuk kelancaran transportasi, hingga pemberian plang nama Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning. Pemerintah juga meningkatkan kapasitas pedagang dengan melakukan pembinaan dan pelatihan sebagai pelaku usaha guna meningkatkan mutu kinerjanya dalam mengembangkan usahanya. Asumsinya, dengan adanya infrastruktur yang memadai, pemberian plang nama Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning, serta dukungan penuh dari pemerintah, kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning dapat mempertahankan eksistensinya sebagai objek wisata kuliner di Kota Samarinda.

Meskipun begitu, namun seiring berjalannya waktu, eksistensi kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning mulai pudar. Dari tahun ke tahun jumlah pedagang yang berjualan di kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning semakin menyusut. Pada awal ditetapkannya kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning tahun 2013 tercatat sekitar 30-an lebih pedagang nasi kuning. Selang tiga tahun kemudian (tahun 2016) mulai menyusut sekitar 20-an pedagang, hingga sekarang setelah penulis melakukan observasi terlihat hanya terdapat sekitar 16 pedagang. Wisatawan yang mengunjungi Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning juga dari tahun ke tahun semakin mengurang, terbukti dari omset penjualan yang semakin menurun, pada awal penetapan tahun 2013 para pedagang bisa menghabiskan beras sebanyak 25 kilo, namun pada sejak tahun 2017 pedagang hanya dapat menghabiskan beras sebanyak 5-7 kilo per hari.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mendalami masalah ini melalui penelitian yang berjudul “Pembinaan Pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pembinaan pedagang dan hasil yang dicapai dalam pembinaan di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pembinaan pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda?

TEORI DAN KONSEP

Tujuan Pembangunan Ekonomi

Adapun tujuan pembangunan ekonomi menurut Suparmoko (2002:99) adalah peningkatan pendapatan riil per kapita serta adanya unsur-unsur keadilan atau pemerataan dalam penghasilan dan kesempatan berusaha. Dengan mengetahui tujuan dan sasaran pembangunan, serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu daerah, maka strategi pengembangan potensi yang ada akan lebih terarah dan strategi tersebut akan menjadi pedoman bagi pemerintah daerah atau siapa saja yang akan melaksanakan kegiatan usaha di daerah yang bersangkutan.

Arah Kebijakan Pembangunan Ekonomi Daerah

Sebagaimana dijelaskan dalam dokumen Perencanaan bahwa, arah kebijakan pembangunan ekonomi yang pokok menurut Soleh dan Rochmansjah (2010:32) adalah :

1. Mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan dengan prinsip persaingan sehat, kualitas hidup, pembangunan berwawasan lingkungan dan berkelanjutan sehingga terjamin kesempatan yang sama dalam berusaha dan bekerja, perlindungan hak-hak konsumen serta perlakuan yang adil bagi seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan perekonomian yang berorientasi global sesuai kemajuan teknologi dengan membangun keunggulan kompetitif berdasarkan keunggulan komparatif sebagai negara maritim dan negara agraris.
3. Meningkatkan peranan pemerintah dalam :
4. Mengoreksi ketidaksempurnaan pasar dan mewujudkan persaingan sehat.
5. Mengupayakan kehidupan yang layak berdasarkan kemanusiaan yang adil bagi masyarakat.
6. Mengembangkan kebijakan makro dan mikro ekonomi secara terkoordinir dan sinergis, mengembangkan kebijakan fiskal dengan memperhitungkan prinsip transparansi, disiplin, keadilan, efisiensi, efektivitas untuk menambah penerimaan negara, mengembangkan kebijakan industri, perdagangan, dan investasi dalam rangka meningkatkan daya saing global.
7. Penataan BUMN/D
8. Renegosiasi utang luar negeri.

9. Rekapitulasi sektor perbankan.
10. Memberdayakan pengusaha kecil, menengah dan koperasi agar lebih efisien, produktif dan berdaya saing dengan menciptakan iklim berusaha yang kondusif (peluang yang mendukung) dan peluang usaha yang seluas-luasnya. Bantuan fasilitas negara diberikan secara efektif dalam bentuk perlindungan dari persaingan yang tidak sehat, pendidikan dan pelatihan, informasi bisnis dan teknologi, permodalan, dan lokasi berusaha.

Berdasarkan yang telah disebutkan di atas penulis menyimpulkan pembangunan ekonomi daerah membutuhkan arah kebijakan yang jelas yang sejalan dengan kebijakan perekonomian nasional meliputi mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan, mengembangkan perekonomian yang berorientasi global, meningkatkan peranan pemerintah, penataan BUMN/D, renegotiasi utang luar negeri, rekapitulasi sektor perbankan, serta memberdayakan pengusaha kecil, menengah dan koperasi.

Strategi Pengembangan Potensi Ekonomi Daerah

Tidak mudah untuk mengetahui potensi ekonomi suatu daerah. Menurut Suparmoko (2002:99) yang dimaksud dengan potensi ekonomi daerah adalah kemampuan ekonomi yang ada di daerah yang mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan.

Suparmoko (2002:99) juga mengatakan sebelum sebuah strategi pengembangan disusun, terlebih dahulu harus mengetahui kekuatan dan kelemahan daerah dalam pengembangan perekonomiannya. Dengan mengetahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki suatu daerah maka strategi pengembangan potensi yang ada akan lebih terarah dan strategi tersebut akan menjadi pedoman bagi pemerintah daerah atau siapa saja yang akan melaksanakan kegiatan usaha di daerah yang bersangkutan.

Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Potensi Ekonomi Daerah

Pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi ekonomi daerah hendaknya selalu berada di depan dalam arti memberikan pengarahan dan perencanaan pembangunan daerah. Menurut Suparmoko (2002:109) pemerintah bertindak menyediakan barang dan jasa yang tidak disediakan oleh swasta, seperti jalan raya, keadilan dan keamanan. Dalam hal terjadi kemacetan pembangunan, pemerintah daerah dapat bertindak sebagai pembuka jalan dan memotori perkembangan, tetapi setelah swasta dapat mengembangkannya, maka pemerintah sedikit demi sedikit harus mengurangi peranannya. Hal-hal yang sudah dapat dilaksanakan oleh pihak swasta sebaiknya tidak dikerjakan oleh pemerintah daerah.

Peran dan Pembinaan Usaha Kecil

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud, 2005: 589) dijelaskan pembinaan sebagai proses, perbuatan, atau cara membina. (arti dapat ditelusuri dari kata bina sehingga menjadi proses, perbuatan, atau cara). Pembinaan adalah suatu tindakan, proses, hasil atau pernyataan menjadi lebih baik, dalam hal ini menunjukkan adanya kemajuan, peningkatan, pertumbuhan evaluasi atas berbagai kemungkinan, berkembang atau peningkatan atas sesuatu. Thoha (2005: 182). Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pembinaan adalah merupakan segala usaha dan kegiatan-kegiatan mengenai perencanaan, pengorganisasian, pembiayaan, penyusunan program, koordinasi, pelaksanaan, dan pengawasan pekerjaan secara berdaya guna untuk mencapai tujuan dan hasil tertentu.

Pengertian Usaha Kecil

(dalam Anoraga, 2009:45) perihal definisi usaha kecil adalah usaha yang memiliki total aset maksimum Rp 600 juta (enam ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati. Pengertian usaha kecil ini meliputi usaha perseorangan, badan usaha swasta, dan koperasi, sepanjang aset yang dimiliki tidak melebihi nilai Rp. 600 juta.

Karakteristik Usaha Kecil

Menurut Anoraga (2009:46) secara umum, sektor usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1.Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kinerja usahanya.
- 2.Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- 3.Pengalaman menajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- 4.Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- 5.Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- 6.Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan

Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil

Sedangkan kelemahan usaha kecil adalah investasi awal dapat saja mengalami kerugian. Beberapa reksiko di luar kendali wirausahawan, seperti perubahan mode, peraturan pemerintah, persaingan, dan masalah tenaga kerja dapat menghambat bisnis. Beberapa jenis juga cenderung menghasilkan pendapatan yang tidak teratur sehingga pemilik mungkin tidak memperoleh

profit Mengelola bisnis sendiri juga berarti menyita waktu sendiri yang cukup banyak, tanpa menyisakan waktu yang cukup bagi keluarga dan untuk rekreasi. Bagian penting dalam hidup ini kadangkala harus dikorbankan untuk mengoperasikan suatu bisnis agar sukses. (Anoraga, 2009:47).

Modal Usaha Kecil

Anoraga (2009:49) mengatakan keberadaan lembaga modal ventura ini sebenarnya telah dikenal relatif lama di Indonesia. Namun demikian, secara formal baru dikenal bersamaan dengan diluncurkannya Paket Kebijakan 20 Desember 1988 (Pakdes 1988) tentang Lembaga Pembiayaan. Sebelum itu sebenarnya telah ada BUMN, yaitu PT Bahana Pengembangan Usaha Indonesia yang menjalankan usaha mirip dengan modal ventura.

Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil

Pembinaan adalah suatu tindakan, proses, hasil atau pernyataan menjadi lebih baik, dalam hal ini menunjukkan adanya kemajuan, peningkatan, pertumbuhan evaluasi atas berbagai kemungkinan, berkembang atau peningkatan atas sesuatu. Thoha (2005: 182)

Pembinaan adalah suatu proses atau pengembangan yang mencakup urutan-urutan, pengertian, diawali dengan mendirikan, membutuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut disertai usaha-usaha perbaikan, menyempurnakan dan mengembangkannya (Widjaja 1990 : 165).

Pengertian Pedagang

Pedagang merupakan bagian yang terpenting dalam kegiatan jual beli barang. Hal tersebut sebagaimana yang dijelaskan oleh Sujatmiko (2014:231) bahwa pengertian pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Sementara itu menurut Devi (2008:24) pedagang dapat diartikan orang yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu pedagang juga memiliki tipe, baik menurut jalur distribusi, stratifikasi, aktivitas perdagangan, maupun etnis.

Definisi Konseptual

Pembinaan Pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda adalah kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda meliputi perencanaan, pengorganisasian, pembiayaan, penyusunan program, koordinasi, pelaksanaan, dan pengawasan pedagang secara berdaya guna kepada para pedagang usaha kecil di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning. Pembinaan Pedagang yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda, meliputi produksi dan pengolahan, pemasaran dan sumberdaya manusia.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Skripsi ini ditulis dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dalam penelitian ini, penulisan skripsi bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, secara terperinci dengan maksud dapat menerangkan, menjelaskan dan menjawab permasalahan peneliti. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti.

Fokus Penelitian

Adapun fokus dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pembinaan Pedagang yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda, meliputi:
 - a. Produksi dan pengolahan;
 - b. Pemasaran; dan
 - c. Sumberdaya manusia;
2. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pembinaan pedagang di Dinas Pariwisata Kota Samarinda.

Jenis dan Sumber Data

Data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari hasil wawancara secara mendalam dengan narasumber sebagai informan yang berhubungan langsung dengan fokus penelitian. Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi key informan (informan kunci) dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Pariwisata Kota Samarinda dan kepala seksi yang bersangkutan. Sedangkan yang menjadi informan adalah para pedagang yang berada di kawasan wisata Kampoeng Nasi Kuning dan wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata Kampoeng Nasi Kuning. Dalam penelitian ini penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik sampling bertujuan (purposive Sampling) yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan cara sengaja atau menunjuk langsung kepada orang yang dianggap dapat mewakili karakteristik-karakteristik populasi. Penarikan sampel sebagai sumber data ini dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Samarinda meliputi data pariwisata Kota Samarinda, dokumen-dokumen, dan buku-buku referensi, data pembinaan pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda serta data Peraturan Daerah Kota Samarinda tentang Pariwisata.

Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa teknik mengumpulkan data-data yang diperlukan.

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi
4. Triangulasi

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)
2. Penyajian Data (*Data Display*)
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Drawing and Verifying Conclusions*)

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi

Dinas Pariwisata Kota Samarinda merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan konkuren bidang tenaga kerja. Dinas Pariwisata Kota Samarinda dapat berkedudukan di Daerah Provinsi dan Daerah Kabupaten atau Kota. Dinas Pariwisata Kota Samarinda dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Daerah melalui Sekda. Dinas Pariwisata Kota Samarinda dibentuk berdasarkan Peraturan Walikota Samarinda Nomor 46 Tahun 2016 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Fungsi Dinas Pariwisata Kota Samarinda.

Pembinaan Pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning

1. Produksi dan Pengolahan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam melaksanakan kegiatan pembinaan produksi dan pengolahan sudah berjalan dengan baik, karena dengan adanya pembinaan para pedagang mendapatkan banyak pengetahuan tentang produksi dan pengolahan nasi kuning, sehingga apa yang menjadi harapan dari Dinas Pariwisata Kota Samarinda dan harapan para pedagang itu sendiri bisa tercapai.

Dari hasil wawancara dan informasi yang telah diperoleh peneliti dengan pedagang dan wisatawan seperti yang telah dikemukakan pada bagian hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pembinaan produksi dan pengolahan sudah berjalan dengan baik namun masih ada pedagang yang berpendapat bahwa pembinaan tersebut kurang bermanfaat karena memakan waktu yang sangat lama dan materi yang di sampaikan tidak lengkap dan juga terdapat wisatawan yang berpendapat bahwa wangi rempah pada nasi kuning

yang dijual di salah satu warung kurang terasa dan warna nasi kuningnya terlihat pucat.

Dari beberapa informasi, data dan hasil wawancara yang telah diperoleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa selama ini Dinas Pariwisata Kota Samarinda sudah menjalankan tugasnya secara baik dalam memberikan pelayanan kepada pedagang yang mengikuti pembinaan, tetapi belum begitu maksimal karena dengan keterbatasan biaya sehingga pembinaan tidak bisa dilaksanakan secara rutin akan tetapi meskipun dari segi biaya kurang, Dinas Pariwisata Kota Samarinda tetap melakukan pembinaan secara persuasif.

2. Pemasaran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam melaksanakan kegiatan pembinaan pemasaran sudah berjalan dengan baik, karena dengan adanya pembinaan para pedagang mendapatkan banyak pengetahuan dalam hal pemasaran nasi kuning, sehingga apa yang menjadi harapan dari Dinas Pariwisata Kota Samarinda dan harapan para pedagang itu sendiri bisa tercapai.

Dari hasil wawancara dan informasi yang telah diperoleh peneliti dengan pedagang seperti yang telah dikemukakan pada bagian hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pembinaan pemasaran sudah berjalan dengan baik namun masih ada yang berpendapat bahwa pembinaan tersebut kurang efektif karena bahasa dalam penyampaian materi pada saat pembinaan terlalu resmi sehingga banyak peserta yang kurang memahami maksud dari apa yang disampaikan serta sulit untuk menerapkannya dilapangan dan juga terdapat wisatawan yang berpendapat bahwa lauk yang dijual kurang bervariasi.

Dari beberapa informasi, data dan hasil wawancara yang telah diperoleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa selama ini Dinas Pariwisata Kota Samarinda sudah menjalankan tugasnya secara baik dalam memberikan pelayanan kepada pedagang yang mengikuti pembinaan, tetapi belum begitu maksimal karena dengan keterbatasan biaya sehingga pembinaan tidak bisa dilaksanakan secara rutin akan tetapi meskipun dari segi biaya kurang, Dinas Pariwisata Kota Samarinda tetap melakukan pembinaan secara persuasif.

3. Sumber Daya Manusia

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam melaksanakan kegiatan pembinaan Sumber daya Manusia sudah berjalan dengan baik, karena dengan adanya pembinaan para pedagang mendapatkan banyak pengetahuan dalam hal meningkatkan kualitas Sumber daya Manusia, sehingga apa yang menjadi harapan dari Dinas Pariwisata Kota Samarinda dan harapan para pedagang itu sendiri bisa tercapai.

Dari hasil wawancara dan informasi yang telah diperoleh peneliti dengan pedagang seperti yang telah dikemukakan pada bagian hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pembinaan Sumber daya Manusia sudah

berjalan dengan baik namun masih ada yang berpendapat bahwa pembinaan tersebut kurang efektif karena pembinaannya memakan waktu yang lama dan beliau rasa hanya membuang waktu dan juga terdapat wisatawan yang berpendapat kelengkapan peralatan makan di meja kurang lengkap seperti tidak ada tisu dan tusuk gigi.

Dari beberapa informasi, data dan hasil wawancara yang telah diperoleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa selama ini Dinas Pariwisata Kota Samarinda sudah menjalankan tugasnya secara baik dalam memberikan pelayanan kepada pedagang yang mengikuti pembinaan, tetapi belum begitu maksimal karena dengan keterbatasan biaya sehingga pembinaan tidak bisa dilaksanakan secara rutin akan tetapi meskipun dari segi biaya kurang, Dinas Pariwisata Kota Samarinda tetap melakukan pembinaan secara persuasif.

4. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pembinaan Pedagang oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda

Dalam pelaksanaan pembinaan pedagang yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam memberikan pelayanan pembinaan kepada pedagang nasi kuning, yaitu sebagai berikut: berdasarkan hasil wawancara yang telah dikemukakan pada bagian hasil penelitian maka yang menjadi pendukung dalam pembinaan pedagang nasi kuning yaitu pembinaan yang bersifat wajib dan prioritas, sehingga walupun ada terkendala oleh biaya, Dinas Pariwisata Kota Samarinda tetap melakukan pembinaan secara persuasif. Selain itu yang menjadi faktor pendukung adalah seperti peserta, pemateri, sarana dan prasarana seperti (tempat, konsumsi, ATK,dll), pembinaan gratis, foto copy materi dan praktek pembuatan nasi kuning.

Dan adapun yang menjadi faktor penghambat di dalamnya yaitu ketersediaan dana untuk pembinaan, rendahnya tingkat pendidikan yang menyebabkan tidak maksimalnya upaya Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam meningkatkan kualitas SDM nya, sehingga respon pada saat pembinaan agak lambat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada BAB sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pembinaan Pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Kampoeng Nasi Kuning yang dilakukan Oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda pembinaan berdasarkan pada pasal 14 Undang Undang No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil yaitu: Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dalam bidang produksi dan pengolahan; pemasaran; dan sumber daya manusia. Dalam pembinaan ini mereka memberikan waktu selama 2 hari, metode pembinaannya ialah

melalui penyampaian materi dan praktek. Adapun hal yang dicapai dalam pembinaan tersebut terurai sebagai berikut :

- a. Pembinaan Produksi dan pengolahan diberikan agar dapat menambah pengetahuan para pedagang dalam mengolah dan memproduksi nasi kuning yang baik dan menciptakan cita rasa yang khas. Dengan mekanisme pembinaan melalui penyampaian materi dan praktek. Pembinaan produksi dan pengolahan sudah berjalan dengan baik, beberapa pedagang merasa pembinaan sangat bermanfaat, melalui pembinaan ini pedagang dapat mengetahui bahan apa saja yang digunakan agar menciptakan rasa yang khas menggunakan bahan alami. Namun masih terdapat pedagang yang berpendapat bahwa pembinaan tersebut kurang bermanfaat karena memakan waktu yang sangat lama dan materi bahan-bahan nasi kuning yang disampaikan tidak lengkap dan juga terdapat wisatawan yang berpendapat bahwa wangi rempah pada nasi kuning yang dijual di salah satu warung kurang terasa dan warna nasi kuningnya terlihat pucat.
- b. Pembinaan pemasaran ini lebih banyak menjelaskan mengenai teknik-teknik memasarkan barang dagangan, menambah pengetahuan para pedagang dalam berkomunikasi, berinteraksi dengan pelanggan dalam memasarkan dagangannya, serta dalam memahami tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian untuk pembinaan ini sudah berjalan baik tetapi terdapat salah satu pedagang yang berpendapat bahwa penyampaian materi pada saat pembinaan terlalu formal sehingga banyak peserta yang kurang memahami maksud dari apa yang disampaikan serta sulit untuk menerapkannya di lapangan dan juga terdapat wisatawan yang berpendapat bahwa lauk yang dijual kurang bervariasi.
- c. Pembinaan sumber daya manusia ini lebih kepada pembinaan untuk dalam bekerja semangat kemandirian, memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara sistematis, termasuk keberanian mengambil resiko, mengolah pola pikir sehingga bertindak secara kreatif dan inovatif serta kemauan dan kemampuan untuk bekerja dalam kebersamaan dengan berlandaskan etika bisnis yang sehat.

Pembinaan pedagang yang dilaksanakan Dinas Pariwisata Kota Samarinda di sini adalah menyangkut aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda, dalam memberikan wawasan bagi para pedagang nasi kuning agar mereka dapat menjalankan usaha menjadi lebih baik dan berkembang, dapat meningkatkan perekonomian serta dapat memperkenalkan nasi kuning sebagai salah satu kuliner khas Kota Samarinda.

2. Dalam pelaksanaan pembinaan pedagang yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam memberikan pelayanan pembinaan kepada pedagang nasi kuning. Yang menjadi faktor pendukung pembinaan pedagang adalah pembinaan ini bersifat wajib dan prioritas, sehingga walaupun ada terkendala

oleh biaya, Dinas Pariwisata Kota Samarinda tetap melakukan pembinaan secara persuasif. Selain itu yang menjadi faktor pendukung adalah seperti peserta, pemateri, sarana dan prasarana seperti (tempat, konsumsi, ATK,dll), pembinaan gratis, foto copy materi dan praktek pembuatan nasi kuning, serta papan nama obyek wisata kuliner Kota Samarinda untuk masing-masing pedagang.

Sedangkan yang menjadi faktor penghambat dalam pembinaan pedagang adalah biaya dimana biaya disini sebagai roda penggerak jalannya suatu kegiatan, karena ketika menjalankan suatu kegiatan, biaya adalah yang paling penting, sebagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Komunikasi Informatika Kota Samarinda, pasti membutuhkan biaya untuk tempat pembinaan, dana untuk pemateri, serta biaya untuk fasilitas pembinaan. Selain biaya, masih ada faktor lain seperti yang disampaikan oleh kepala Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Komunikasi Informatika Kota Samarinda adalah tingkat pendidikan yang rendah juga menjadi salah satu faktor penghambat sehingga untuk mengupgrade sumber daya manusia menjadi agak lambat.

Saran

Untuk kedepannya agar dalam pembinaan terkait penyajian nasi kuning lebih bervariasi agar dapat menarik perhatian pembeli seperti : Penyajian Nasi kuning di bentuk semenarik mungkin, contoh penyajian nasi dalam bentuk nasi tumpeng mini, bentuk love, tokoh kartun seperti angry bird, tedy bear, hello kitty dll agar tidak hanya orang dewasa, tetapi anak anak pun juga tertarik menyantap kuliner khas kota samarinda.

Dari segi lauk di buat lebih bervariasi agar tidak monoton dan dapat mengikuti perkembangan zaman dari segi kuliner contohnya seperti Nasi kuning dengan lauk ayam geprek pedas, bila perlu berlevel dan menggunakan berbagai macam topping seperti keju mozzarella, telur asin, sambal kikil dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Chabib Soleh, Heru Rochmansjah.2010. Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah. Bandung : Fokusmedia
- Supermoko, M. 2002. Ekonomi Publik, Untuk Keuangan dan Pembangunan Daerah.
- Depdikbud. 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta : Balai Pustaka.
- Thoha, 2005. Pembinaan Organisasi. Jakarta: Raja Grafindo
- Anoraga, Panji. 2002. Manajemen Bisnis. Jakarta: Rineka Cipta
- Widjaja, A.W, 1990. Keluarga dan Masyarakat. Jakarta: Akademika Presindo.